

ISSN 2223-5639

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

ВЕСТНИК



БЕЛГОРОДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

№5(108)

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ

FUNDAMENTAL AND APPLIED RESEARCH

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

2024



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.



ВЕСТИК

БЕЛГОРОДСКОГО УНИВЕРСИТЕТА КООПЕРАЦИИ, ЭКОНОМИКИ И ПРАВА

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ. ИЗДАЕТСЯ С ДЕКАБРЯ 2002 ГОДА

Выпуск 5(108)

2024

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

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., проф., 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. Пелошленко
Компьютерный набор и верстка А.В. Матюшечкина

Дата выхода 20.09.2024.

Формат 60x84 1/8. Бумага офсетная. Усл. печ. л. 26.7

Тираж 1000 экз. Заказ 4985

СОДЕРЖАНИЕ

Экономика, организация и управление в отраслях и сферах деятельности

<i>Исаенко Е.В., Исаенко А.В., Тарасова Е.Е.</i> Адаптация предприятий общественного питания к факторам внешней среды.....	9
<i>Снитко Л.Т., Линиченко Д.С.</i> Формирование стратегии управления экономическими рисками в системе экономической безопасности предприятия в условиях BANI-World и Индустрии 4.0.....	22
<i>Токарь Е.В., Соловьева Л.В., Шариков Р.А.</i> Особенности функционирования и развития системы скорой медицинской помощи Белгородской области на современном этапе: теоретический аспект.....	35
<i>Дигилина О.Б., Игошин А.А.</i> Особенности проведения цифровой трансформации бизнеса в современных условиях.....	44
<i>Токарь Е.В., Тедеева Р.А., Рогов Д.А.</i> Основные тренды и перспективы развития сферы услуг в условиях нестабильности и неопределенности внешней среды.....	55
<i>Матвеева О.П., Петин Г.Р.</i> Розничная торговля: тенденции, проблемы и направления устойчивого развития.....	66
<i>Ганченко Д.Н.</i> Развитие института государственного контроля.....	79
<i>Кузьмина Т.М.</i> Актуальные вопросы учета улучшения и восстановления основных средств.....	89
<i>Ледовская М.Е., Черникова Е.И., Гердт Д.А.</i> Актуализация направлений HR-менеджмента в соответствии с трансформацией траекторий стратегического развития современных компаний.....	99
<i>Мустакаева Е.А.</i> Методический инструментарий оценки экономической эффективности использования информационных технологий в учете и управлении.....	109
<i>Башикциева С.А.</i> Показатели эффективности функционирования инновационных сетей.....	121
<i>Сутугин А.А., Елкина О.С.</i> Управление организацией в контексте международного бизнеса: систематизация факторов неопределенности и инструменты их оценки.....	130

Экономика труда и трудовые отношения

<i>Виноградов А.С., Ворона А.А.</i> Дефицит персонала в сфере логистики: проблемы и пути решения.....	147
---	-----

Маркетинг, коммерция и логистика

<i>Суворова Т.В., Филиппов М.В.</i> Влияние эмоционального брендинга на управление продвижением личного бренда.....	155
<i>Сотник А.П.</i> Маркетинговая характеристика тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг Белгородской области.....	164
<i>Грановская И.Ю.</i> Формирование системы управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями.....	177
<i>Теванян Г.А.</i> Ограничения и недостатки использования инструментов интернет-маркетинга.....	186

Кооперация и предпринимательство

<i>Кононенко Р.В., Гулизаде Б.А.</i> Развитие сельскохозяйственного производства России в интересах обеспечения продовольственной безопасности.....	197
<i>Чистякова О.А.</i> Эволюция устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг Российской Федерации.....	208
Правила направления и опубликования научных статей в журнале «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права».....	224



HERALD

BELGOROD UNIVERSITY
OF COOPERATION, ECONOMICS AND LAW

INTERNATIONAL RESEARCH AND THEORETICAL JOURNAL. PUBLISHED SINCE 2002

Issue 5(108)

2024

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

Przhigalinskaya 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., PhD in Economics, Professor, 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 A.V. Matyshechkina

Release date 20.09.2024.

Format 60x84 1/8. Offset paper. Conditional printed page 26.7

Circulation 1,000 copies. Order 4985

CONTENTS

Economics and Management in Branches and Spheres of Activity

<i>Isaenko E.V., Isaenko A.V., Tarasova E.E.</i> Adaptation of public catering enterprises to environmental factors.....	9
<i>Snitko L.T., Linichenko D.S.</i> , Formation of an economic risk management strategy in the enterprise's economic security system in the conditions of BANI-World and Industry 4.0.....	22
<i>Tokar E.V., Solovieva L.V., Sharikov R.A.</i> Features of functioning and development of the emergency medical care system of Belgorod region at the present stage: theoretical aspect.....	35
<i>Digilina O.B., Igoshin A.A.</i> Features of digital business transformation in modern conditions.....	44
<i>Tokar E.V., Tedeyeva R.A., Rogov D.A.</i> Main trends and prospects for development of the services sector in conditions of instability and uncertainty of the external environment.....	55
<i>Matveyeva O.P., Petin G.R.</i> Retail trade: trends, challenges and directions for sustainable development.....	66
<i>Ganchenko D.N.</i> Development of the institute of state control.....	79
<i>Kuzmina T.M.</i> Current issues of accounting for the improvement and restoration of fixed assets.....	89
<i>Ledovskaya M.E., Chernikova E.I., Gerdt D.A.</i> Updating hr management directions in accordance with the transformation of strategic development trajectories of modern companies.....	99
<i>Mustakaeva E. A.</i> The methodological tools for assessment of economic efficiency of information technology usage in accounting and management.....	109
<i>Bashkirtseva S.A.</i> , Performance indicators of innovative networks.....	121
<i>Sutugin A.A., Elkina O.S.</i> Organization management in the context of international business: systematization of uncertainty factors and tools for their assessment.....	130

Economy of Labor and Labor Relations

<i>Vinogradov A.S., Vorona A.A.</i> Shortage of personnel in the field of logistics: problems and solutions.....	147
--	-----

Marketing, Commerce and Logistics

<i>Suvorova T.V., Filiptsov M.V.</i> Influence of emotional branding on the management of personal brand promotion.....	155
---	-----

<i>Sotnik A.P.</i> Marketing characteristics of trends and features of the tourism services market development of belgorod region.....	164
<i>Granovskaya I.Yu.</i> Formation of a management system of integrated marketing communications.....	177
<i>Tevanyan G.A.</i> Limitations and disadvantages of using internet marketing tools.....	186

Cooperation and Entrepreneurship

<i>Kononenko R.V., Gulizade Bahrama Abil ogly</i> Development of agricultural production in Russia in the interests of ensuring food security.....	197
<i>Chistyakova O.A.</i> Evolution of consumer cooperation stability in the services market of the Russian Federation.....	208

Правила направления и опубликования научных статей в журнале «Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права»

224

ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

УДК 640.4:334.735

DOI: 10.21295/2223-5639-2024-5-9-21

Исаенко Е.В.

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

Исаенко А.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, д-р экон. наук, декан факультета общественного питания и товароведения, профессор кафедры технологии общественного питания и товароведения

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

АДАПТАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ К ФАКТОРАМ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Аннотация. В статье проведен аналитический обзор развития предприятий общественного питания России в целом и системы потребительской кооперации в частности. Выявлены факторы внешней среды, оказавшие влияние на изменение количественных и качественных показателей предприятий общественного питания. Особое вниманиеделено адаптации предприятий питания в период локдауна и период введения экономических санкций.

В статье определены основные тенденции развития предприятий общественного питания России в целом и потребительской кооперации системы Центросоюза. Рассмотрено изменение оборота общественного питания, проведен анализ развития материально-технической базы предприятий общественного питания в целом и по типам, показано развитие кадрового потенциала, исследована динамика финансовых результатов.

Выявлены показатели предприятий общественного питания в целом по России и по системе потребительской кооперации в частности, имеющие однонаправленную и разнонаправленную динамику, а также факторы, повлиявшие на такую динамику. Показаны меры, которые предпринимались предприятиями общественного питания с целью адаптации к факторам внешней среды.

Исследование проведено по предприятиям общественного питания России и потребительской кооперации системы Центросоюза РФ за 2020–2023 годы. В процессе исследования использовались системный и комплексный подходы, а также методы: индукции и дедукции, анализа и синтеза, наблюдений, сравнения, относительных и средних величин, индексный. Исследование выполнено на статистических материалах России и потребительской кооперации.

Ключевые слова: общественное питание, предприятия общественного питания, потребительская кооперация, внешняя среда, факторы внешней среды.

Введение. Общественное питание занимает важное место в решении социально-экономических задач общества, является

перспективной сферой деятельности. Общественное питание имеет большое социальное значение, удовлетворяя потребности

населения в полноценном питании по месту работы, учебы, жительства и отдыха, а также сохраняя его физическое здоровье, формируя рацион здорового питания исходя из потребностей человека и пищевой ценности продуктов.

В настоящее время общественное питание является динамично развивающейся отраслью. Предприятия общественного питания достаточно быстро приспосабливаются к новым запросам и потребностям рынка. Вместе с тем общественное питание не полностью восстановилось после ограничений, связанных с пандемией Covid 2019. Ситуацию усугубили введенные в марте 2022 года экономические санкции, в результате которых многие зарубежные компании покинули российский рынок.

Исследованием проблем развития общественного питания, в том числе проблем их адаптации к факторам внешней среды, занимались отечественные ученые [1–8].

Однако постоянное изменение факторов внешней среды, влияющей на развитие предприятий потребительской кооперации, требует проведения дополнительных исследований.

Предприятия общественного питания в 2020–2023 годах развивались в условиях динамичного развития внешней среды. Политические, экономические, социальные и технологические факторы внешней среды оказывали существенное влияние на деятельность предприятий общественного питания. Предприятиям приходилось быс-

тро реагировать на вызовы внешней среды, принимать грамотные управленческие решения и быстро адаптироваться к ее изменениям.

Методы исследования. В процессе исследования использовались системный и комплексный подходы, а также методы: индукция и дедукция, анализ и синтез, метод наблюдений, экономико-статистические методы (сравнения, относительных и средних величин, индексный).

Информационную базу исследования составили статистическая отчетность Российской Федерации, Центросоюза РФ, статьи в периодических и специальных изданиях, а также материалы, размещенные в сети Интернет.

Результаты исследования. Адаптация предприятий общественного питания к факторам внешней среды в значительной степени зависит от развития материально-технической базы. В России количество предприятий общественного питания постоянно растет. С 2020 года их число выросло на 4,3% и составило в 2023 году 194320 ед. В период ковидных ограничений рост количества предприятий общественного питания временно приостановился.

В системе потребительской кооперации наблюдается обратная тенденция. За исследуемый период количество предприятий общественного питания постоянно уменьшалось, и за 2020–2023 годы их количество снизилось на 384 ед., или на 11,8%, и составило в 2023 году 2867 ед. (табл. 1).

Таблица 1

Динамика предприятий общественного питания в целом по России и по системе потребительской кооперации за 2020–2023 годы*

Годы	Количество предприятий общественного питания, ед.		Доля предприятий общественного питания потребительской кооперации в общем количестве предприятий общественного питания России, %
	в целом в РФ	в потребительской кооперации	
2020	186 336	3251	1,74
2021	188 827	3091	1,64
2022	190 199	2966	1,56
2023	194 320	2867	1,48
Темп роста, %	104,3	88,2	85,1

*Составлено по: [9].

Предприятия общественного питания потребительской кооперации занимают незначительную долю в общем числе предприятий питания России. В 2023 году их доля составила 1,48% и за анализируемый период снизилась на 14,9%. На снижение доли оказало влияние усиление конкуренции среди предприятий других форм собственности. Сложность выдержать конкуренцию предприятиям общественного питания потребительской кооперации связана с месторасположением предприятий в сельской местности, а также с обслуживанием населения с низкими денежными доходами. Вместе с тем предприятия выполняют важную социальную роль, организуя питание и досуг сельских жителей.

Предприятиям общественного питания потребительской кооперации приходится конкурировать с другими предприятиями питания различных форм собственности, которые начинают осваивать и сельский рынок, имеют возможность организовывать доставку в более отдаленные районы, более активно внедряют инновационные технологии в работу.

Конкуренцию предприятиям общественного питания России, в том числе потребительской кооперации, составляют сетевые структуры, которые легко адаптируются к быстрым изменениям условиям, используют передовые технологии, новые методы организации производства и обслуживания населения. Также конкурентами предприятиям питания стали выступать супермаркеты, которые самостоятельно занимаются приготовлением пищи и реализацией готовой про-

дукции через свои отделы, открывают собственные кафе, а также агрохолдинги, которые имеют возможность использовать свою выращенную продукцию для приготовления блюд через собственные предприятия питания.

В период локдауна предприятия общественного питания вынуждены были адаптироваться к внешним факторам. В отдельных случаях пришлось закрыть, сдать в аренду или перепрофилировать предприятия. Многие предприятия переориентировались на продажу готовых блюд на вынос, создавали удобное онлайн-меню, тесно начали сотрудничать с сервисами доставки. Большое внимание уделялось внедрению новых технологий. Больше внимания предприятия стали уделять автоматизации процессов, аналитике данных, широко стала внедряться онлайн-оплата.

Но если в целом по России многие предприятия питания смогли адаптироваться к сложившимся условиям, то предприятия питания потребительской кооперации испытывали определенные сложности. Из-за нехватки средств предприятия потребительской кооперации не могли проводить реконструкцию действующих предприятий, внедрять цифровизацию и автоматизацию процессов. Также проблемой для них стала устареваемость оборудования, невозможность вводить прогрессивные технологии в производственный процесс. Доля действующих предприятий потребительской кооперации в общем их числе к концу 2023 года составила 66%, доля предприятий, сданных в аренду – 13,2%, а доля закрытых предприятий – 20,8% (рис.).

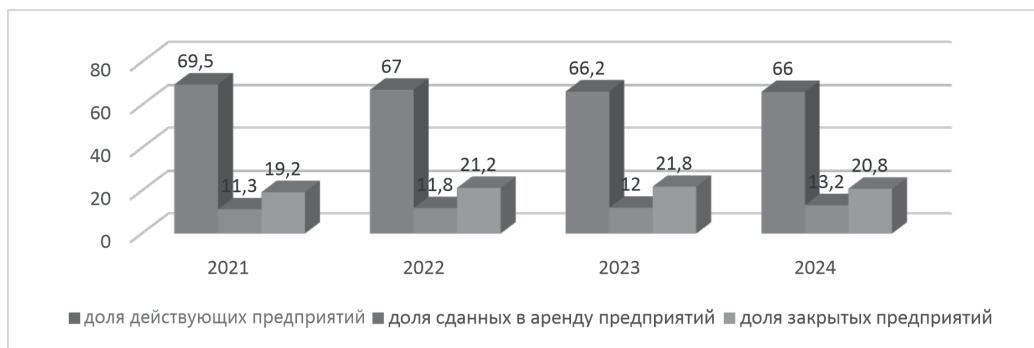


Рис. Динамика доли действующих, сданных в аренду и закрытых предприятий общественного питания потребительской кооперации за 2020–2023 годы, данные на 01.01, в %*

*Составлено по: [9].

Среди типов предприятий общественного питания выделяют рестораны, кафе, столовые, бары. За исследуемый период ввиду воздействия факторов внешней среды произошли изменения и в типовом составе предприятий общественного питания.

За исследуемый период количество столовых и закусочных в целом по России увеличилось на 7,9%, также выросло количество ресторанов, кафе, баров на 7% (табл. 2).

Таблица 2

Динамика типов предприятий общественного питания по Российской Федерации за 2020–2023 годы*

Годы	Столовые, закусочные			Столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий			Рестораны, кафе, бары		
	кол-во, ед.	в них мест	площадь зала обслуживания, кв. м	кол-во, ед.	в них мест	площадь зала обслуживания, кв. м	кол-во, ед.	в них мест	площадь зала обслуживания, кв. м
2020	33 544	1 023 957	2 213 112,10	63 057	5 277 468	7 853 208,30	89 735	4 559 298	11 097 436,90
2021	33 683	975 251	2 185 331,90	63 396	5 314 420	7 923 679	91 748	4 590 432	11 140 075
2022	34 825	966 879	2 162 653	62 227	5 127 317	7 635 077	93 147	4 431 568	10 634 218
2023	36 195	983 686	2 264 395	62 102	5 252 783	7 806 519	96 023	4 667 973	11 442 727
Темп роста, %	107,9	96,1	102,3	98,5	99,5	99,4	107,0	102,4	103,1

*Составлено по: [9].

Рост таких типов предприятий, как кафе, рестораны и бары, связан в первую очередь с ростом сектора фастфуда. Благодаря активной продаже франшиз крупнейшими международными сетями количество кафе и ресторанов в стране к 2020 году увеличилось. Но введение ограничений во время ковида привело с резкому сокращению числа посетителей, что потребовало от предприятий изменить формы работы. Предприятия, реализующие фастфуд, быстрее всего перестроились под доставку готовых блюд на дом. Также в самих предприятиях были проведены мероприятия по уменьшению количества посадочных мест в связи с правилами посадки во время ковида, постоянной санобработке, по возможности столы располагали на улице. Также данные предприятия начали использовать технологические новинки, ввели бесконтактные способы оплаты и онлайн-заказы блюд. В 2022 году с введением экономических санкций начался процесс адаптации к ним, произошли существенные изменения на рынке общественного питания. Несмотря на то что отдельные крупные бренды, которы-

ми владели иностранные собственники, в 2022 году закрыли свои предприятия, на их месте российские собственники открыли свои предприятия под другими вывесками. Также росту количества кафе способствовало развитие внутреннего туризма. Началось строительство придорожных кафе. Объем рынка кафе и ресторанов в России увеличился за исследуемый период на 25% и составил в 2023 году 3,46 млрд заказов.

Предприятия, реализующие фастфуд, которые продолжили свою работу на рынке, смогли привлечь новых клиентов и добиться хороших финансовых результатов. Это произошло за счет переориентации спроса населения на более дешевое питание из-за снижения денежных доходов населения во время ковидных ограничений.

Уменьшилось количество столовых, находящихся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий, на 1,5%, что связано с пандемией коронавируса, в результате которой образовательные организации, учреждения культуры и др. закрывались и переходили на удаленный режим работы, что приводило к снижению

посещения столовых, а впоследствии и к их закрытию. За 2020 год число посещений в столовых, по оценкам BusinesStat, снизилось с 6,46 до 4,64 млрд (на 28%). В 2021–2022 годах происходило постепенное снятие карантинных ограничений. Также восстановлению деятельности столовых способствовало принятие решения с 1 сентября 2020 года обеспечить учеников начальной школы горячим питанием.

Рост количества закусочных и столовых в целом связан со снижением реально располагаемых денежных доходов населения после пандемии коронавируса.

Стоимость обедов в столовых и закусочных ниже, чем в предприятиях других

типов, поэтому многие потребители, имеющие невысокие денежные доходы, сокращая расходы на питание вне дома, начали пользоваться услугами столовых и закусочных. В результате число посещений столовых, по оценкам BusinesStat, в России увеличилось на 15% с 4,64 в 2020 году до 5,35 млрд в 2023 году.

Однако количество мест на одно предприятие общественного питания и площадь на 1 предприятие общественного питания снижается по таким типам предприятий, как столовые, закусочные, рестораны, кафе, бары, что связано с открытием в последние годы небольших предприятий общественного питания (табл. 3).

Таблица 3

Эффективность использования материально-технической базы общественного питания России по типам предприятий за 2020–2023 годы*

Годы	Столовые, закусочные		Столовые, находящиеся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий		Рестораны, кафе, бары	
	кол-во мест на 1 предприятие, ед.	площадь на 1 предприятие, кв. м	кол-во мест на 1 предприятие, ед.	площадь на 1 предприятие, кв. м	кол-во мест на 1 предприятие, ед.	площадь на 1 предприятие, кв. м
2020	30,5	66,0	83,7	124,5	50,8	123,7
2021	29,0	64,9	83,8	125,0	50,0	121,4
2022	27,9	62,1	82,4	122,7	47,6	114,2
2023	27,2	62,6	84,6	125,7	48,6	119,2
Темп роста, %	89,0	94,8	101,1	100,9	95,7	96,4

*Составлено по: [9].

По столовым, находящимся на балансе учебных заведений, организаций, промышленных предприятий, наблюдается незначительное укрупнение, что связано с выбытием предприятий с небольшим числом мест.

В потребительской кооперации наибольшее количество среди всех типов предприятий питания занимают рестораны и кафе. За анализируемый период наблюдается сокращение предприятий всех типов. На 1.01.2024 года количество ресторанов и кафе составляло 641 ед. Также значительное количество среди всех типов предприятий питания имеют столовые – 481 ед. (табл. 4).

Как положительный момент следует отметить, что система потребительской кооперации сохранила часть заготовочных предприятий общественного питания. Их количество составляет 139 ед. и за анализируемый период сократилось на 9,7%.

Предприятия общественного питания большое внимание уделяют эффективности своей деятельности.

Оборот общественного питания на одно предприятие в целом по России увеличился за период с 2020 по 2023 год на 90%, а по системе потребительской кооперации – на 67,6% (табл. 5). Такая динамика свидетельствует о повышении эффективности деятельности предприятий питания.

Таблица 4

Эффективность использования материально-технической базы общественного питания России по типам предприятий за 2020–2023 годы*

Годы	Всего действующих предприятий	из них				
		закусочные	рестораны и кафе	бары	столовые	заготовочные предприятия общественного питания
2021	2259	331	741	69	604	154
2022	2071	294	680	54	567	153
2023	1963	239	666	49	549	152
2024	1891	207	641	48	489	139
Темп роста, %	83,7	62,5	86,5	69,6	81,0	90,3

*Составлено по: [9].

Таблица 5

Эффективность использования предприятий общественного питания в целом по России и по системе потребительской кооперации России за 2020–2023 годы*

Показатели	2020	2021	2022	2023	Темп роста, %
Оборот на 1 предприятие общественного питания РФ, млн руб.	7,768	10,228	12,356	14,761	190,0
Оборот на 1 предприятие общественного питания потребительской кооперации всего, млн руб.	2,830	3,688	4,181	4,744	167,6

*Составлено по: [9].

Однако, если повышение эффективности использования материально-технической базы предприятий питания России происходило на фоне роста более быстрыми темпами оборота общественного питания по сравнению с ростом предприятий питания, то в потребительской кооперации это происходило за счет роста оборота общест-

венного питания при снижении количества предприятий.

Так, при росте оборота общественного питания в целом по России на 79,7% количество предприятий увеличилось на 4,3%, а при росте оборота общественного питания по системе Центросоюза на 47,6%, количество предприятий уменьшилось на 11,8% (табл. 6).

Таблица 6

Динамика оборота общественного питания России и предприятий общественного питания потребительской кооперации Центросоюза РФ за 2020–2023 годы*

(млрд руб.)

Показатели	2020	2021	2022	2023	Темп роста, %
Оборот общественного питания России, млрд руб.	1447,4	1931,4	2350,1	2868,4	179,7
Цепные темпы роста оборота общественного питания России в сопоставимых ценах, %	-	126,8	107,6	113,9	-
Оборот общественного питания потребительской кооперации, млрд руб.	9,2	11,4	12,4	13,6	147,6
Цепные темпы роста оборота общественного питания потребительской кооперации в сопоставимых ценах, %	-	116,9	100,1	110,0	-
Доля оборота общественного питания потребительской кооперации в обороте общественного питания России	0,64	0,59	0,53	0,47	

*Составлено по: [9].

За исследуемый период, несмотря на имеющиеся трудности с ростом цен на сырье и продукты питания, переориентацией денежных расходов населения на другие цели, оборот общественного питания как в целом по России, так и по системе потребительской кооперации рос стабильно.

Следует отметить как положительную тенденцию увеличение оборота общественного питания как в действующих, так и сопоставимых ценах. Это свидетельствует о повышении спроса на услуги предприятий общественного питания несмотря на период ковидных ограничений и введение санкций. Также на рост оборота общественного питания повлиял рост внутреннего туризма на фоне ограничений на въезд в европейские страны.

Во время ковидных ограничений предприятия общественного питания разработали дополнительные услуги по доставке продукции потребителям и продолжили эту практику в дальнейшем.

Большую роль в адаптации предприятий общественного питания в период введения экономических санкций сыграл маркетинг. Предприятия общественного питания активно продвигали свои предприятия на рынке, использовали социальные сети для рекламы, ознакомления с меню, с программами лояльности.

За исследуемый период 2020–2023 годов оборот предприятий питания в целом по России рос более быстрыми темпами (увеличился на 79,7%), чем в потребительской кооперации (увеличился на 47,6%). Поэтому доля рынка, занимаемая предприятиями общественного питания потребительской кооперации, постоянно снижалась: с 0,64% в 2020 году до 0,47% в 2023 году. Это свидетельствует об ужесточении конкуренции на рынке. Организации потребительской кооперации, обслуживая сельский рынок, ориентируются на платежеспособный спрос сельского населения, который ввиду низких денежных доходов и возможности питаться дома из продукции личных подсобных хо-

зяйств не всегда стабилен. В первую очередь услугами предприятий общественного питания пользуются для проведения массовых мероприятий, дней рождений, свадеб и др. Ситуацию осложняют демографические факторы, обслуживаемое сельское население постепенно сокращается за счет оттока молодежи в города, снижения рождаемости, а оставшееся, в основном пенсионного возраста, имеет небольшие денежные доходы.

Доля общественного питания потребительской кооперации в совокупном объеме деятельности в 2023 году составила 6,7% и за анализируемый период постоянно увеличивалась. Это говорит о востребованности общественного питания у населения, обслуживаемого организациями потребительской кооперации, и повышении его значимости среди отраслей экономики потребительской кооперации.

Большую социальную роль играет выработка собственной продукции на предприятиях общественного питания, так как способствует насыщению рынка продуктами питания нужного ассортимента и высокого качества. Организации потребительской кооперации используют при выработке продукции закупленное у населения сельскохозяйственное сырье, способствуя, тем самым, увеличению доходов сельского населения, формируя рационы правильно-го питания. Закупка продуктов напрямую в личных подсобных и фермерских хозяйствах позволяет снизить стоимость и повысить качество собственной продукции. Также предприятия питания потребительской кооперации нацелены на поддержание местной промышленности, закупая сырье у них.

Следует отметить, что такая тенденция «от фермера до стола» стала наблюдаться не только в потребительской кооперации, но и по другим предприятиям питания. Заказ продуктов у местных фермеров не только поддерживает экономику региона, но и способствует свежести и качеству собственной

продукции. Это позволяет постоянно проводить оптимизацию меню, вводить новые позиции и оптимизировать себестоимость блюд.

Основным фактором внешней среды, влияющим на деятельность общественного питания, являлась инфляция. При этом предприятия общественного питания, используя местное сырье, имели возможность удерживать отпускные цены.

Выработка собственного производства за 2020–2023 годы в предприятиях потребительской кооперации увеличилась на 43,4%, в расчете на одно предприятие питания – на 71,3%. Доля продукции собственного производства в обороте общественного питания предприятий потребительской кооперации в 2023 году составила 88,3%, за анализируемый период произошло ее снижение на 7,1% (табл. 7).

Таблица 7

Динамика выработки собственной продукции на предприятиях общественного питания потребительской кооперации за 2020–2023 годы*

Показатели	2020	2021	2022	2023	Темп роста, %
Выработка собственной продукции, млн руб	8381	10071	10828	12017	143,4
Соотношение выработанной продукции и оборота общественного питания, %	95,0	87,9	87,1	88,3	92,9
Выработка собственной продукции на одно действующее предприятие питания, млн руб.	3,710	4,863	5,516	6,355	171,3

*Составлено по: [9].

Кадровый потенциал является значимым стратегическим потенциалом предприятий общественного питания.

Большой проблемой в исследуемом периоде стала нехватка профессиональных кадров. Большую роль в снижении численности работников оказал ковид, когда работники предприятий из-за закрытия или сужения деятельности, перехода на доставку вынуждены были переходить на другую работу. Также в период введения экономических санкций к России в предприятиях общественного питания России, особенно в сетевых, уволились и уехали многие квалифицированные иностранные работники предприятий питания, потребовалось время на их замену.

Количество работников на предприятиях общественного питания в потребительской кооперации за 2020–2023 годы сократилось на 16,25% и составило 9303 чел. Однако данная тенденция в большей степени связана с закрытием предприятий, так как показатель количества работников на одно предприятие практически не изменился.

В целом по Российской Федерации и по системе потребительской кооперации

России количество работников на одно предприятие общественного питания примерно одинаково – 4–5 чел. Однако если в целом по предприятиям общественного питания России наблюдается рост численности работников на одно предприятие, то по предприятиям питания потребительской кооперации отмечается снижение этого показателя (табл. 8).

Важным аспектом является квалификация работников. Поэтому большое внимание уделяется обучению и переобучению. С целью адаптации работников к новым технологиям и формам работы, с введением новых стандартов безопасности, гигиены и обслуживания посетителей предприятия общественного питания вынуждены постоянно повышать квалификацию работников, однако осуществляют это не все, что связано с дополнительными затратами для предприятий питания.

Важную роль играет материальное стимулирование работников. В целом по России по виду деятельности «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» заработная плата увеличилась на 61% и составила 44133 руб.

Таблица 8

**Динамика численности работников на одно предприятие питания
и заработной платы работников предприятий за 2020–2023 годы***

Показатели	2020	2021	2022	2023	Темп роста, %
Количество работников на одно предприятие питания в потребительской кооперации, чел.	4,9	5,0	4,9	4,9	100,0
Количество работников на одно предприятие питания в целом по РФ, чел.	4,3	4,4	4,5	4,7	109,3
Заработная плата работников питания в потребительской кооперации, руб	16987	19915	23527	27393	161,3
Заработная плата работников в целом по РФ	27411	33225	37572	44133	161,0
Производительность труда работников общественного питания в потребительской кооперации, тыс. руб	830	1104	1282	1464	176,4
Производительность труда работников общественного питания, млн руб.	1,806	2,325	2,746	3,141	173,9

*Составлено по: [9].

В потребительской кооперации заработная плата работников предприятий питания за 2020–2023 годы также увеличилась на 61,3%, но составила 27393 руб. Конечно, заработная плата работников предприятий общественного питания потребительской кооперации значительно ниже (на 37,9%), чем в целом по России. Следует отметить, что также увеличивалась производительность труда работников общественного питания. В целом по предприятиям общественного питания России на 73,9%, в потребительской кооперации на 76,4%, что свидетельствует о положительной тенденции превышения темпов роста производительности труда над темпами роста заработной платы.

Прибыль и рентабельность – важные показатели, отражающие состояние отрасли в изменяющейся среде. В целом по России в 2020 году закрытие предприятий общественного питания во время ковидных ограничений привело к резкому снижению прибыли и рентабельности предприятий, а в некоторых случаях к убытку. Несмотря на начавшееся восстановление общественного питания в 2021 и 2022 годах полностью вернуть утраченные позиции не получилось. Произошел рост цен на сырье, изменились предпочтения потребителей, остались действовать некоторые ковидные ограничения,

а в 2022 году также оказало влияние введение экономических санкций. Многие предприятия общественного питания начали сокращать свои издержки путем разработки различных мер экономии. С 2023 года продолжилось восстановление и развитие предприятий общественного питания. Предприятия общественного питания адаптировались к новым условиям. Прибыль возросла, но достичь допандемийного уровня не смогла. Рентабельность предприятий общественного питания в России колебалась в 2023 году от 3 до 10% в зависимости от типа предприятия питания и региона.

Предприятиями общественного питания потребительской кооперации в 2020 году был получен убыток. В дальнейшем общественное питание потребительской кооперации работало рентабельно. Прибыль за 2021–2023 годы увеличилась. В 2023 году рентабельность предприятий общественного питания достигла 3,16%. Соответственно прибыль на одно предприятие общественного питания также с 2021 по 2023 год выросла, хотя в 2020 году наблюдался убыток.

Выводы и заключение. Таким образом, в период 2020–2023 годов большое влияние на развитие предприятий общественного питания оказывала внешняя среда. Ее изменения были непредсказуемы. Это касается и

периода ковидных ограничений, и периода введения экономических санкций. Предприятиям общественного питания приходилось постоянно адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды, находить пути выживания и дальнейшего развития. Можно сделать вывод, что за исследуемый период адаптация предприятий общественного питания в целом по России и в системе потребительской кооперации к факторам внешней среды проходила по-разному в силу особенностей обслуживаемых территорий и контингентов, но в целом предприятия смогли адаптироваться и получить возможность для дальнейшего развития. Оборот общественного питания как в целом по России, так и в потребительской кооперации имел тенденцию роста, увеличивалась прибыль. Следует отметить, что в потребительской кооперации из-за низких доходов обслуживающего сельского населения объемы деятельности недостаточны для эффективной работы всех предприятий, поэтому часть предприятий закрылась, часть сдавалась в аренду. Недостаток профессиональных кадров испытывали все предприятия общественного питания, однако в потребительской кооперации отсутствие кадров еще усугубилось низкими заработными платами. Рост количества предприятий быстрого обслуживания наблюдается как в целом по России, так и по системе потребительской кооперации, повсеместно происходило внедрение доставки продукции на дом. Большое внимание уделялось внедрению технических средств и цифровых технологий в предприятия общественного питания. Однако цифровизация предприятий потребительской кооперации в сельской местности затруднена из-за отсутствия Интернета в отдельных населенных пунктах. Таким образом, во время ковидных ограничений и в период введения экономических санкций многие предприятия общественного питания изменили подходы к управлению, к работе с клиентами, что позволило им адаптироваться к факторам внешней среды. Дальнейшее развитие будет

зависеть от внешних факторов, прежде всего от экономической стабильности, а также от предпочтений клиентов.

Список литературы

1. **Исаенко, А. В.** Общественное питание в условиях социальных ограничений в результате распространения инфекции COVID-19: проблемы и пути их решения / А. В. Isaenko. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы развития общественного питания и пищевой промышленности : материалы V международной научно-практической и научно-методической конференции (17 марта 2021 года) ; АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». – Белгород : Издательство БУКЭП, 2021.
2. **Исаенко, Е. В.** Состояние и перспективы развития общественного питания / Е. В. Isaenko, A. В. Isaenko. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 5 (84). – С. 9–23.
3. **Исаенко, Е. В.** Исследование развития рынка услуг в условиях изменяющейся внешней среды / Е. В. Isaenko, B. B. Иголкина. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 3 (82). – С. 9–22.
4. **Исаенко, Е. В.** Исследование эффективности розничной торговли и общественного питания потребительской кооперации / Е. В. Isaenko, A. В. Isaenko. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 5 (102). – С. 173–192.
5. **Макринова, Е. И.** Развитие гастрономического туризма как фактор формирования имиджа и повышения туристической привлекательности региона : монография / Е. И. Макринова, А. В. Isaenko,

А. В. Королев. – Белгород : Издательство БУКЭП, 2017. – Текст : непосредственный.

6. **Тарасова, Е. Е.** Оценка качества услуг предприятий общественного питания на основе маркетинговых исследований. / Е. Е. Тарасова, Ю. Б. Тимошенко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2011. – № 1. – С. 13–19.

7. **Тедеева, Р. А.** Оценка влияния отдельных факторов на результаты функционирования рынка общественного питания Белгородской области / Р. А. Тедеева, А. Н. Ковалев. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – № 5(66). – С. 136–145.

8. **Теплов, В. И.** Теоретическое обоснование ценностной модели развития потребительской лояльности к предприятию

общественного питания / В. И. Теплов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 4(52). – С. 5–20.

9. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Российской Федерации за 2020, 2021, 2022, 2023 годы // Центросоюз Российской Федерации : [сайт]. – Текст : электронный.

10. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. – Режим доступа: <http://www.gks.ru>. – Текст : электронный.

11. International journal of market research Edited by P/ Mouncey. – The market Research Society, 2014. – V. 56. – № 1. – 133 p.

12. <https://businessstat.ru/russia/services/catering/>.

Isaenko E.V.

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

Isaenko A.V.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD of Economics, Dean of the Faculty of Public Catering and Goods Expertise, Professor, Professor, Chair of Public Catering Technology and Goods Expertise

Tarasova E.E.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, PhD of Economics, Professor, First Vice-Rector for Research, Professor, Chair of Hotel and Tourist Service, Commerce and Advertising

ADAPTATION OF PUBLIC CATERING ENTERPRISES TO ENVIRONMENTAL FACTORS

Abstract. The article provides an analytical review of the development of catering enterprises in Russia in general and the consumer cooperation system in particular. The external environmental factors that influenced the change in quantitative and qualitative indicators of catering enterprises are identified. Particular attention is paid to the adaptation of catering enterprises during the lockdown and the period of economic sanctions.

The article identifies the main trends in the development of catering enterprises in Russia in general and consumer cooperation of the Centrosoyuz system. The change in catering turnover is considered, an analysis of the development of the material and technical base of catering enterprises in general and by type is carried out, the development of human resources is shown, and the dynamics of financial results are studied.

The indicators of catering enterprises in Russia in general and in the consumer cooperation system in particular, having unidirectional and multidirectional dynamics, as well as the factors that influenced such dynamics are identified. The measures taken by catering enterprises in order to adapt to environmental factors are shown.

The study was conducted on catering enterprises in Russia and consumer cooperation of the Centrosoyuz system of the Russian Federation for 2020-2023. In the process of the research, a systemic and complex approach was used, as well as the methods of: induction and deduction, analysis and synthesis, observation, comparison, relative and average values, index. The research was carried out on statistical materials of Russia and consumer cooperation.

Keywords: public catering, public catering establishments, consumer cooperation, external environment, external environmental factors.

References

1. Isaenko, A. V. (2021). Obshchestvennoye pitanie v usloviyakh sotsial'nykh ogranicheniy v rezul'tate rasprostraneniya infektsii COVID-19: problemy i puti ikhresheniya [Catering in the context of social restrictions as a result of the spread of COVID-19 infection: problems and solutions]. Aktual'nyye

problemy razvitiya obshchestvennogo pitaniya i pishchevoy promyshlennosti: Materialy V mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy i nauchno-metodicheskoy konferentsii (17 marta 2021 goda) [Actual problems of development of catering and food industry: Proceedings of the V international scientific-practical and scientific-methodical conference (March 17, 2021)]. Belgorod: Published by BUKEP.

2. Isaenko, E.V., Isaenko, A.V. (2020). Sostoyaniye i perspektivy razvitiya obshchestvennogo pitaniya [State and prospects of development of public catering]. *Vestnik BUKEP* [Herald of BUKEP]. 5 (84), 9–23.
3. Isaenko, E.V., Igolkina, V.V. (2020). Issledovaniye razvitiya rynka uslug v usloviyakh izmenyayushcheysha vneshney sredy [Research of development of the services market in the conditions of changing external environment]. *Vestnik BUKEP* [Herald of BUKEP]. 3 (82), 9–22.
4. Isaenko, E.V., Isaenko, A.V. (2023). Issledovaniye effektivnosti roznichnoy torgovli i obshchestvennogo pitaniya potrebitel'skoy kooperatsii [Research of the efficiency of retail trade and public catering of consumer cooperatives]. *Vestnik BUKEP* [Herald of BUKEP]. 5 (102), 173–192.
5. Makrinova, E.I., Isayenko, A.V., Korolev, A.V. (2017). Razvitiye gastronomiceskogo turizma kak faktor formirovaniya imidzha i povysheniya turisticheskoy privlekatel'nosti regiona [Development of gastronomic tourism as a factor in forming the image and increasing the tourist attractiveness of the region]. Belgorod.
6. Tarasova, E.E., Timoshenko, Yu.B. Otsenka kachestva uslug predpriyatiy obshchestvennogo pitaniya na osnove marketingovykh issledovanii [Assessment of the quality of services of public catering establishments based on marketing research]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1, 13-19.
7. Tedeyeva, R.A., Kovalev, A.N. (2017). Otsenka vliyaniya otdel'nykh faktorov na rezul'taty funktsionirovaniya rynka obshchestvennogo pitaniya Belgorodskoy oblasti [Assessment of the influence of individual factors on the results of functioning of the public catering market of the Belgorod region]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 5(66), 136-145.
8. Teplov, V.I. (2014). Teoreticheskoye obosnovaniye tsennostnoy modeli razvitiya potrebitel'skoy loyal'nosti k predpriyatiyu obshchestvennogo pitaniya [Theoretical substantiation of the value model of development of consumer loyalty to the public catering enterprise]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4(52), 5-20.
9. Osnovnyye pokazateli sotsial'no-ekonomiceskoy deyatel'nosti potrebitel'skoy kooperatsii Rossiyskoy federatsii za 2020, 2021, 2022, 2023 gody. Tsentrrosoyuz Rossiyskoy Federatsii [Key indicators of socio-economic activity of consumer cooperation of the Russian Federation for 2020, 2021, 2022, 2023. Centrosoyuz of the Russian Federation].
10. Ofitsial'nyy sayt Federal'noy sluzhby gosudarstvennoy statistiki Rossiyskoy Federatsii [Official website of the Federal State Statistics Service of the Russian Federation]. Retrieved from: <http://www.gks.ru>.
11. International journal of market research. Edited by P. Mouncey. The market Research Society, 2014. 56 (1), 133.
12. <https://businessstat.ru/russia/services/catering/>.

Снитко Л.Т.

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

Линиченко Д.С.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ РИСКАМИ В СИСТЕМЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ BANI-WORLD И ИНДУСТРИИ 4.0

Аннотация. В непрерывно изменяющейся современной экономической среде, трансформирующейся под влиянием все новых вызовов и угроз, экономическая устойчивость предприятий является одной из наиболее чувствительных к изменениям, и поддержание ее высокого уровня в длительной перспективе требует гибкости и адаптации стратегической системы управления экономическими рисками. Целью исследования является определение особенностей формирования стратегии управления экономической безопасностью предприятия на базе управления экономическими рисками в условиях изменяющейся глобальной экономической среды и новых технологических тенденций. В процессе работы были использованы следующие методы исследования: диалектический, метод теоретического обобщения и сравнения, логический, метод сравнительных характеристик, анализа и синтеза.

Предполагается, что целью менеджмента экономической безопасности предприятий является обеспечение их устойчивого и результативного функционирования в текущий момент времени и в будущем. Риск-ориентированная система управления экономической безопасностью позволит предприятиям стабилизировать текущее состояние, достичь эффективности финансово-хозяйственной деятельности на длительное время, учитывая существенные риски, спровоцированные изменениями в турбулентном и неопределенном мире BANI. Выделены наиболее существенные и достойные управленческого внимания экономические риски для отечественных предприятий в условиях BANI-World и распространения тенденций Индустрии 4.0. Исследован и детализирован процесс разработки и внедрения стратегии экономической безопасности, в том числе такие его этапы, как анализ финансово-хозяйственной деятельности, формирование стратегических целей, разработка способов их реализации, конкретизация стратегии на разные периоды и оценка ее результатов. Установлена важность взаимодействия и интеграции управления экономической безопасностью со стратегией развития предприятия и его риск-менеджментом. Сделан акцент на необходимости учета характеристик современного мира и экономических условий, видоизмененных Индустрией 4.0, при разработке стратегии экономической безопасности хозяйствующих субъектов и соблюдении последовательности функций системы управления в этом процессе, таких как аналитическая, нормативно-правовая, организационно-административная, прогнозная, учетно-контрольная и информационная.

Ключевые слова: экономическая безопасность, стратегическое управление, управление, стратегия, риск, риск-менеджмент, мир BANI, Индустрия 4.0, угрозы.

Введение. Менеджмент субъектов хозяйствования должен иметь отдельное комплексное направление управления рисками, чтобы получать актуальный аналитический контент для постановки стратегических ориентиров и разработки механизмов достижения высокого уровня экономической безопасности с учетом экономических и других видов рисков.

Разработка стратегий управления экономической безопасностью в ситуации, когда предусмотреть развитие событий в экономической среде невозможно, требует от топ-менеджмента отечественных компаний глубоких теоретических знаний и практического опыта в области риск-менеджмента. Дополнительную актуальность этому управленческому вызову придает тот факт, что на смену знакомым современному бизнесу характеристикам мира VUCA (аббревиатура слов: *volatility* – волатильность, нестабильность, *uncertainty* – неопределенность, *complexity* – сложность, *ambiguity* – неоднозначность, многозначность) приходит концепция BANI (*brittle* – хрупкий, *anxious* – тревожный, беспокойный, *non-linear* – нелинейный, *incomprehensible* – непонятный, непостижимый).

Учитывая новые условия ведения хозяйственной деятельности, необходимо исследовать особенности создания и адаптации стратегий управления экономическими рисками для достижения предприятиями состояния экономической безопасности в условиях постоянной смены экономического окружения. Создание целостной системы обеспечения финансово-экономической безопасности и эффективное управление экономическими рисками остаются актуальными задачами менеджмента, требующими немедленных путей их решения на теоретическом и прикладном уровнях.

Проблемы обеспечения экономической безопасности хозяйствующих субъектов различных видов экономической деятельности, безопасность ориентированного риск-менеджмента на разных уровнях

управления – стратегическом и тактическом – в неоспоримо сложных условиях современного мира и в водовороте новейших тенденций Индустрии 4.0 являются предметом исследований большого количества ученых и практиков.

Проблемные аспекты обеспечения экономической и финансовой безопасности на уровне субъектов хозяйствования и государства рассматриваются в публикациях таких ученых, как: В.А. Богомолова [2], Э.А. Гомонко [3], А.С. Высочиненко, Д.В. Дианова [4], Е.И. Кузнецова [5], Р.А. Мошкова [6], Ф. Найт [7], И.В. Охрименко [8], Т.Н. Прижигалинская [10], Л.Т. Снитко [9, 10, 11] и других.

Не умаляя значения упомянутых научных исследований и влияния на отечественную науку их создателей, следует отметить, что в условиях санкционной экономики, финансово-экономического кризиса, политической нестабильности, распространения тенденций Индустрии 4.0 и проявлений Индустрии 5.0 необходимы дальнейшие исследования проблем стратегического риск-менеджмента и управления экономической безопасностью под влиянием реалий мира BANI.

Рабочая гипотеза состоит в усиении воздействия экономических рисков и результативности управления ими в условиях BANI-WORLD и Индустрии 4 на экономическую безопасность предприятия.

Целью исследования является определение особенностей формирования стратегии управления экономической безопасностью предприятия на базе управления экономическими рисками в условиях изменяющейся глобальной экономической среды и новых технологических тенденций.

Для достижения поставленных целей необходимо выполнить следующие задачи: охарактеризовать условия функционирования предприятий, обобщить подходы к созданию стратегии управления экономическими рисками и сформировать авторское видение основ внедрения стратегического

управления экономической безопасностью на предприятии.

Методы исследования. Для решения поставленных задач в процессе работы были использованы следующие методы: диалектический, метод теоретического обобщения и сравнения, логический, метод сравнительных характеристик, анализа и синтеза.

Результаты исследования. В условиях политической и экономической нестабильности, беспрецедентных санкций приоритетной задачей для хозяйствующих субъектов является противодействие рискам, негативные последствия которых могут повлечь за собой временную остановку деятельности, что может иметь тяжелые социальные и экономические последствия. Экономические риски – это события во внешней и/или внутренней среде функционирования предприятия, которые могут привести к потере доходов, превышению запланированных расходов, нарушению платежной дисциплины, финансовой способности предприятия выполнять свои обязательства и т.д. Именно экономические риски для объектов хозяйствования становятся достаточно ощутимыми. Поэтому управленческому персоналу следует уметь их предвидеть, прогнозировать, оценивать, предупреждать.

Препятствием для выполнения этой управленческой задачи на практическом уровне становятся реалии мира BANI, в условиях которого прогнозы и форсайты имеют низкий уровень реалистичности и достоверности. При постоянном изменении и динамике экономических факторов, появлении новых экономических рисков состояние экономической устойчивости предприятия и его систем позиционируется как одна из самых чувствительных к изменениям характеристик, поэтому стратегическая система управления экономической безопасностью должна демонстрировать гибкость и способность к трансформациям под влиянием вариативности. условий осуществления хозяйственной деятельности.

* - [A1].

Управление экономической безопасностью может иметь разную цель, но приоритетной целью в настоящее время должен стать эффективный и последовательный риск-менеджмент, отвечающий требованиям и вызовам современности, позволяющий предприятиям обеспечить эффективность не только на текущий период, но и на длительный срок, учитывая все возможные факторы, влияющие не только на конкретный момент времени, но и на будущее, а следовательно, безопасно ориентированный менеджмент должен носить стратегический характер. При разработке стратегических планов следует учитывать, что понятия равновесия, стабильности и поступательности уже не соответствуют маркерам современного мира, ныне характеризующегося как хрупкий, беспокойный, нелинейный, непостижимый, – то есть BANI World.

Концепция VUCA-мира являлась действенной и оправданной более 40 лет. Как известно, термин VUCA появился в конце 20 века и отражал сложность принятия решений в условиях частых и резких трансформаций в технологиях, культуре, социуме, политике, экономике.

Однако с учетом глобальных изменений за эти десятилетия данная модель устарела, т.к. новой* реальностью стал BANI-World (BANI-мир).

В настоящее время происходящие в мире процессы стали более сложными и комплексными и перестали вписываться в концепцию VUCA-мира. Аббревиатура VUCA (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity – нестабильность, неопределенность, сложность и неоднозначность) характеризовала изменчивую и сложную реальность и использовалась в бизнес-среде.

Альтернативная концепция BANI-мира (Brittle Anxious Nonlinear Incomprehensible world) – концепция новой тревожной реальности, в которой может неожиданно сломаться все, даже самое надёжное, и чем сильнее иллюзия стабильности, тем масштабнее предстоящая катастрофа [1, 12].

Автором идеи создания концепции BANI-World принято считать профессора Калифорнийского университета Жаме Кассио (Jamais Cascio). В статье Facing the Age of Chaos («Встреча с эпохой хаоса») он предсказал появление BANI-мира еще за несколько лет до пандемии COVID-19 [14].

Как отмечено выше, определение BANI-мира представляет собой аббревиатуру, которая включает четыре основные характеристики современного мира:

1. *Brittle* (*Хрупкий*). Это значит, что мир становится более хрупким, подверженным риску и неустойчивости. Хрупкость связана с тенденцией к возникновению неожиданных кризисов, разрушительных событий, которые могут произойти внезапно и привести к серьезным последствиям. В сегодняшнем мире хрупкость появляется из-за диссонанса между тем, что система проявляет на поверхности и на какой основе существует.

2. *Anxious* (*Тревожный*). Это понятие описывает общее чувство тревоги и неуверенности, которое характерно для современного мира. Люди чувствуют беспокойство по поводу различных аспектов жизни, таких как экономика, здоровье, политика. Тревожность становится основной болезнью.

3. *Non-linear* (*Нелинейный*). Мир становится непредсказуемым в своем развитии. Взаимосвязи между различными событиями и явлениями сложные и неочевидные. События имеют системный эффект, влияя сразу на все и всех.

4. *Incomprehensible* (*Непостижимый*). Мир становится непостижимым и трудным для понимания. Быстрое развитие технологий, глобальные изменения, трансформации в социуме и культуре обусловливают сложности в понимании происходящих процессов и определении тенденций. Теряется способность понимать причины событий, так как часто они лежат где-то глубоко в прошлом или вообще не в той сфере, в которой логично их искать.

На рисунке представлена сравнительная инфографика VUCA и BANI-концепций, разработанная Стивеном Грабмиером на основе работ Жаме Кассио [14].

Бессспорно, что полного понимания происходящего и возможности нивелировать неверные решения, застраховаться от рисков BANI-концепция не гарантирует. Однако при этом она позволяет увидеть, какие модели мышления будут ограничителями в новой реальности.



Рис. Сравнительная инфографика VUCA и BANI-концепций*

* Составлено по: [1].

На первый план выходит не умение понимать и строить прогнозы и планы, которые будут сбываться, а способность быстро чувствовать происходящее и адаптироваться к нему. Эти качества присущи субъектам с гибкой картиной мира, которые могут изменять свои ментальные модели и адаптироваться к сложным процессам, которые сегодня разворачиваются.

Важно понимать, что с миром все в порядке: человечество живет, и это приводит к таким изменениям, которые описываются через концепцию BANI. Проблемы могут возникать из-за отсутствия гибкости, адаптивности. Важно признать приоритет эмерджентных систем перед иерархиями и научиться принимать правильные решения вместо простых.

Концепция VUCA уже давно используется для описания изменчивости, которая стала нормой в мире бизнеса. Однако модель BANI идет на шаг дальше и помогает компаниям рассмотреть хаотичные и совершенно непредсказуемые воздействия, которые могут оказать серьезное влияние на их деятельность – от коронавируса и климатических изменений до инфляции и вооруженных конфликтов. Компании должны уделять больше внимания тому, чтобы справляться с совершенно непредсказуемыми кризисами.

Предприятия могут использовать концепцию BANI-World для адаптации своих бизнес-стратегий и методов управления к современной среде. Способы применения этой концепции следующие:

- развитие гибких стратегий;
- управление рисками;
- инновации и адаптация;
- культура гибкости и открытости.

В целом применение концепции BANI-World в бизнесе помогает создавать адаптивные, гибкие и инновационные компании, которые способны эффективно справляться с вызовами современного мира [13].

В современных исследованиях управление экономической безопасностью предприятия всегда объединяет факторы

и риски, оказывающие на нее влияние, в целостную и сложную систему. На организацию и реализацию стратегического управления экономической безопасностью предприятия влияет множество факторов, таких как недоступность ресурсной базы и невозможность прогнозировать изменения, отсутствие практики стратегического управления в целом, а также изменение экономического поведения предприятий и подходов к управлению ими в реалиях BANI-World, то есть их адаптация к постоянным нарушениям (разрушениям), хрупкости экономических отношений, явлений и процессов, к тревожности и негативным ожиданиям от событий будущего, которые будут влиять на деятельность хозяйственных структур в перспективе; нелинейности и непонятности в организации бизнес-процессов, при реализации планов и программ экономического развития.

Под стратегическим управлением экономическими рисками предлагаем понимать совокупность действий по сбору информации о существующих рисках, ее систематизации, планированию вероятности наступления риска и предвидению его последствий по разным сценариям, организации действий по противодействию негативным последствиям риска и минимизации силы его влияния и компенсации ущерба, контроля эффективности мер риск-менеджмента, а также обеспечение согласования стратегических ориентиров управления рисками с генеральной стратегией функционирования и развития предприятия в части обеспечения его экономической безопасности на разных временных горизонтах.

Считается, что стратегия управления экономической стабильностью, а, следовательно, и экономической безопасностью, должна содержать не только динамические и статические аспекты, но также их взаимное сочетание, что обуславливается следующими факторами:

- непредсказуемостью изменений во внешней среде;

- ограниченностью возможности абсолютного контроля над внутренней ситуацией;
- конфликтами интересов и т.д.

Что касается общего понимания экономической безопасности предприятия, эта концепция является комплексной и охватывает почти все функциональные сферы деятельности предприятия. Мы предлагаем понимать экономическую безопасность предприятия как состояние наиболее эффективного использования имеющихся ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения его устойчивого развития в течение определенного времени, в котором все жизненно важные компоненты структуры и деятельности предприятия защищены от имеющихся опасностей, угроз и других непредвиденных обстоятельств. К таким обстоятельствам вполне справедливо можно отнести экономические риски, количество и видовое разнообразие которых постоянно увеличивается.

Наиболее существенными и достойными управленческого внимания экономическими рисками для отечественных предприятий в условиях BANI World и распространения тенденций Индустрии 4.0 считаем:

- потери человеческого капитала;
- низкий удельный вес нематериальных активов в структуре активов;
- низкий уровень интеллектуального капитала и потенциала;
- цифровизацию бизнес-процессов и их полный перевод в цифровую онлайн-среду;
- высокий уровень морального и физического износа оборудования;
- использование нелицензионного программного обеспечения для формирования информационной среды;
- низкий уровень мотивации персонала;
- недостаточность бюджетного финансирования и государственной финансовой помощи;

- высокую стоимость кредитных ресурсов и недоступность инвестиционного капитала из-за низкой инвестиционной привлекательности;

- ограничения на использование валютных активов и нестабильности валютных курсов и т.д.

В целом основной целью управления экономической безопасностью предприятия является обеспечение его устойчивого и результативного функционирования на современном этапе и в будущем, что указывает на стратегическое направление. Достижение намеченной цели возможно только при условии, что система выполняет определенную последовательность функций, а именно: аналитическую, нормативно-правовую, организационно-административную, прогнозную, учетно-контрольную и информационную.

Для обеспечения надлежащего уровня экономической безопасности руководство предприятия должно формировать сознательное и рациональное отношение к риску на всех уровнях управления и при реализации каждого отдельного бизнес-процесса, от его начала и до конца, учитывать его возможные последствия при принятии управленческих решений, особенно при формировании генеральной стратегии предприятия и политики его риск-менеджмента.

Стратегическое управление экономическими рисками должно быть одним из разделов общей стратегии экономической безопасности предприятия и важным направлением менеджмента, обеспечивающим защиту от негативного влияния на корпоративные ресурсы компаний destabilизирующих факторов, внутренних и внешних угроз и их экономических последствий с целью достижения экономических целей предприятия и их коммерческих интересов.

Следует также отметить, что процесс разработки стратегии управления экономическими рисками в системе обеспечения экономической безопасности должен учитывать как объективные факторы (угрозы),

влияющие на деятельность предприятия, так и субъективные (экономическая политика, контролируемая государством, позиция и мнение руководителей государственных органов, а также политическая ситуация).

Стратегия управления экономическими рисками как элемент стратегии обеспечения экономической безопасности разрабатывается с учетом особенностей хозяйственной деятельности, потенциальных и реальных угроз, а также перспектив развития предприятия в условиях неопределенности. Документально она представляет информацию о комплексных, долгосрочных и наиболее важных целях, планах и намерениях руководства предприятия, направленных на создание системы безопасности, механизмов управления рисками и взаимодействия между подразделениями организационной структуры с целью противодействия потенциальным и реальным внешним и внутренним угрозам и рискам, эффективной реализации миссии, достижения поставленных целей и обеспечения стабильного развития предприятия в перспективе.

Процесс разработки стратегии управления экономическими рисками в рамках стратегии обеспечения экономической безопасности на среднесрочную и долгосрочную перспективу включает, по нашему мнению, несколько основных этапов:

1. Анализ текущего состояния финансово-хозяйственной деятельности предприятия и определение влияющих на него экономических рисков.

2. Формирование стратегических целей деятельности предприятия по управлению экономическими рисками на текущий, среднесрочный и длительный периоды.

3. Разработка наиболее эффективных путей реализации стратегических целей при условии появления новых экономических рисков.

4. Конкретизация стратегии управления экономическими рисками предприятия по периодам ее реализации.

5. Оценка разработанной стратегии и, при необходимости, ее корректировка.

Первый этап включает в себя анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. На этом этапе сравниваются плановые показатели с реальными финансово-экономическими результатами, а также с показателями конкурентов и среднеотраслевыми показателями. Также определяются экономические риски, влияющие на результативность, недостатки и неиспользованные возможности.

Второй этап состоит в формировании долгосрочных целей, задач и направлений управления экономическими рисками. Это помогает создать эффективный план развития механизма риск-менеджмента предприятия и обеспечить надлежащий уровень экономической безопасности.

Разработка наиболее эффективных способов реализации стратегических целей по управлению экономическими рисками – третий этап. Он подразумевает постоянный мониторинг и контроль за достижением цели. Ошибки могут привести к финансовым потерям или убыткам, поэтому важно постоянно проверять план и вносить изменения при необходимости.

Четвертый этап – конкретизация стратегии управления экономическими рисками в системе экономической безопасности по периодам реализации. На этом этапе определяются последовательность и сроки достижения отдельных целей и стратегических задач, что помогает обеспечить синхронизацию управленческих усилий во времени.

Завершающим этапом является оценка стратегии управления экономическими рисками по следующим критериям:

- соответствие разработанной стратегии генеральной стратегии предприятия;
- уровень внутренней сбалансированности стратегии;
- уровень адаптации стратегии к изменениям внешней среды;
- результативность стратегии.

Таким образом, разработка и формирование стратегии управления экономическими рисками в системе экономической безопасности предприятия помогают принимать эффективные безопасно ориентированные управленческие решения в условиях постоянных изменений во внешней и внутренней среде. Это позволяет предприятию избежать больших финансовых потерь, увеличить прибыль и сделать предприятие

более привлекательным для инвесторов, а главное – избежать угрозы временного прекращения деятельности по экономическим причинам.

В таблице предложены основы стратегий управления экономическими рисками для стабилизации экономической безопасности с учетом реалий BANI World и Индустрии 4.0.

Таблица

**Стратегии управления экономическими рисками на основе реалий
BANI-World и Индустрии 4.0**

Вид стратегии	Подход к управлению экономическими рисками	Модель системы экономической безопасности	Адаптивность к Индустрии 4.0	Адаптивность к BANI-World
Активная	Максимальный охват вниманием существующих рисков, их постоянный контроль и мониторинг, просмотр стратегических ориентиров раз в год, значительные финансовые затраты на риск-менеджмент, предпочтение минимизации риска и поиск возможностей его использования в пользу предприятия	Комплексная система, которая предполагает наличие разных функциональных подсистем, зон ответственности, четкое распределение обязанностей	Способность интегрировать приемы риск-менеджмента в разные бизнес-процессы в цифровом пространстве, хорошо отвечает таким характеристикам Индустрии 4.0, как самоорганизация и самообучение	Скорость принятия решений и их агрессивность противодействуют неопределенности, повышенное внимание ко всем видам риска противодействует хрупкости, гибкость стратегии позволяет реагировать на проявления нелинейности
Пассивная	Акцент на традиционных рисках, реакция на новые риски эпизодическая и ситуативная, минимальное финансирование риск-менеджмента и отказ от наиболее рисковых видов деятельности, пересмотр стратегии не предусматривается, при необходимости разрабатывается новая стратегия, предпочтение – избеганию или передаче риска	Функции обеспечения экономической безопасности возлагаются на работников предприятия параллельно с их основными должностными обязанностями, отсутствуют четко выраженные признаки системы, но присутствуют ее элементы	Хорошо отвечает такой характеристике Индустрии 4.0, как децентрализация принятия решений, активное использование возможностей коммуникации для срочной реакции на непредсказуемые риски	Ситуативная реакция на риски отвечает на вызовы хрупкости и нелинейности, распределение обязанностей устраняет непонятность, стремление избежать рисков способствует снижению уровня тревожности от «встречи» с ними

Вид стратегии	Подход к управлению экономическими рисками	Модель системы экономической безопасности	Адаптивность к Индустрии 4.0	Адаптивность к BANI-World
Умеренная	Концентрация на наиболее значимых рисках, их предварительное изучение и ранжирование, формирование бюджета расходов на риск-менеджмент по принципу сравнения расходы-потенциальные потери, пересмотр стратегии при необходимости, предпочтение той форме работы с риском (избегание, минимизация, компенсация последствий, пренебрежение), которая является наиболее экономически оправданной	Фрагментарная система экономической безопасности, хорошо развиты основные функциональные подсистемы, отлажены коммуникации относительно обеспечения экономической безопасности между разными отделами, некоторые задачи переданы на аутсорсинг	Изучение рисков от нововведений, автоматизации, новых подходов к производству, обслуживанию и т.д., установка ориентированных протоколов реакции на прогнозируемые риски, которые могут запускаться автоматически в зависимости от оценки риска	Предварительное изучение риска снижает уровень неопределенности, тревожности от существования «неизвестного», возможность использования услуги аутсорсинга снижает уровень непонятности, ведь ответственность возлагается на лицо, лучше понимающее ситуацию

Следовательно, стратегия управления экономическими рисками хозяйствующего субъекта должна быть направлена на защиту экономических интересов предприятия от негативного влияния дестабилизирующих факторов, внутренних и внешних угроз с целью достижения целей его финансово-хозяйственной деятельности и поддержания высокого уровня экономической безопасности. Успешной можно считать такую стратегию, которая при минимуме затрат способна запустить эффективный механизм риск-менеджмента и предотвратить возможную остановку деятельности предприятия по экономическим причинам.

Также она не должна противоречить генеральной стратегии и основным экономическим целям предприятия.

Выводы и заключение.

1. Управление экономическими рисками в системе экономической безопасности предприятий требует учета возможности

быстрого изменения аспектов их хозяйственной деятельности из-за непредсказуемости тенденций внешней экономической среды под влиянием реалий мира BANI, ограниченности контроля над хозяйственными процессами по причине санкций, военных действий и внутренних конфликтов интересов между разными категориями стейххолдеров.

2. Концепция обеспечения экономической безопасности предприятия в перспективе предусматривает комплексный управленческий подход, охватывающий различные функциональные сферы его деятельности. Несмотря на разные стратегические ориентиры, основной целью управления экономической безопасностью является обеспечение устойчивого и результативного функционирования предприятия и минимизация возможности его остановки по экономическим причинам. Это достигается посредством выполнения функций системы

управления рисками, таких как аналитическая, нормативно-правовая, организационно-административная, прогнозная, учетно-контрольная и информационная.

3. Процесс разработки стратегии управления экономическими рисками предусматривает анализ и учет как объективных, так и субъективных факторов, влияющих на деятельность предприятия. Гибкая стратегия, периодически пересматриваемая на уровне топ-менеджмента, органично сочетается с генеральной стратегией предприятия и базируется на анализе всей доступной на определенный момент времени информации о состоянии предприятия и окружающей среды, способствующей созданию эффективной системы экономической безопасности, механизмов безопасоориентированного управления и взаимодействия подразделений предприятия, которые обеспечивают противодействие реальным и потенциальным угрозам и рискам его экономической деятельности, а также способствуют стабильному развитию субъекта хозяйствования в среднесрочной и долгосрочной перспективах.

4. Предложенные стратегии управления экономическими рисками на основе реалий BANI-World и Индустрии 4 (активная, пассивная и умеренная) отличаются полнотой охвата рисков, реакцией на них, скоростью принятия управленческих решений, наличием или отсутствием практики пересмотра стратегий и уровнем финансовой поддержки риск-менеджмента со стороны руководства предприятий.

Список литературы

1. Бизнес-словарь. Деловая среда. Платформа знаний и сервисов для бизнеса. – URL: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/2572-cto-takoe-bani-mir> (дата обращения: 05.08.2024). – Текст : электронный.

2. Богомолов, В. А. Экономическая безопасность : учеб. пособие /

В. А. Богомолов [и др.] ; под ред. В. А. Богомолова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 295 с. – Текст : непосредственный.

3. Гомонко, Э. А. Описание базовых бизнес-процессов производственного предприятия / Э. А. Гомонко, А. С. Высочиненко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2012. – № 3. – С. 166–169.

4. Дианов, Д. В. Прикладные статистические исследования экономической безопасности : монография / Д. В. Дианов. – Москва : Русайнс, 2022. – 193 с. – ISBN 978-5-4365-9791-1. – URL: <https://book.ru/book/945120> (дата обращения: 10.08.2024). – Текст : электронный.

5. Кузнецова, Е. И. Инвестиционный механизм управления экономической безопасностью хозяйствующего субъекта : монография / Е. И. Кузнецова. – Москва : Русайнс, 2021. – 230 с. – ISBN 978-5-4365-6724-2. – URL: <https://book.ru/book/939981> (дата обращения: 15.12.2022). – Текст : электронный.

6. Мошкова, Р. А. Направления совершенствования управления экономической безопасностью транспортных предприятий : монография / Р. А. Мошкова. – Москва : Русайнс, 2021. – 126 с. – ISBN 978-5-4365-6000-7. – URL: <https://book.ru/book/939901> (дата обращения: 10.08.2024). – Текст : электронный.

7. Найт, Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Найт : пер. с англ. – Москва : Дело, 2003. – 360 с. – Текст : непосредственный.

8. Охрименко, И. В. Управление социально-экономическими рисками на разных уровнях экономической безопасности : монография / И. В. Охрименко. – Москва : КноРус, 2022. – 267 с. – ISBN 978-5-406-10183-4. – URL: <https://book.ru/book/945627> (дата обращения: 10.08.2024). – Текст : электронный.

9. **Снитко, Л. Т.** Механизмы обеспечения экономической безопасности предприятия : монография / Л. Т. Снитко, О. А. Клиандухова, Т. В. Емельянова. Белгород : Издательство БУКЭП, 2019. – 169 с. – ISBN 978-5-8231-0931-4. Текст : непосредственный.

10. **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.

11. **Снитко, Л. Т.** Стратегии управления оборотными активами предприятий в контексте их финансовой устойчивости, рисков и экономической безопасности /

Л. Т. Снитко, А. Н. Доценко, Д. С. Линиченко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 1 (104). – С. 32–44.

12. **Тимофеев, М.** Как мы попали из VUCA в BANI-мир и что нам в нем делать / М. Тимофеев. – URL: <https://netology.ru/blog/04-2022-bani-world> (дата обращения: 06.08.2024). – Текст : электронный.

13. **Шантаренкова, М.** Предпринимательство в BANI-мире. Какой он, BANI-мир? / М. Шантаренкова. – URL: <https://upr.ru/article/predprinimatelstvo-v-bani-mire-1/> (дата обращения: 06.08.2024). – Текст : электронный.

14. Jamais Cascio. Facing the Age of Chaos. – URL: <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaosb00687b1f51d> (дата обращения: 06.08.2024). – Текст : электронный.

Snitko L.T.

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

Linichenko D.S.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student, Chair of Economics

FORMATION OF AN ECONOMIC RISK MANAGEMENT STRATEGY IN THE ENTERPRISE'S ECONOMIC SECURITY SYSTEM IN THE CONDITIONS OF BANI-WORLD AND INDUSTRY 4.0

Abstract. In the constantly changing modern economic environment, transformed under the influence of new challenges and threats, the economic stability of enterprises is one of the most sensitive to changes, and maintaining its high level in the long term requires flexibility and adaptation of the strategic system of economic risk management. The purpose of the study is to determine the features of the formation of the strategy of economic security management of the enterprise based on economic risk management in the context of a changing global economic environment and new technological trends. In the process of work, the following research methods were used: dialectical, the method of theoretical generalization and comparison, logical, the method of comparative characteristics, analysis and synthesis. It is assumed that the purpose of economic security management of enterprises is to ensure their sustainable and effective functioning at the current time and in the future. A risk-oriented economic security management system will allow enterprises to stabilize the current state, achieve the effectiveness of financial and economic activities for a long time, taking into account the significant risks provoked by changes in the turbulent and uncertain world of BANI. Emphasis is placed on the need to take into account the characteristics of the modern world and economic conditions modified by Industry 4.0 when developing an economic security strategy for business entities.

Keywords: economic security, strategic management, management, strategy, risk, risk management, BANI world, Industry 4.0, threats.

References

1. Biznes-slovar'. Delovaya sreda. Platforma znaniy i servisov dlya biznesa [Business Dictionary. Business Environment. Knowledge and Services Platform for Business]. Retrieved from: <https://dasreda.ru/learn/blog/article/2572-ctho-takoe-bani-mir>.
2. Bogomolov, V.A. et al. (2009). Ekonomicheskaya bezopasnost': ucheb. posobiye [Economic security: textbook]. Ed. by V.A. Bogomolov. 2nd rev. ed. M.: YuNITI-DANA.
3. Gomonko, E.A., Vysochinenko, A.S. (2012). Opisaniye bazovykh biznes-protsessov proizvodstvennogo predpriyatiya [Description

of basic business processes of a manufacturing enterprise]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3, 166-169.

4. Dianov, D.V. (2022). Prikladnyye statisticheskiye issledovaniya ekonomicheskoy bezopasnosti: monografiya [Applied statistical studies of economic security: monograph]. Moscow: Rusains. ISBN 978-5-4365-9791-1. Retrieved from: <https://book.ru/book/945120>.

5. Kuznetsova, E.I. (2021). Investitsionnyy mekhanizm upravleniya ekonomicheskoy bezopasnost'yu khozyaystvuyushchego sub'yekta: monografiya [Investment mechanism for managing the

economic security of an economic entity: monograph]. Moscow: Rusains. ISBN 978-5-4365-6724-2. Retrieved from: <https://book.ru/book/939981>.

6. Moshkova, R.A. (2021). Napravleniya sovershenstvovaniya upravleniya ekonomicheskoy bezopasnostiyu transportnykh predpriyatiy: monografiya [Directions for improving the management of economic security of transport enterprises: monograph]. Moscow: Rusains. ISBN 978-5-4365-6000-7. Retrieved from: <https://book.ru/book/939901>.

7. Knight, F. (2003). Risk, neopredelennost' i pribyl' [Risk, uncertainty, and profit]. Tr. from English. M.: Delo.

8. Okhrimenko, I.V. (2022). Upravleniye sotsial'no-ekonomiceskimi riskami na raznykh urovnyakh ekonomicheskoy bezopasnosti: monografiya [Management of socio-economic risks at different levels of economic security: monograph]. Moscow: KnoRus. ISBN 978-5-406-10183-4. Retrieved from: <https://book.ru/book/945627>.

9. Snitko, L.T., Klindukhova, O.A., Emel'yanova, T.V. (2019). Mekhanizmy obespecheniya ekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatiya: monografiya [Mechanisms for ensuring economic security of the enterprise: monograph]. Belgorod: Published by BUKEP. ISBN: 978-5-8231-0931-4.

10. Snitko, L.T., Przhigalinskaya, T.N., Borodin, M.A. (2022). Teoretiko-metodologicheskiye osnovy funktsionirovaniya sistemy ekonomicheskoy bezopasnosti

predpriyatiya na osnove risk-oriyentirovannogo upravleniya [Theoretical and methodological foundations of the functioning of the enterprise economic security system based on risk-oriented management]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (92), 9-21.

11. Snitko, L.T., Dotsenko, A.N., Linichenko, D.S. (2024). Strategii upravleniya oborotnymi aktivami predpriyatiy v kontekste ikh finansovoy ustoychivosti, riskov i ekonomicheskoy bezopasnosti [Strategies for managing current assets of enterprises in the context of their financial stability, risks and economic security]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (104), 32-44.

12. Timofeyev, M. Kak my popali iz VUCA v BANI-mir i chto nam v nom delat' [How we got from VUCA to the BANI world and what we should do in it]. Retrieved from: <https://netology.ru/blog/04-2022-bani-world>.

13. Shantarenko, M. Predprinimatel'stvo v BANI-mire. Kakoy on, BANI-mir? [Entrepreneurship in the BANI world. What is the BANI world like?]. Retrieved from: <https://upr.ru/article/predprinimatelstvo-v-bani-mire-1/>.

14. Jamais, Cascio. Facing the Age of Chaos. Retrieved from: <https://medium.com/@cascio/facing-the-age-of-chaosb00687b1f51d>.

Токарь Е.В.

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

Соловьева Л.В.

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

Шариков Р.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ СКОРОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ПОМОЩИ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Аннотация. Вызовы и реалии современного этапа социально-экономического развития общества вносят корректизы в принимаемые на разных уровнях стратегические и оперативные решения. Признание государством вектора развития медицины в 2023 году в направлении от «медицины законченного случая» к «медицине жизненного цикла» означает необходимость проведения существенных изменений в организации и финансировании здравоохранения. Целью исследования является изучение особенностей функционирования и развития системы скорой медицинской помощи Белгородской области на современном этапе. В ходе исследования данных использовались общенаучные методы, такие как синтез, анализ, сравнение, обобщение, системность, комплексность и др. В статье рассматривается необходимость обеспечения развития организаций различных организационно-правовых форм в условиях нарастания ограничений развития российского общества и роль государства в этом процессе и, прежде всего, в сфере здравоохранения. Показаны важность скорой помощи в оказании экстренной медицинской помощи населению. Представлены используемые и рекомендуемые к использованию технологии в ОГБУЗ ССМП Белгородской области. Даны характеристика службы скорой медицинской службы Белгородской области и определены основные проблемы, которые требуют решения для обеспечения ее устойчивого развития. Предложены концептуальные подходы к управлению развитием системы скорой медицинской помощи.

Ключевые слова: развитие, государственное воздействие, здравоохранение, система скорой медицинской помощи региона, обеспечение ее развития.

Введение. Современный этап социально-экономического развития России характеризуется большим количеством дестабилизирующих экономику факторов. Перед Россией стоит задача проведения комплекса активных мероприятий, направленных на модернизацию экономики и общества в условиях нарастания ограничений

развития. Успешность проводимой экономической политики будет определяться правильностью выбора направлений структурно-технологической модернизации и инструментов достижения результатов [12].

Одним из действенных инструментов, на наш взгляд, является активное воздействие государства на обеспечение

устойчивого развития экономики. В Указе Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» и последующих документах уточнены национальные цели развития с учетом изменений в экономической и социальной жизни российского общества. Обозначенные цели могут быть достигнуты, в том числе, при условии проведения активной экономической политики, ориентированной на использование ресурсов и резервов внутреннего спроса, роста инвестиций в целенаправленное социально-экономическое развитие организаций социальной сферы.

Цель исследования заключается в определении особенностей функционирования и развития на современном этапе скорой медицинской помощи Белгородской области.

Чтобы достичь поставленной цели, в научной статье сформулированы следующие задачи:

- установлены тенденции объемов оказания медицинской помощи системы скорой медицинской помощи Белгородской области за 2021–2023 гг.;
- определены основные проблемы развития системы скорой помощи Российской Федерации;
- обобщены концептуальные подходы управления развитием системы скорой медицинской помощи на современном этапе.

Научная гипотеза исследования: смена парадигмы представляется крайне важным условием для обеспечения развития всей системы здравоохранения России, ее адаптации к меняющейся реальности. В связи с этим эффективное функционирование системы скорой медицинской помощи может обеспечиваться ключевыми факторами, которые рассматриваются как синтез концептуальных подходов управления развитием государственного учреждения здравоохранения.

Методы исследования. В ходе исследования данных использовалось общенаучные методы, такие как синтез, анализ, сравнение, обобщение, системность, комплексность и др.

Результаты исследования. Значимым условием обеспечения эффективного функционирования современных российских организаций различных организационно-правовых форм является умение результативно и разумно контролировать процессы социального, организационного, управленческого и технологического прогресса [11]. Поэтому в условиях увеличения ограничений развития важным остается эффективное руководство организацией.

В последнее время вопросы, связанные с развитием системы здравоохранения в России, постоянно находятся в центре внимания как законодательной, так и исполнительной власти [1]. Следует отметить, что в международных и национальных нормативно-правовых документах закреплено право каждого человека на квалифицированную медицинскую помощь и определены регламенты.

Регулирование общественных отношений в сфере здравоохранения осуществляется на основе Конституции [4], федеральных законов, указов Президента [7] и постановлений Правительства, а также приказов Министерства здравоохранения РФ [9]. На региональном уровне и в территориальных муниципальных образованиях органами исполнительной власти принимаются нормативные документы, которые учитывают особенности своей территории. Таким образом, формируется ранжированная законодательная государственная система, позволяющая дифференцировать уровни управления здравоохранением, чтобы адекватно реагировать на изменения условий функционирования организаций.

Важной задачей предприятий здравоохранения является оказание медицинской помощи людям на догоспитальном этапе

при состояниях, угрожающих жизни и здоровью пациента или окружающих его лиц, вызванных внезапными заболеваниями, обострениями хронических заболеваний, несчастными случаями. Учитывая географическое положение приграничных районов Белгородской области в зоне специальной военной операции, задача по оказанию медицинской помощи является весьма актуальной. Скорая медицинская помощь (СМП) является самым массовым, доступным и бесплатным видом медицинской помощи. Процесс формирования системы скорой помощи имеет многовековую историю от эпохи раннего Средневековья до наших дней. Первоначально создавались структуры для оказания помощи раненым во время войн, приютов для пострадавших от стихийных бедствий или нуждающихся в уходе и лечении. Не случайно понятие «скорая помощь» (англ. *ambulance*) сначала обозначало передвижной госпиталь. В Российской империи первые станции скорой медицинской помощи открылись в крупных городах в 1897–1898 гг. во многом благодаря меценатам и энтузиастам-медицинским. В специально оборудованных зданиях медицинские специалисты предоставляли помощь и наблюдали за лицами, которые пострадали в результате несчастных случаев, а впоследствии они стали выезжать к тем, кто внезапно заболел или пострадал от несчастного случая, на специально приобретаемом транспорте [6].

Служба СМП (ССМП) оказывает медицинскую помощь населению Белгородской области, проживающему в ее территориальных границах, с 01 июня 1955 года. В настоящее время она обслуживает 21 район области с общей численностью населения 1531917 чел., среди которых дети в возрасте до 17 лет составляет 18,8%. В структуру ССМП входят 9 подстанций в статусе межтерриториальных диспетчерских центров, которые обслуживают по 2–4 района, то есть примерно 120–125 тыс. населения, Единая

диспетчерская служба, территориальный центр медицины катастроф.

Особая значимость данного сектора отечественного здравоохранения обусловлена тем, что службы скорой помощи оказывают экстренную медицинскую помощь людям на догоспитальном этапе при состояниях, угрожающих жизни и здоровью пациента или окружающих его лиц, вызванных внезапными заболеваниями, обострениями хронических заболеваний, несчастными случаями, травмами и отравлениями, осложнениями беременности и при родах, транспортировку пациентов в стационарные учреждения здравоохранения [9].

Статистика показывает, что количество обращений за медицинской помощью в Белгородской области по поводу неотложных состояний ежегодно варьирует в пределах 30% (рис.1). При этом постоянно растет количество вызовов к лицам старше трудоспособного возраста. Однако их доля в общем количестве вызовов сократилась с 54% в 2021 году до 44,4% в 2023 году. Специалисты скорой помощи принимают активное участие в ликвидации медицинских последствий чрезвычайных происшествий, аварий, катастроф и стихийных бедствий. Так, количество выездов на ДТП за анализируемый период увеличилась соответственно с 1386 до 1765. Оперативно оказывается медицинская помощь пострадавшим в приграничных муниципальных образованиях Белгородской области.

Для ССМП Белгородской области актуальным является обеспечение устойчивого развития. По нашему мнению, для этого должны системно решаться следующие задачи (рис. 2).

Методологической основой формирования и совершенствования механизма управления учреждениями здравоохранения является нацпроект «Здравоохранение» [8].

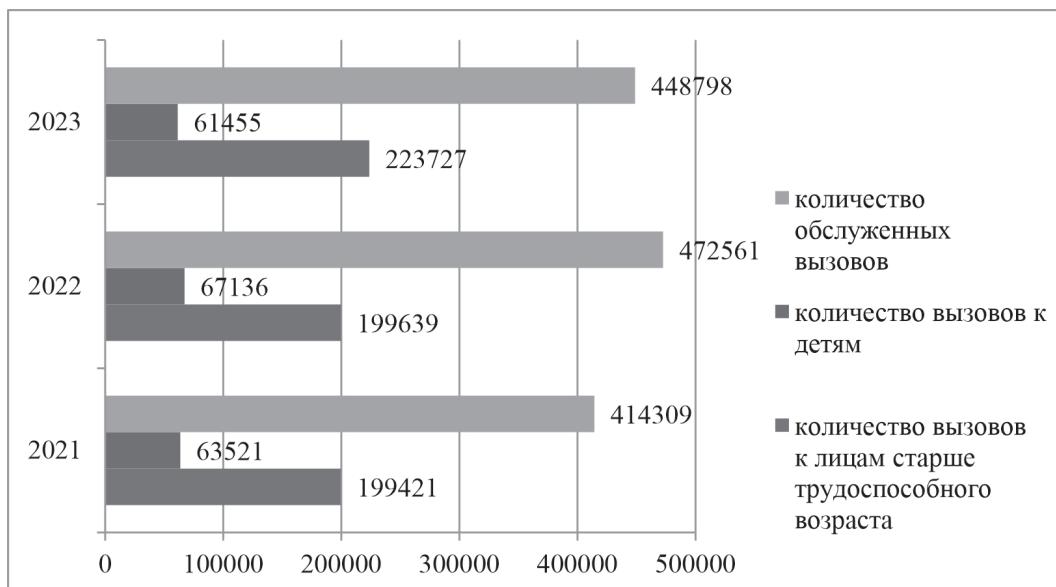


Рис. 1. Динамика объемов оказания медицинской помощи ССМП Белгородской области за 2021–2023 гг.

Вызовы и реалии современного этапа социально-экономического развития общества вносят корректизы в принимаемые на разных уровнях стратегические и оперативные решения. Признание государством вектора развития медицины в 2023 году в направлении от «медицины законченного случая» к «медицине жизненного цикла» означает необходимость проведения существенных изменений в организации и финансировании здравоохранения.

По нашему мнению, смена парадигмы представляется крайне важным условием для обеспечения развития всей системы здравоохранения России, ее адаптации к меняющейся реальности. В связи с этим эффективное функционирование системы скорой медицинской помощи будет обеспечиваться ключевыми факторами, которые, по нашему мнению, могут рассматриваться как синтез концептуальных подходов к управлению развитием государственного учреждения здравоохранения (рис. 3).

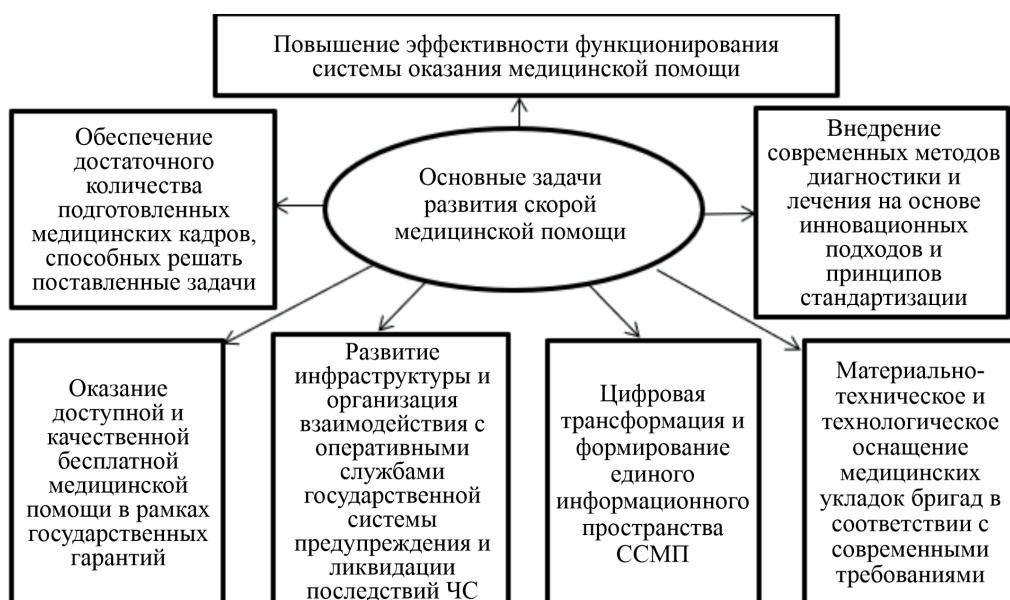


Рис. 2. Основные задачи развития системы скорой помощи

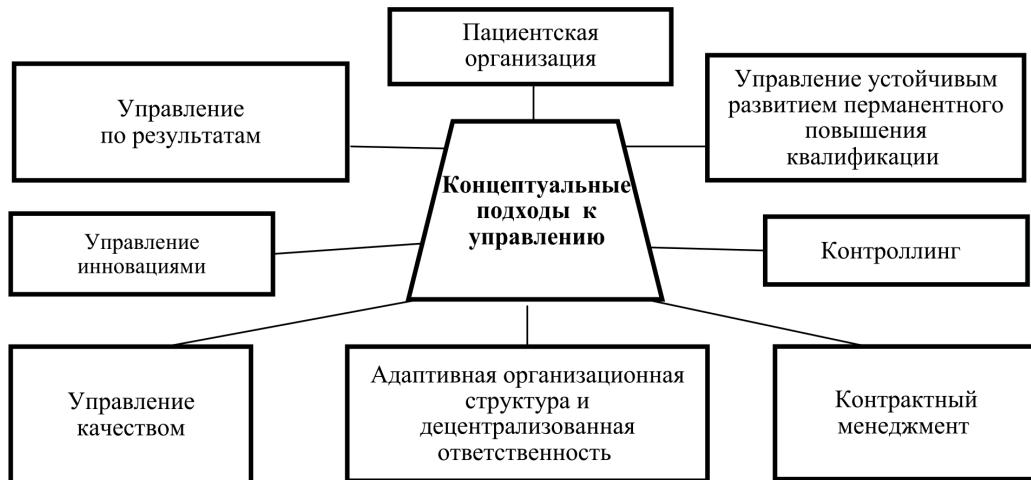


Рис. 3. Концептуальные подходы к управлению развитием системы скорой медицинской помощи

В предложенной концепции управления предполагается использование процедур и методов управления, ориентированных на результаты деятельности и удовлетворение потребностей пациентов [3]. По нашему мнению, управление по результатам предполагает проведение планирования, оценки и мониторинга эффективности деятельности органа управления, организации, всех ее подразделений. Планирование включает в себя разделы ресурсного обеспечения: персонал, финансовые и материально-технические ресурсы, медицинские и информационные технологии. осуществляется работа в автоматизированной системе управления «УССМП» на основе программы 1С «Предприятие» (версия 8.3). Новые критерии и статистические показатели, которые разработаны на ее основе, могут применять медицинские учреждения при разработке программы развития в интересах местного сообщества, проводить экономические расчеты ресурсов и обеспечивать их баланс с объемами и видами медицинской помощи, которые затем представляются в министерство здравоохранения и территориальный фонд обязательного медицинского страхования для корректировки зависимости от планируемых объемов финансового обеспечения.

В современных условиях невозможно представить себе организацию лечебно-профилактических процессов без внедрения информационных технологий. В настоящее

время начал переход от внедрения информационных технологий к цифровой трансформации процессов в медицинской организации [10], что способствует решению многих вопросов функционирования и развития организаций здравоохранения. Цифровизация медицинских учреждений создала условия для того, чтобы развивать не только технологии и методы лечения, но и систему оказания помощи населению [8].

С помощью видеосвязи врачи могут обмениваться мнениями на расстоянии, пациенты могут получать онлайн-консультации специалиста на дому. Нововведения предполагают также увеличение врачебных онлайн-консультаций пациентов с хроническими заболеваниями с помощью приложений для общения в мессенджерах, социальных сообществах и других информационных технологий (табл.).

Следует отметить, что материально-техническое и информационно-технологическое оснащение медицинских организаций ССМП Белгородской области позволяет отслеживать траектории движения и место нахождения автомобилей скорой помощи, процессы оказания медицинской помощи. На основе обобщения получаемой информации в виде систематизированных показателей деятельности руководство может проводить регулярный контроллинг результатов принятых и реализованных решений, а также оперативно реагировать на изменения.

Характеристики используемых и рекомендуемых к использованию технологий в ОГБУЗ ССМП Белгородской области

Технология	Характеристики ее возможностей
Имеющиеся	
Собственные сайты	Размещение информации об организации, графике работы медицинского персонала, о новостях и возможностях осуществления обратной связи и др.
Станции скорой помощи	Систематизирует работу, снижает нагрузки, поскольку снизилось количество вопросов и справок.
Электронная запись вызовов для инвалидов посредством sms-сообщений	Пациент сам может записаться к врачу на подходящее ему время
Интегрированная электронная медицинская карта	Врач одним кликом может посмотреть персональные данные пациента, узнать его историю болезни
Онлайн-общение с пациентами, используя функцию видеозвонков в системе 1-с АСУ ССМП	Оператор может получить важную информацию о состоянии здоровья, дать консультацию или уточнить волнующие вопросы по оказанию скорой медицинской помощи
Рекомендуемые	
Социальные сообщества	Размещение полезного контента по проблемам здоровья, профилактике заболеваний, онлайн-консультации врачей при наличии хронических заболеваний и др.

Управление качеством медицинской помощи заключается не только в обеспечении соблюдения нормативных требований, но и в необходимости учитывать субъективное понимание качества услуги пациентом [2]. Привлечение пациентов к участию в проекте ОНФ «Народная оценка качества» в форме анкетных опросов, организация обратной связи, в том числе в социальных сетях, и работа с обращениями граждан позволяют ССМП Белгородской области улучшить работу.

Следует отметить, что в настоящее время внедрение контрактной системы несколько ограничено преобладающей системой административных отношений. Назначение главного врача органом управления здравоохранением и заключение с ним контракта, безусловно, является административным актом, но не всегда эффективным. В то же время введение Минздравом РФ сертификации медицинских кадров, в том числе и управлеченческих, стимулировало врачей к повышению квалификации, профессиональной переподготовке, что создает условия для перехода на эффективный контракт-менеджмент в медицинских организациях. Контракт-менеджмент предусматривает и меры, связанные с социальной защитой, социальными гарантиями персонала медицинского учреждения.

Нам представляется актуальной задачей и адаптация организационной структуры управления медицинского учреждения к новым реалиям развития. Кардинальные изменения, происходящие в социально-экономической сфере, динамика процессов производства обусловливают и адекватные изменения в организационной структуре управления.

Рассмотренные концептуальные составляющие являются взаимозависимыми и взаимоопределяющими, в связи с чем, по нашему мнению, оптимизация здравоохранения требует устойчивого развития каждого из них и всей системы в целом.

Таким образом, специфика управления организациями скорой медицинской помощи обусловлена особенностями их деятельности. Эффективное функционирование учреждения здравоохранения, по нашему мнению, определяется такими системообразующими факторами, как: управление по результатам, пациентская ориентация, цифровизация, управление качеством, адаптивная организационная структура и децентрализованная ответственность, контрактный менеджмент, контроллинг и управление устойчивым развитием. В предложенной концепции управления государственным уч-

реждением здравоохранения предлагается использование процедур и системы методов управления для повышения эффективности функционирования системы скорой медицинской помощи.

Список литературы

1. **Дьяконова, С. Ю.** Государственное управление в области здравоохранения: теоретические и общеправовые основы / С. Ю. Дьяконова. – Текст : непосредственный // Академическая публицистика. – 2022. – № 11–2. – С. 137–143.
2. **Дятлов, С. П.** Использование цифровых технологий как одно из направлений решения проблемы качества российского здравоохранения / С. П. Дятлов. – Текст : непосредственный // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2023. – № 2. – С. 28–37.
3. **Коновалов, А. А.** Система управления взаимоотношениями с клиентами в организации здравоохранения / А. А. Коновалов, О. Н. Ромашкова. – Текст : непосредственный // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Естественные и технические науки. – 2023. – № 3. – С. 61–66.
4. Новый текст Конституции РФ с поправками 2020. – URL: <http://duma.gov.ru/news/48953/>. – Текст : непосредственный.
5. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2030 года : Указ Президента РФ от 21 июля 2020 г. № 474 // Гарант : информационно-правовой портал. – Москва, 2020. – <https://base.garant.ru/71937200/74404210/>. – Текст : электронный.
6. **Муравьева, В. Н.** Организация медицинской помощи в селении Российской Федерации : учебно-методическое пособие / В. Н. Муравьева, Л. Л. Максименко, А. А. Хрипунова. – Ставрополь : Изд-во СтГМУ, 2017. – 132 с. – Текст : непосредственный.
7. О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года : Указ Президента РФ от 6 июня 2019 г. 254 // Гарант : информационно-правовой портал. – Москва, 2019. – <https://base.garant.ru/72264534/>. – Текст : электронный.
8. Паспорт национального проекта "Здравоохранение" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, прот. от 24.12.2018 № 16) // Гарант : информационно-правовой портал. – Москва, 2018. – <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72085920/>. – Текст : электронный.
9. О внесении изменений в Порядок оказания скорой, в том числе скорой специализированной, медицинской помощи, утвержденный приказом Министерства здравоохранения Российской Федерации от 20 июня 2013 г. № 388н : приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации // Гарант : информационно-правовой портал. – Москва, 2016. – <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71248624/>. – Текст : электронный.
10. **Романец, Е. А.** Цифровая трансформация здравоохранения: государственная политика в аспекте цифровой повестки / Е. А. Романец. – Текст : непосредственный // Социально-гуманитарные знания. – 2023. – № 7. – С. 86–92.
11. **Бобылев, С. Н.** Экономика устойчивого развития : учебник / С. Н. Бобылев. – Москва : КНОРУС, 2021. – 672 с. – (Бакалавриат и магистратура). – ISBN 9 78-5-406-01850. – Текст : непосредственный.
12. **Ширев, А. А.** Россия 2035: новое качество национальной экономики / А. А. Ширев, Д. Р. Белоусов, А. А. Блохин [и др.]. – Текст : непосредственный // Проблемы прогнозирования. – 2024. – № 2. – С. 6–19.

Tokar E.V.

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

Sоловьева Л.В.

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

Шариков Р.А.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student

FEATURES OF FUNCTIONING AND DEVELOPMENT OF THE EMERGENCY MEDICAL CARE SYSTEM OF BELGOROD REGION AT THE PRESENT STAGE: THEORETICAL ASPECT

Abstract. The challenges and realities of the current stage of social and economic development of society make adjustments to the strategic and operational decisions taken at different levels. The state's recognition of the vector of development of medicine in 2023 in the direction from "finished case medicine" to "life cycle medicine" means the need for significant changes in the organization and financing of healthcare. The purpose of the study is to study the features of the functioning and development of the emergency medical care system in the Belgorod region at the present stage. During the data research, general scientific methods were used, such as synthesis, analysis, comparison, generalization, systematicity, complexity, etc. The article examines the need to ensure the development of organizations of various organizational and legal forms in the context of increasing restrictions on the development of Russian society and the role of the state in this process, and primarily in the field of healthcare. The importance of ambulance in providing emergency medical care to the population is shown. The technologies used and recommended for use in OGBUZ SSMP of the Belgorod region are presented. The characteristics of the emergency medical service of the Belgorod region are given and the main problems that require solutions to ensure its sustainable development are identified. Conceptual approaches to managing the development of the emergency medical care system are proposed.

Keywords: development, government influence, healthcare, emergency medical care system in the region, ensuring its development.

References

1. Dyakonova, S.Yu. (2022). Gosudarstvennoye upravleniye v oblasti zdravookhraneniya: teoreticheskiye i obshchepravovyye osnovy [Public administration in the field of health care: theoretical and general legal foundations]. Akademicheskaya publitsistika [Academic Journalism]. 11–2, 137–143.

2. Dyatlov, S.P. (2023). Ispol'zovaniye tsifrovyykh tekhnologiy kak odno iz napravleniy resheniya problemy kachestva rossiyskogo

zdravookhraneniya [Use of digital technologies as one of the directions for solving the problem of the quality of Russian healthcare]. Biznes-obrazovaniye v ekonomike znaniy [Business Education in the Knowledge Economy]. 2, 28-37.

3. Konovalov, A.A., Romashkova, O.N. (2023). Sistema upravleniya vzaimootnosheniyami s kliyentami v organizatsii zdravookhraneniya [Customer relationship management system in healthcare organizations]. Sovremennaya nauka: aktual'nyye problemy teorii i praktiki. Seriya: Yestestvennyye i tekhnicheskiye

nauki [Modern Science: Current Problems of Theory and Practice. Series: Natural and Technical Sciences]. 3, 61-66.

4. Novyy tekst Konstitutsii RF s popravkami 2020 [New text of the Constitution of the Russian Federation with amendments of 2020]. Retrieved from: <http://duma.gov.ru/news/48953/>.

5. O natsional'nykh tselyakh i strategicheskikh zadachakh razvitiya Rossiyskoy Federatsii na period do 2030 goda : Ukaz Prezidenta RF ot 21 iyulya 2020 g. № 474. [On national goals and strategic objectives for the development of the Russian Federation for the period up to 2030: Decree of the President of the Russian Federation of July 21, 2020 No. 474]. Garant: information and legal portal. Moscow, 2020. Retrieved from: <https://base.garant.ru/71937200/74404210/>.

6. Muravyova, V.N., Maksimenko, L.L., Khripunova, A.A (2017), Organizatsiya meditsinskoy pomoshchi naseleniyu Rossiyskoy Federatsii: uchebno-metodicheskoye posobiye [Organization of medical care to the population of the Russian Federation: a teaching aid]. Stavropol: St. State Medical University Publishing House.

7. O Strategii razvitiya zdravookhraneniya v Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda : Ukaz Prezidenta RF ot 6 iyunya 2019 g. 254 [On the Strategy for the Development of Healthcare in the Russian Federation until 2025: Decree of the President of the Russian Federation of June 6, 2019 No. 254]. Garant: information and legal portal. Moscow, 2019. Retrieved from: <https://base.garant.ru/72264534/>.

8. Pasport natsional'nogo proyekta "Zdravookhraneniye" (utv. prezidiumom Soveta pri Prezidente RF po strategicheskому razvitiyu i natsional'nym proyektam, prot. ot

24.12.2018 16) [Passport of the national project "Healthcare" (approved by the Presidium of the Council under the President of the Russian Federation for Strategic Development and National Projects, protocol of 12/24/2018 16)]. Garant: information and legal portal. Moscow, 2018. Retrieved from: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72085920/>.

9. O vnesenii izmeneniy v Poryadok okazaniya skoroy, v tom chisle skoroy spetsializirovannoy, meditsinskoy pomoshchi, utverzhdennyy prikazom Ministerstva zdravookhraneniya Rossiyskoy Federatsii ot 20 iyunya 2013 g. № 388n : prikaz Ministerstva zdravookhraneniya Rossiyskoy Federatsii [On Amendments to the Procedure for Providing Emergency, Including Specialized Emergency, Medical Care, Approved by Order of the Ministry of Health of the Russian Federation dated June 20, 2013 No. 388n: Order of the Ministry of Health of the Russian Federation]. Garant: information and legal portal. Moscow, 2016. Retrieved from: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71248624/>.

10. Romanets, E.A. (2023). Tsifrovaya transformatsiya zdravookhraneniya: gosudarstvennaya politika v aspekte tsifrovoy povestki [Digital transformation of healthcare: state policy in terms of the digital agenda]. Sotsial'no-gumanitarnyye znaniya [Social and Humanitarian Knowledge]. 7, 86-92.

11. Bobylev, S.N. (2021). Ekonomika ustoychivogo razvitiya: uchebnik [Economics of sustainable development: textbook]. M.: KNORUS. ISBN 978-5-406-01850.

12. Shirov, A.A. et al. (2024). Rossiya 2035: novoye kachestvo natsional'noy ekonomiki [Russia 2035: new quality of the national economy]. Problemy prognozirovaniya [Problems of Forecasting]. 2, 6-19.

Дигилина О.Б.

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», Институт экономики и менеджмента, д.э.н., профессор кафедры бизнес-информатики и экономики

Игошин А.А.

ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», Институт экономики и менеджмента, аспирант

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В исследовании предпринята попытка описать условия, которые сопровождают процесс внедрения цифровых технологий в функционирование социально-экономических систем. Интерес к рассматриваемой проблематике обусловлен масштабом происходящих цифровых изменений во всех сферах общества. Целью данного исследования является анализ и систематизация особенностей, в рамках которых протекает цифровая трансформация бизнеса в настоящее время. Современные условия и особенности реализации проектов цифровой трансформации бизнеса изучались посредством ряда научных методов, среди которых логический анализ, системный подход, методы обобщения, научной классификации и т.д. В ходе исследования особенности цифровой трансформации бизнеса были разделены на две группы: общие, характерные для всех социальных систем, и специфические, свойственные предпринимательским структурам. Кроме того, специфические особенности трансформации бизнеса делятся на внешние и внутренние. Отмечена важность анализа особенностей цифровых преобразований сквозь призму проблем, к которым может привести бесконтрольное внедрение цифровых технологий без учета специфики условий. Акцент сделан на необходимости нивелировать риски, связанные с информационной безопасностью, в том числе базирующейся на построении современной информационной инфраструктуры на уровне государства, а также отдельной компании. Обсуждается проблема отсутствия национальных стандартов внедрения цифровых технологий и методологических подходов к управлению проектами цифровой трансформации как основа для формирования цифровой управленческой культуры. Утверждается, что компания получит ряд конкурентных преимуществ от внедрения цифровых технологий, только если учитет все особенности и преодолеет проблемы, присущие трансформационным процессам.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровизация, особенности цифровой трансформации, специфические особенности цифровой трансформации, цифровая культура управления.

Введение. В условиях смены очередного технологического уклада происходят масштабные изменения образа жизни людей и производственных отношений. Цифровизация и цифровая трансформация принесли с собой культурные и технологические изменения, что в совокупности требует от

любых организаций фундаментальных изменений не просто в методах работы, но и в способах обеспечения положительного клиентского опыта и конкурентных преимуществ. Цифровые технологии меняют бизнес-модели компаний и способы монетизации их деятельности, позволяют быстрее

получить запланированный результат, поэтому они стали применяться и в проектном управлении.

Управление проектами давно закрепилось в предпринимательской среде как эффективный инструмент достижения поставленных целей, получения запланированного результата и в целом развития организации. В период пандемии коронавируса и общенациональных локдаунов компании по всему миру инициировали проекты цифровой трансформации своей деятельности: стали использовать интенсивнее цифровые технологии и переводить свою работу в онлайн-пространство.

При этом у каждой отдельной компании основа для внедрения цифровых технологий своя. Ряд компаний и до пандемии активно использовали технологии, занимались автоматизацией и цифровизацией своей деятельности. Поэтому для них необходимость перевести свою работу в онлайн-пространство в 2020 году не носила лавинообразный характер. Другие компании не спешили с цифровизацией, и вынужденное внедрение «цифры» принесло значительное количество проблем: от непонимания того, какое программное обеспечение устанавливать и как с ним работать, до потери входящих денежных потоков и банкротств. Кроме того, в каждой стране была сформирована своя технологическая и институциональная база цифровизации: в зависимости от государства разнятся скорость и доступ к интернету, стоимость технологий и барьеры входа на технологический рынок, нормативно-правовое поле работы с цифровыми технологиями. Это указывает на необходимость понимания условий, в которых происходят цифровые преобразования бизнеса, особенностей цифровой трансформации компаний.

С учетом вышесказанного целью данного исследования является анализ и систематизация особенностей, которые свойственны проектам цифровой трансформации бизнеса.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд исследовательских задач:

- охарактеризовать условия и выявить особенности внедрения цифровых технологий в бизнесе;
- структурировать особенности внедрения цифровых технологий в бизнесе;
- сформулировать проблемы, вытекающие из особенностей внедрения цифровых технологий в бизнесе.

Методы исследования. В ходе проведения исследования применялись такие методы научного познания, как логический анализ, системный подход, методы обобщения, научной классификации и т.д.

Результаты исследования. Цифровая трансформация бизнеса представляет собой максимально возможное внедрение цифровых технологий во все сферы деятельности компании. Это касается не только с целью автоматизации и роботизации ее деятельности. В первую очередь цифровые технологии позволяют изменить бизнес-модель компании, найти дополнительные способы монетизации и получить дополнительные конкурентные преимущества за счет снижения транзакционных издержек. Внедрять цифровые технологии целесообразнее в формате проектной деятельности. Формат проекта как ограниченного во времени предприятия, направленного на получение уникального результата, отвечает всем требованиям трансформационных процессов.

Основными драйверами полномасштабной цифровой трансформации компаний по всему миру стали непредвиденные ситуации, несущие в себе много негативных последствий, которые Нассим Талеб назвал «черными лебедями». К ним относятся пандемия коронавируса COVID-19 и общенациональные локдауны как инструменты борьбы с распространением вируса, а также санкции в отношении Российской Федерации.

Универсальные подходы к управлению проектами цифровой трансформации сложных систем в настоящее время отсутствуют: каждая компания уникальна, имеет свои отличительные черты и свойственные только ей особенности. Именно поэтому очень важно понимать, в каких условиях происходит разработка и реализация проектов по внедрению цифровых технологий в функционирование бизнеса. Это необходимо еще и потому, что понимание этих особенностей позволяет выявить и частично/полностью нивелировать риски, возникающие в процессе внедрения технологий в бизнес-процессы.

Все особенности цифровой трансформации целесообразно разделить на две большие группы:

– общие особенности: свойственны всем социальным системам;

– специфические особенности: характерны для социально-экономических отношений.

Рассмотрим общие особенности цифровой трансформации (рис. 1). Это позволит выявить направления и тренды цифровой трансформации, присущие разным социальным системам.

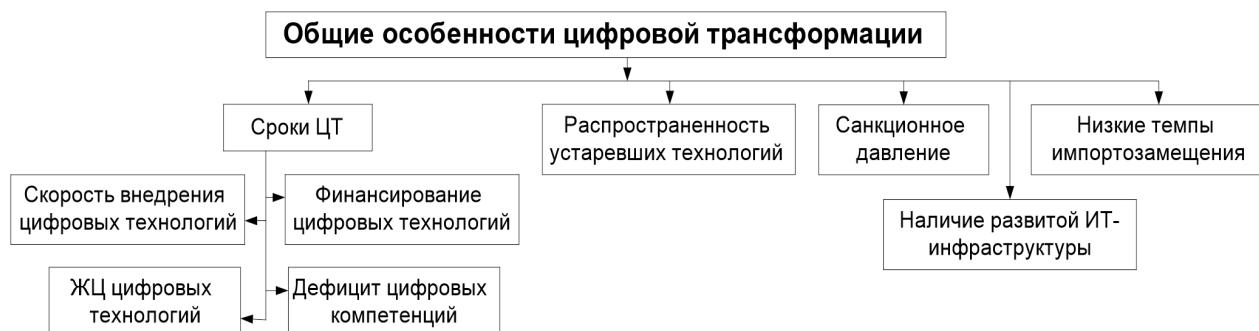


Рис. 1. Общие особенности цифровой трансформации*

*Составлено авторами.

1. Скорость внедрения цифровых технологий. Масштабное и повсеместное использование цифровых технологий началось в период общенациональных локдаунов в 2020 году, которые были призваны остановить распространение коронавирусной инфекции COVID-19. Форсированные темпы выхода бизнеса в онлайн-пространство привели к значительному количеству перекосов в деятельности бизнеса, использовании технологий. Компании скупали и внедряли то программное и аппаратное обеспечение, которое было доступно на рынке, было популярно. Чаще всего разработчиками такого программного обеспечения (ПО) являлись иностранные компании, и уже в 2022 году российский бизнес оказался отрезан от этого ПО.

2. Продолжительность жизненного цикла цифровых технологий короче в сравнении с жизненным циклом традиционных (физических) товаров и услуг. Поэтому компании вынуждены постоянно обновлять и дорабатывать ПО. Кроме того, аппаратное обеспечение изнашивается гораздо медленнее по сравнению с программным обеспечением [2], что требует согласования жизненных циклов ПО и оборудования.

3. Необходимость капитализации цифровых технологий. Так сложилась практика работы с «цифрай», что цифровые технологии требуют постоянного обновления. Поэтому работа с цифровыми технологиями требует постоянного значительного притока финансовых ресурсов.

4. Распространенность устаревших технологий (не только цифровых). Эта особенность сопряжена с предыдущей. Необходимость существенного финансирования для технологической и цифровой модернизации приводит к ситуации, когда бизнес работает на старом аппаратном и программном обеспечении с целью экономии финансовых ресурсов. Кроме того, бытует мнение, что российские компании существенно отстают от западных по уровню внедрения технологий (в том числе новейших цифровых технологий). Однако, согласно последним данным, в 2021 году финансирование цифровой экономики в Российской Федерации увеличилось на 19,3% в сравнении с 2020 годом: с 4,06 трлн до 4,8 трлн руб. [5]. Порядка 63% компаний в России разработали и приступили к внедрению программ цифровой трансформации [1].

5. Санкционное давление на экономику страны. После февраля 2022 года на Российскую Федерацию наложено более 10 пакетов санкций, в рамках каждого пакета есть ограничения на доступ к каким-то технологиям. Эта ситуация стала серьезным испытанием для бизнеса, который после пандемии коронавируса успел адаптироваться к работе в онлайн-пространстве с использованием конкретного программного обеспечения и его нужно было снова менять.

6. Недостаточно высокие темпы импортозамещения. Из предыдущей особенности вытекает необходимость разработки отечественного альтернативного программного обеспечения. Для этого нужно время, финансирование и специалисты. На тот момент все три условия импортозамещения находились в дефиците: отечественное ПО нужно было срочно, финансирование под его разработку запланировано не было, ряд ИТ-специалистов уехали из страны.

7. Отсутствие/недостаток цифровых компетенций. Это касается и дефицита кадров для цифровой экономики, и отсутствия

навыков работы с «цифвой» для решения бытовых задач у населения. Для оформления цифровых пропусков (в пандемию), обучения в удаленном формате, заказа продуктов онлайн, решения важного спектра задач на сервисе «Госуслуги» и пр. необходимы знания по работе со специфическим ПО. Популяризация цифровых технологий и устранение цифровой безграмотности – важная задача, которую необходимо решить для эффективного функционирования социальных систем в рамках нового технологического уклада.

8. Наличие ИТ-инфраструктуры. Онлайн-пространство не может функционировать без «физической» составляющей, которую называют информационной, или цифровой, инфраструктурой. К цифровой инфраструктуре относятся все физические ресурсы, обеспечивающие использование цифровых данных, цифровых методов работы, систем и процессов. От уровня развития цифровой инфраструктуры зависит, насколько эффективно хозяйствующие субъекты могут использовать преимущества цифровых преобразований. Следует выделять внешнюю и внутреннюю ИТ-инфраструктуру. К внешней инфраструктуре относится доступ к высокоскоростному Интернету, стоимость этого доступа, наличие национальных ЦОД (центров обработки данных с мощными серверами); доступность и стоимость аппаратного обеспечения (смартфонов, компьютеров), поддерживающего технологии высокоскоростного Интернета последнего поколения и т.д. Внутреннюю ИТ-инфраструктуру каждая компания строит самостоятельно исходя из своих потребностей и возможностей.

Ввиду того, что бизнес внедряет цифровые технологии в свою деятельность в формате проектов, специфические особенности его цифровой трансформации важно рассматривать с учетом проектной деятельности. Их можно разделить на внешние и внутренние (рис. 2).

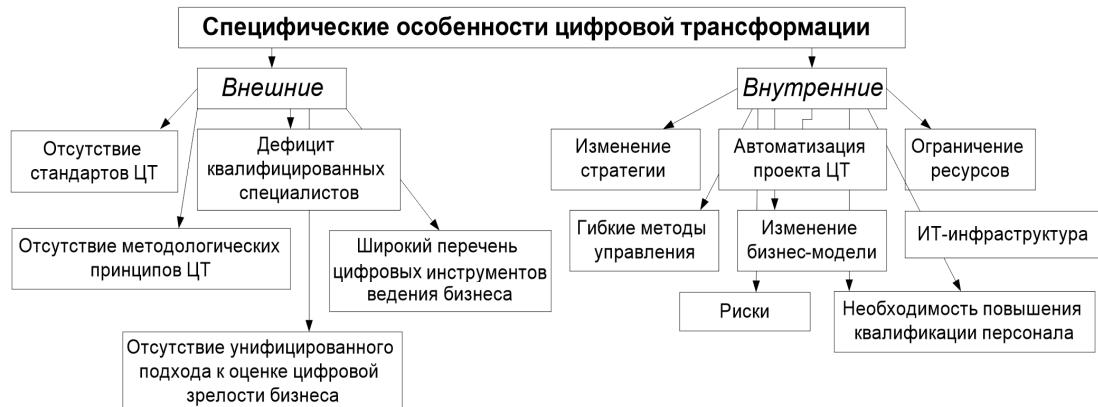


Рис. 2. Специфические особенности цифровой трансформации*

*Составлено авторами.

К внешним специфическим особенностям цифровой трансформации бизнеса целесообразно отнести следующие моменты (рис. 2).

1. Отсутствие четких унифицированных стандартов цифровизации бизнеса. Цифровые преобразования не могут протекать стихийно, так как они оказывают огромное влияние на общество, экономику и окружающую среду. Экономическая составляющая общественной жизни трансформировалась кардинально: меняются технологические процессы, появляются новые бизнес-модели, предъявляются новые требования к персоналу и рабочему месту, появляются новые источники финансиро-

вания бизнеса, новые способы покупок, общения и т.д. Для обеспечения бесшовного функционирования единой экономической и социально/экономической системы преобразования должны носить масштабный, единобразный характер. Поэтому цифровые преобразования должны протекать в рамках четких, унифицированных и гармонизированных стандартов цифровой трансформации. В настоящее время в российском нормативном поле идет разработка таких стандартов в формате предварительных национальных стандартов. По состоянию на текущий момент принято порядка 30 стандартов, в разработке еще 50 [3]. Функционал стандартов довольно широк (рис. 3).

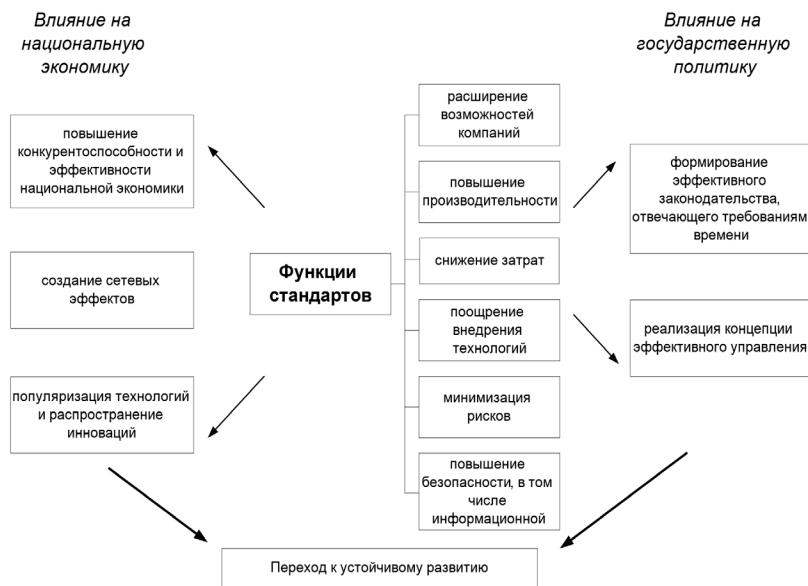


Рис. 3. Роль стандартов цифровизации*

*Составлено по: [3].

Цифровая трансформация, проводимая в границах согласованных унифицированных стандартов, будет проходить бесшовно и более эффективно.

2. Отсутствие общих методологических принципов и подходов проведения цифровой трансформации. Внедрение технологий в бизнес-процессы зависит от системы управления компании, должно являться частью ее стратегии и вписываться в стратегию развития национальной экономики. Только в таком случае цифровизация позволит сформировать конкурентные преимущества как на национальном уровне, так и на уровне отдельной компании. Форсированное внедрение технологий в период пандемии привело к фрагментарному переходу на новые технологии отдельных компаний и росту технологического разрыва как на региональном уровне, так и на уровне бизнеса: одни компании оказались во фронтире цифровой революции, другие ушли с рынка. Такая ситуация носит негативные последствия для национальной экономики. Цифровая трансформация должна проходить по четким сценариям, основанным на стратегиях развития организации и национальной экономики в целом. В настоящее время бизнес ощущает дефицит методологических принципов и управленческого инструментария для реализации проектов цифровой трансформации внутри компаний и интеграции ее деятельности в цифровой экономике с крупными платформами.

3. Отсутствие унифицированного подхода к оценке уровня цифровой зрелости предприятий и организаций. Цифровую зрелость компании можно определить как уровень цифровизации отдельных элементов социально-экономической системы, демонстрирующий реализацию стратегии ее цифровой трансформации. Оценка уровня цифровой зрелости предприятия позволяет определить барьеры, стоящие на пути цифровизации, и направления ее дальнейшего цифрового развития.

4. Широкий перечень новых инструментов ведения предпринимательской деятельности: чем больше появляется новых технологий и цифровых инструментов для занятия предпринимательской деятельностью, тем сложнее подобрать эффективный инструментарий каждой отдельно взятой компании.

5. Дефицит квалифицированных специалистов для цифровой экономики.

К внешним специфическим особенностям цифровой трансформации бизнеса можно отнести следующие моменты (рис. 2).

1. Изменение стратегии компании. Цифровые технологии таким образом преобразуют деятельность компаний, ее бизнес-модель, что появляется необходимость изменения ее стратегии.

2. Изменение бизнес-модели компании. Работа в онлайн-пространстве требует от компаний формирования новых каналов коммуникации, новых каналов сбыта, новых способов работы с клиентами и формирования клиентского опыта. В такой ситуации бизнес или выращивает новую бизнес-модель рядом с «традиционной», или вместо «традиционной». Уже сейчас насчитывается более десятка новых бизнес-моделей в рамках новой платформенной экономики. Например:

– модель с рекламной поддержкой (бесплатная модель), в рамках которой услуги предоставляются бесплатно, а зарабатывает компания на размещении рекламы, характерна такая модель для социальных сетей и поисковых систем;

– модель Freemium (бизнес-модель SaaS) позволяет использовать базовый сервис бесплатно, премиум-функции доступны на платной основе, компания получает доход от платных услуг и рекламодателей, характерна такая модель для социальных сетей и поисковых систем;

– модель электронной коммерции представляет собой продажу физических продуктов в онлайн-пространстве (маркетплейсы, интернет-магазины), платформа получает доход от продаж;

– шеринговая модель позволяет предоставлять права доступа к товарам и услугам на определенный период времени без перехода прав собственности, характерна для шеринговых платформ, которые получают доход от краткосрочной аренды и т.д.

Компания, которая инициирует цифровую трансформацию, должна проанализировать все многообразие новых бизнес-моделей, выбрать подходящую и интегрировать ее в свою деятельность.

3. Необходимость обучения/повышения квалификации персонала. Новые технологии и новые бизнес-модели требуют иных компетенций. Поэтому обучение персонала работе с новым программным обеспечением, правилам работы в онлайн-пространстве, формированию нового клиентского опыта, работе с претензиями и пр. становится важной, одной из первостепенных задач для бизнеса в трансформационный период.

4. Необходимость автоматизации самого проекта цифровой трансформации с использованием соответствующих инструментов управления [4].

5. Необходимость решить внутреннее противоречие, базирующееся на том, что проект – ограниченное во времени и ресурсах изменение социально-экономической системы, имеющее конкретную цель, по достижении которой проект заканчивается. По сути, проект представляет собой переход из одного состояния или качества процесса в другое. А цифровая трансформация – это процесс, который в условиях постоянных обновлений текущих технологий и появлении новых может превратиться в перманентный.

6. Гибкие принципы и методы управления, а также гибридные методики управления проектами. Ввиду изменчивости внешних обстоятельств, в рамках которых происходит управление проектами цифровой трансформации, традиционные, жестко регламентированные методики управления проектами являются низкоэффективными.

Поэтому в настоящее время появились гибкие методы управления проектами, которые должны быть адаптированы для цифровых трансформационных процессов.

7. Классическое ограничение ресурсов. Любые проекты, в том числе проекты внедрения цифровых технологий, ограничены во времени. Это ограничение задает рынок: чем быстрее компания проведет цифровую трансформацию своей деятельности и перейдет в онлайн-пространство, тем быстрее она получит часть онлайн-рынка и зафиксирует сокращение транзакционных издержек, а значит – выиграет в конкурентной гонке. Также существуют ограничения финансовых ресурсов, что, кроме всего прочего, обусловлено санкционным давлением на российскую экономику.

8. Значительное количество рисков. В современных условиях нестабильности проекты цифровой трансформации сопровождаются значительным количеством рисков, среди которых много трудно прогнозируемых. К традиционным страновым и внешнеполитическим рискам добавляется отсутствие опыта при реализации проектов цифровой трансформации, риски потери устойчивости бизнеса, риски, связанные с информационной безопасностью, и пр.

9. Необходимость наличия внутренней ИТ-инфраструктуры. Для работы в онлайн-пространстве необходимо, чтобы у каждой компании была собственная информационная инфраструктура. Кроме того, важно, чтобы она (ИТ-инфраструктура) бесшовно интегрировалась с внешним контуром: инфраструктурой физической, а также ИТ-инфраструктурой покупателей и поставщиков. Это сложная и довольно дорогая задача, для решения которой необходимы специалисты и финансовые ресурсы.

Понимание условий, которые сопровождают процесс цифровой трансформации бизнеса, помогает решить ряд проблем (рис. 4).

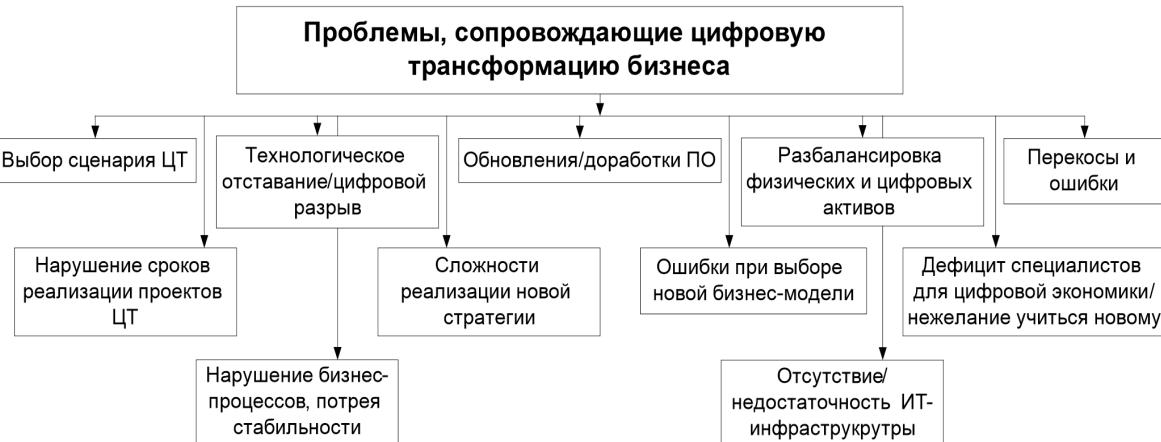


Рис. 4. Проблемы, сопровождающие цифровую трансформацию бизнеса*

*Составлено авторами.

Так, форсированные темпы внедрения цифровых технологий и переход в онлайн-пространство усложняют разработку сценария проведения цифровой трансформации, ведут к перекосам и ошибкам при выборе и внедрении программного обеспечения. Низкие темпы импортозамещения усугубляют цифровой разрыв. Ограничение ресурсов для цифровой трансформации ведет к технологическому отставанию ряда компаний. Форсированное изменение бизнес-модели компании в условиях отсутствия квалифицированных специалистов приведет к нарушению действующих бизнес-процессов и потере стабильности бизнеса. Значительное количество рисков может стать причиной нарушения сроков реализации проектов цифровой трансформации. Серьезной проблемой является отсутствие информационной инфраструктуры у компаний. К перекосам и ошибкам в процессе реализации проектов цифровой трансформации бизнеса может привести отсутствие методологических принципов и т.д.

Выводы и заключение. Полная цифровая трансформация бизнеса, как и прочих сфер деятельности человека, неизбежна. Цифровые технологии позволяют сэкономить время и другие ресурсы. Для бизнеса они формируют ряд конкурентных преимуществ, среди которых снижение транзакционных издержек, завоевание новых рынков

сбыта, возможности более эффективной интеграции с партнерами и пр. При этом внедрение цифровых технологий продолжает сталкиваться с сопротивлением со стороны социума: освоение новых технологий (как и всего нового) проходит медленно в отсутствии мотивации. Кроме того, у мелкого и среднего бизнеса не хватает ресурсов (как финансовых, так и компетентностных) для масштабного качественного перехода на «цифровые рельсы».

Масштабная цифровая трансформация социально-экономических систем и общественных отношений стартовала в сложных условиях (пандемия, инструменты борьбы с ней, напряженная внешнеполитическая обстановка, санкции против России). Это оказывает негативное влияние на трансформационные процессы: сжатые сроки внедрения цифровых технологий, сложности с выбором сценариев цифровой трансформации, сопротивление со стороны общества, отсутствие методологических подходов и соответствующей информационной инфраструктуры, отсутствие необходимых цифровых компетенций у населения и сотрудников и т.д.

Понимание условий, в рамках которых происходит переход в цифровой технологический уклад, позволит как обществу в целом, так и бизнесу учитывать проблемы и узкие места, присущие этому процессу,

нивелировать риски, максимально использовать плюсы цифровизации и избегать ее негативных последствий.

Стоит отметить, что внедрение цифровых технологий в деятельность компаний не просто меняет ее бизнес-модель. Крайне необходимо сформировать новую цифровую культуру управления и построить современную, отвечающую последним технологиям, безопасную информационную инфраструктуру.

Список литературы

1. Индустрия 4.0: на пути к «цифровым» производствам. – URL: <https://events.kommersant.ru/events/industrija-na-puti-k-cifrovym-proizvodstvam> (дата обращения: 31.07.2024). – Текст : электронный.

2. **Майорова, К. С.** разработка индустриальных продуктов предприятий: цифровой жизненный цикл/К.С.Майорова// Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – № 6 (108). – DOI: 10.23670/IRJ.2021.108.6.144. – URL:

<https://research-journal.org/archive/6-108-2021-june/razrabotka-industrialnyx-produktov-predpriyatiy-cifrovoj-zhiznennyj-cikl> (дата обращения: 23.12.2023). – Текст : электронный.

3. Стандарты и цифровая трансформация эффективное управление в цифровую эпоху. – URL: https://hub.unido.org/sites/default/files/publications/V2_RUSSIAN_Standard_digital_transformation_ONLINE_FINAL.pdf (дата обращения: 23.12.2023). – Текст : электронный.

4. Тихонов, А. И. Особенности трансформации систем управления проектами в среде цифрового бизнеса / А. И. Тихонов, А. А. Сазонов. – Текст : непосредственный // Вестник Академии знаний. – 2020 – № 37 (2). – С. 332.

5. Цифровая экономика: 2023 : краткий статистический сборник / Г. И. Абдрахманова, С. А. Васильковский, К. О. Вишневский [и др.] ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Москва : НИУ ВШЭ, 2023. – 120 с. – ISBN 978-5-7598-2744-3. – Текст : непосредственный.

Digilina O.B.

Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov Vladimir State University, Institute of Economics and Management, PhD of Economics, Professor, Chair of Business Informatics and Economics

Igoshin A.A.

Alexander Grigoryevich and Nikolai Grigoryevich Stoletov Vladimir State University, Institute of Economics and Management, Postgraduate Student, Chair of Business Informatics and Economics

FEATURES OF DIGITAL BUSINESS TRANSFORMATION IN MODERN CONDITIONS

Abstract. An attempt to describe the conditions that accompany the process of introducing digital technologies into the functioning of socio-economic systems is accepted in this study. The interest in the issue under consideration is due to the scale of the ongoing digital changes in all spheres of society. The purpose of this study is to identify and systematize the features within which the digital transformation of business is currently taking place. In the course of the study, the features of digital business transformation were divided into two groups: common, characteristic of all social systems, and specific, characteristic of entrepreneurial structures. The importance of analyzing the features of digital transformations through the prism of the problems that the uncontrolled introduction of digital technologies can lead to without taking into account the specifics of the conditions is noted. The problem of the lack of national standards for the introduction of digital technologies and methodological approaches to the management of digital transformation projects as a basis for the formation of a digital management culture is discussed. It is argued that the company will receive a number of competitive advantages from the introduction of digital technologies only if it takes into account all the features and overcomes the problems inherent in transformational processes.

Keywords: digital transformation, digitalization, features of digital transformation, specific features of digital transformation, digital management culture.

References

1. Industriya 4.0: na puti k "tsifrovym" proizvodstvam [Industry 4.0: on the way to "digital" productions. Retrieved from: <https://events.kommersant.ru/events/industrija-na-puti-k-cifrovym-proizvodstvam>.
2. Mayorova, K.S. (2021). Razrabotka industrial'nykh produktov predpriyatiy: tsifrovoy zhiznennyy tsikl [Development of industrial products of enterprises: digital life cycle]. Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal [International Research Journal]. 6 (108). Retrieved from: <https://research-journal.org/archive/6-108-2021-june/razrabotka-industrialnyx-produktov-predpriyatiy-cifrovoy-zhiznennyj-cikl>.
3. Standarty i tsifrovaya transformatsiya effektivnoye upravleniye v tsifrovuyu epokhu [Standards and digital transformation effective governance in the digital age]. Retrieved from: https://hub.unido.org/sites/default/files/publications/V2 RUSSIAN_Standard_digital_transformation_ONLINE_FINAL.pdf.
4. Tikhonov, A.I., Sazonov, A.A. Tikhonov, A.I. (2020). Osobennosti transformatsii sistem upravleniya proyektami v srede tsifrovogo biznesa [Features of project management systems transformation of in the

digital business environment]. Vestnik Akademii
znaniy [Bulletin of the Academy of Knowledge].
37 (2), 332.

5. Abdurakhmanova, G.I., Vasil'kovskiy,
K.O., Vishnevsky et al. (2023). Tsifrovaya

ekonomika: 2023: kratkiy statisticheskiy sbornik
[Digital economy: 2023: a brief statistical
digest]. Moscow: Higher School of Economics.
ISBN 978-5-7598-2744-3.

e-mail: IgoshinAA-work@yandex.ru

Токарь Е.В.

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

Тедеева Р.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры экономики

Рогов Д.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Аннотация. Сфера услуг выступает катализатором развития экономики страны, при этом являясь индикатором уровня жизни населения. В условиях экономической нестабильности развитие сферы услуг становится наиболее важным, потому что сфера услуг позволяет создать новые рабочие места, увеличивает налоговые поступления в бюджет, усиливает конкуренцию, которая положительно влияет на формирование качественного предложения на рынке. Целью настоящего исследования является изучение направлений функционирования сферы услуг, а также обобщение основных трендов ее развития в условиях турбулентности экономики. В ходе исследования данных использовались общенакальные методы, такие как синтез, анализ, сравнение, обобщение, системность, комплексность и др. В статье было выявлено, что в современных условиях сфера услуг представляет устойчивое положение в хозяйстве на уровне страны и мира в целом. В статье были обозначены факторы, ограничивающие деятельность организаций сферы услуг РФ, такие как недостаточный спрос на определенный вид услуг, высокий уровень налогообложения и недостаток квалифицированного персонала в сфере услуг. В результате проведенного исследования было установлено, что сфера услуг наиболее мобильная и гибкая обобщающая категория, которая имеет положительные тренды своего развития: персонализация, цифровые трансформации, интеграция и партнерство, экологическая ответственность, искусственный интеллект, гибкость и мобильность продуктов, инновационный подход и устойчивость к кризисам.

Ключевые слова: сфера услуг, развитие, показатели, динамика, тренды развития, нестабильность экономики, тенденции развития.

Введение. Развитие сферы услуг и ее способность вовремя реагировать на воздействие негативных факторов в условиях турбулентности экономии способствуют обеспечению экономического роста в стране и улучшению качества жизни населения.

Функционирование и развитие сферы услуг в современных условиях становится значимым, так как экономический

рост предприятий сферы услуг является катализатором роста иных сфер экономической деятельности, способствует развитию конкуренции на внутреннем рынке и положительно сказывается на потенциальных потребителях услуг за счет снижения цен поставщиков и повышения качества предложения, также по мере развития сектора услуг увеличиваются налоговые поступле-

ния в бюджет и создаются новые рабочие места.

Целью настоящего исследования является изучение направлений функционирования сферы услуг, а также обобщение основных трендов ее развития в условиях турбулентности экономики.

Чтобы достичь поставленной цели, в научной статье были сформулированы следующие задачи:

- установлены тенденции развития сферы услуг в условиях нестабильности экономики;
- обобщены направления развития сферы услуг.

Научная гипотеза исследования: стабильное развитие сферы услуг выступает основой для эффективного и устойчивого функционирования экономики страны, поэтому обеспечение роста сферы услуг является одним из приоритетов государства.

Методы исследования. Теоретической и методологической основой настоящего исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых в области экономики. Исследование проводилось при изучении причинно-следственных связей,

природы и показателей развития сферы услуг. В ходе исследования данных использовались общенаучные методы, такие как синтез, анализ, сравнение, обобщение, системность, комплексность и др.

Результаты исследования. В современных условиях сфера услуг играет ключевую роль в формировании экономики стран мира. Ее развитие способствует усилению конкуренции, что позволяет постоянно совершенствовать предложение по качеству услуг. Сфера услуг позволяет создать новые рабочие места, увеличивает налоговые поступления в региональный и федеральный бюджеты страны, усиливает конкуренцию, которая положительно влияет на формирование качественного предложения на рынке.

Необходимо отметить, что сфера услуг представляет собой сектор экономических отношений, возникающих между производителем услуг и их потребителем. Сфера услуг является широким и неоднородным сектором, включающим в себя различные направления деятельности. Рассмотрим подходы к классификации услуг отечественными учеными, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Классификация услуг по дифференцирующим признакам

Признак дифференциации	Услуги по видам
Осязаемость	<ul style="list-style-type: none">– абсолютно неосозаемые (консалтинг, образовательные услуги);– осозаемые (ресторанные услуги, бытовое обслуживание, транспортировка)
Экономическая направленность	<ul style="list-style-type: none">– личные, индивидуальные или потребительские (consumer), предназначенные для личного потребления, удовлетворения личных потребностей в услугах, оплачиваются за счет личных средств;– производственные, хозяйствственные, деловые (producer, business), предназначенные для удовлетворения хозяйственных услуг
Мотивация потребления	<ul style="list-style-type: none">– услуги для общества;– услуги для материального потребления;– смешанные услуги
Материальность задействованных ресурсов	<ul style="list-style-type: none">– материальные, т.е. требующие таких материальных ресурсов, как запчасти, полуфабрикаты (ремонт оборудования, парикмахерские, рестораны, услуги и т.д.);– нематериальные, задействующие неосозаемые духовные компоненты человеческой активности (консалтинговые, образовательные, культурно-развлекательные и т.д.)

В мировой экономике происходит рост спроса на услуги, что объясняется рядом факторов, которые представлены на рисунке 1.

Особый интерес представляет динамика объема услуг в мировой экономике (табл. 2).



Рис.1. Факторы увеличения спроса на услуги в мировой экономике

Таблица 2

Динамика объема услуг РФ и отдельных иностранных государств в 2022 году

Место страны в мире	Страна	Сумма услуг, оказанных за 2022 год млрд долл.
1	США	13 942,2
12	Россия	709,2
23	Гонг Конг	220,0
46	Греция	87,6
101	Азербайджан	11,5
151	Сирия	2,8
197	Либерия	0,21

Лидирующее место по объему оказанных услуг в 2022 году занимают США, Россия – 12 место [3].

На современном этапе развития экономики России сфера услуг, наряду с промышлен-

ностью и сельским хозяйством, представляется важнейшей составляющей экономики страны. Так, в разрезе доли видов деятельности в ВВП России сфера услуг на протяжении шести лет держит доминирующее положение (рис. 2).

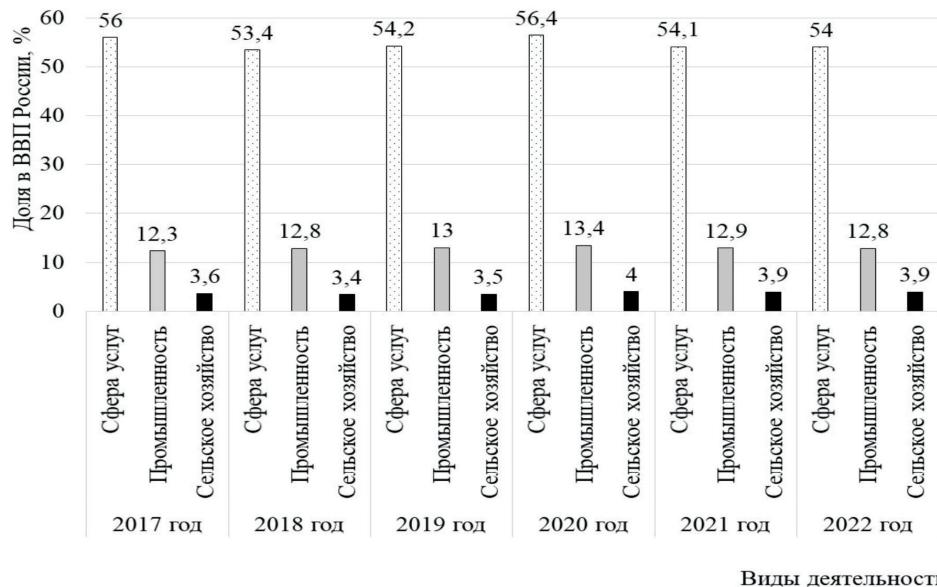


Рис. 2. Удельный вес основных видов деятельности в ВВП России в 2017–2022 гг., %

Следует отметить снижение доли сферы услуг в ВВП России в 2018 году по сравнению с 2019 годом с 56 до 53,4 %, но уже с 2018 года по 2020 год данный показатель увеличился с 53,4 до 56,4 %, а в 2022 году составил 54 %.

За последние годы в развитых стра-

нах наблюдается стабильность доли сферы услуг в ВВП (табл. 3). Доля сферы услуг в ВВП в развитых странах с 2017 по 2022 год имеет небольшие колебания и остается примерно на одном уровне, наша страна незначительно отстает от этих показателей.

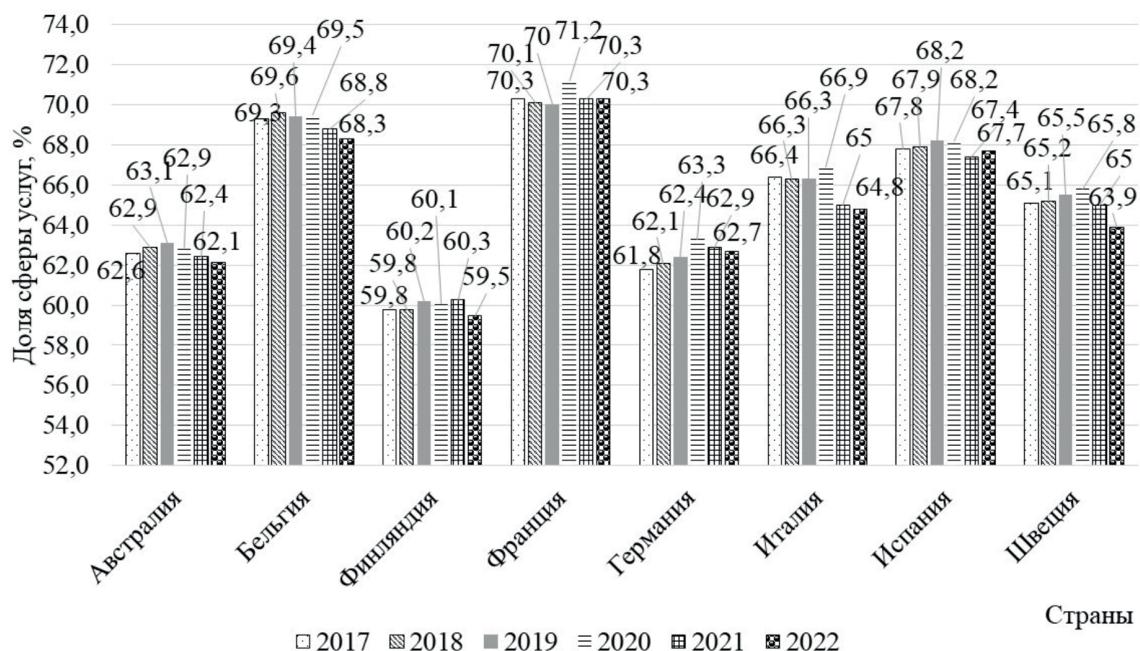


Рис. 3. Доля сферы услуг в ВВП в развитых странах в 2017–2022 гг.

Сфера услуг представляет устойчивое положение в хозяйстве на уровне страны и мира в целом. Дефиниция данного термина заключается в широком круге видов хозяйственной деятельности по удовлетворению разнообразных потребностей потребителей. Термин представлен двенадцатью секторами: деловые услуги, услуги связи, образовательные, транспортные услуги и т.д. Сфера услуг удовлетворяет не только потребности на уровне отдельного человека, но и на уровне промышленного предприятия, выражаяющиеся в гарантитном и постгарантитном обслуживании.

Необходимо отметить, что функционирование и развитие сферы услуг в современных условиях являются значимым фактором, так как экономический рост предприятий сферы услуг является катализатором роста иных сфер экономической

деятельности, а также по мере развития сектора услуг увеличиваются налоговые поступления в бюджет и создаются новые рабочие места. Особый интерес представляют показатели, отражающие динамику среднегодовой численности занятых в сфере услуг (табл. 3).

Следует отметить, что наибольшее количество занятых работают в сфере оптовой и розничной торговли [5]. Их динамика изменилась на протяжении всего анализируемого периода и, в конечном итоге, увеличилась на 3,9 % с 11 525 тыс. человек в 2015 году до 11 973 тыс. человек в 2022 году. Меньшее количество занятых было задействовано в деятельности по операциям с недвижимым имуществом. В 2022 году по сравнению с 2017 годом их количество сократилось на 6,5 % с 1 257 тыс. человек до 1 188 тыс. человек в 2022 году.

Таблица 3

Динамика показателей среднегодовой численности занятых в сфере услуг в Российской Федерации в 2017–2022 гг.

(тыс. чел.)

Показатели	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов	11 525	11 525	11 198	10 907	11 183	11 973
Транспортировка и хранение	6 261	6 314	6 314	6 196	6 315	6 415
Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	1 840	1 907	1 894	1 712	1 841	1 870
Деятельность в области информации и связи	1 294	1 270	1 295	1 366	1 310	1 318
Деятельность финансовая и страховая	1 620	1 643	1 627	1 587	1 579	1 611
Деятельность по операциям с недвижимым имуществом	1 257	1 235	1 233	1 265	1 224	1 188
Деятельность профессиональная, научная и техническая; деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги	3 915	4 054	4 139	4 252	4 335	4 414
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение	5 207	5 136	5 022	5 020	4 968	4 910
Образование	6 867	6 895	6 840	6 675	6 822	6 878
Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг	5 705	5 791	5 693	5 498	5 595	5 506
Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений	1 322	1 341	1 445	1 408	1 403	1 425
Предоставление прочих видов услуг	1 789	1 737	1 753	1 757	1 842	2 023

В рамках исследования весьма важно провести исследование деловой активности сферы услуг РФ за 2017–2022 гг. (табл. 4). Деловая активность в сфере услуг состоит из индекса предпринимательской уверенности, спроса на услуги организации, объема и цен оказанных услуг, которые являются разностью между ответами респондентов «улучшение»/«ухудшение» ситуации с прошлым кварталом [6].

Индекс предпринимательской деятельности в сфере услуг изменился на протяжении всего анализируемого периода [6]. Увеличение показателя произошло в 2018 и 2019 годах, но уже в 2020 году индекс стал рекордно низким. Спрос на услуги организации респон-

дентами оценивался в качестве ухудшения ситуации в этой сфере. Объем оказанных услуг и цены на них оценивались неудовлетворительно респондентами на протяжении всего анализируемого периода, что свидетельствует об ограничительных рычагах, тормозящих реализацию продуктов в сфере услуг.

Для респондентов главным фактором, ограничивающим деятельность организаций в сфере услуг, следует считать недостаточный спрос на данный вид услуг, который оставался на приблизительно одном уровне за 2017–2022 годы (табл. 5). На втором месте по ограничивающему свойству стоит высокий уровень налогообложения, который резко возрос начиная с 2020 года.

Таблица 4

Динамика деловой активности в сфере услуг РФ в 2017–2022 гг.
(%)

Кварталы	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Индекс предпринимательской деятельности						
I	-10	-7	-8	-8	-8	-7
II	+1	+3	+1	-40	+3	-7
III	0	+1	+1	-40	+3	-7
IV	-7	-7	-6	-19	-10	-9
Спрос на услуги организации						
I	-25	-22	-24	-23	-22	-21
II	-7	-4	-5	-59	+1	-10
III	-5	-2	-3	-10	-10	-3
IV	-11	-12	-9	-21	-12	-10
Объем оказанных услуг						
I	-41	-42	-43	-38	-51	-42
II	-39	-39	-40	-68	-41	-42
III	-37	-37	-36	-59	-37	-36
IV	-38	-39	-38	-55	-42	-37
Цены, тарифы на услуги						
I	-21	-22	-21	-20	-29	-24
II	-21	-21	-20	-36	-25	-26
III	-21	-21	-19	-31	-24	-24
IV	-21	-22	-20	-30	-26	-24

Третье место занимает недостаток квалифицированного персонала в сфере услуг, важность которого начала расти с 2017 года.

Сфера услуг наиболее мобильная и гибкая обобщающая категория, которая способна подстраиваться под непрекращающееся развитие новых технологий, ежедневно изменяющиеся потребности и требования клиентской аудитории.

Весьма важно то, что в современной экономике поведение потребителя стимулируется новыми видами предложений:

– дистанционная доставка продуктов через мобильные сервисы (сбермаркет, яндекс еда, деливири клаб и пр.);

– онлайн-бронирование туристического отдыха в сервисах формата Островок;

– проведение учебных занятий онлайн на платформах Вебинар и Zoom;

– выбор банковского предприятия для выдачи кредита, открытия накопительного вклада и иных банковских услуг осуществляется на платформе Сравни.Ру.

Таблица 5

Факторы, ограничивающие деятельность организаций сферы услуг РФ в 2017–2022 гг.

Кварталы	Годы					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Недостаточный спрос на данный вид услуг						
I	+47	+49	+50	+49	+50	+48
II	+47	+48	+49	+57	+45	+49
III	+47	+48	+49	+54	+43	+49
IV	+47	+48	+48	+55	+45	+49
Высокий уровень налогообложения						
I	+34	+34	+36	+43	+41	+44
II	+35	+34	+36	+41	+40	+44
III	+36	+35	+37	+39	+40	+44
IV	+37	+36	+38	+41	+41	+44
Недостаток квалифицированного персонала						
I	+17	+19	+20	+23	+21	+26
II	+18	+19	+21	+17	+21	+25
III	+18	+20	+22	+19	+23	+26
IV	+19	+21	+22	+20	+26	+29

На основании проведенного исследования мы провели обобщение основных

трендов развития сферы услуг в условиях турбулентности экономии (рис. 4).



Рис. 4. Тренды развития сферы услуг в РФ

Первое место занимает персонализация, что подразумевает индивидуальный подход к изменяющимся потребностям клиентов, представляющимся факторами, способствующими побудить клиента приобретать услугу (продукт). Благодаря персонифицированному подходу индивидуально определяются причины, стимулирующие определенные поведения клиента, выра-

жающиеся в качестве его выбора. Данное поведение сегментируется за счет анализа потенциальных клиентов в процессе опросов, интервью, фокус-групп. Далее происходит распределение полученной информации между определенными командами. После этого функции продукта адаптируются под запросы клиента и, в конечном итоге, проводится сбор отзывов конечного

потребителя, в соответствии с которыми сопоставляются «ожидания» с «реальностью» в процессе приобретения услуги клиентами.

Следующий тренд развития сферы услуг – это цифровые трансформации [10]. Развитие «дистанционных услуг» открыло возможность клиентам «online» обучаться, проводить и участвовать в консультациях, удаленно принимать решения по управлению проектами. Следует отметить, что многие из дистанционных услуг стандартизированы.

Тенденция, способствующая трансформации сферы услуг, заключается в побуждении организаций отвечать стандартам качества, а также в целенаправленном и систематическом улучшении предоставления качественных услуг.

Следующим трендом следует считать интеграцию и партнерство компаний в процессе сотрудничества друг с другом для реализации качественно новых и цельных предложений, в результате которого потребности клиентов наиболее полно удовлетворяются [7].

Следует иметь в виду, что трансформации сферы услуг способствует тренд экологической ответственности, суть которой заключается в стремлении организаций сферы услуг являться экологически устойчивыми, а также в реализации экологически чистых услуг.

Весьма важно то, что искусственный интеллект изменяет сферу услуг посредством внедрения в системы, позволяющие персонализировано подстраиваться под потребности, предпочтения и ожидания каждого клиента, предлагать оптимальные решения возникающих проблем [9]. Автоматизированные процессы в сфере услуг расширяют возможность (а также высвобождают время) организаций предоставлять клиентам неординарные и творческие решения для привлечения, удержания и расширения клиентской аудитории.

Мы считаем, что гибкость и мобильность продуктов сферы услуг значимы для клиента с точки зрения свободного и доступного получения, в том числе с помощью мобильных приложений, online-бронирования и т.д., информации, рекомендаций и самой услуги в удобное время и в комфортном месте для клиента.

Следует отметить, что в настоящее время предоставление услуг настолько широко и повсеместно, что целесообразно сделать акцент на следующем тренде – сервисной экономике, которая свидетельствует не только о реализации организациями товаров, но также о сопряжении с ними представления услуг.

Говоря об инновационном подходе в сфере услуг, необходимо признать, что он способствует удобству и скорости в получении клиентами услуг, что стабильно подкрепляет их пользоваться теми видами услуг, которые не требуют длительного ожидания и их получение быстро и удобно для клиента [10].

Не менее важный тренд «устойчивость к кризисам» в сфере услуг означает соответствие требованию обеспечивать непрерывную работу. Организации сферы услуг мобильны и гибки, настроены быстрой реакцией на изменяющуюся внешнюю или внутреннюю среды, а также внедряют планы по управлению кризисными ситуациями.

Выводы и заключение. Сфера услуг является катализатором развития экономики, при этом являясь индикатором уровня жизни в стране. Во времена экономической нестабильности развитие сферы услуг становится наиболее важным, потому что сфера услуг позволяет создать новые рабочие места, увеличиваются налоговые поступления в бюджет, происходит усиление конкуренции, которое положительно влияет на формирование качественного предложения на рынке.

Сфера услуг занимает устойчивое положение в хозяйстве на уровне страны и

мире в целом. Ее доля в разрезе видов деятельности в ВВП России занимает доминирующее место и превышает значение по промышленности и сельскому хозяйству.

Таким образом, необходимо отметить, что сфера услуг наиболее мобильная и гибкая обобщающая категория, которая имеет положительные тренды своего развития: персонализация, цифровые трансформации, интеграция и партнерство в организации, экологическая ответственность, искусственный интеллект, гибкость и мобильность продуктов, сервисная экономика, инновационный подход и устойчивость к кризисам.

Список литературы

1. Алябьева, М. В. Повышение конкурентоспособности предприятий розничной торговли на основе маркетинговых исследований / М. В. Алябьева. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – № 2(81). – С. 20–27. – ISSN 2223–5639.
2. Цены, инфляция. Потребительские цены. Рабочая сила, занятость и безработица в России. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price> (дата обращения: 21.01.2024). – Текст : электронный.
3. Исследование: более 9 млн россиян работают в сфере услуг через объявления. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/12111671> (дата обращения: 17.01.2024). – Текст : электронный.
4. Опережающие индикаторы по видам экономической деятельности. – URL: https://rosstat.gov.ru/leading_indicators (дата обращения: 30.01.2024). – Текст : электронный.
5. Расширение спектра услуг как основа для роста и развития экономики страны. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rasshirenie-spektra-uslug-kak-osnova-dlya-rosta-i-razvitiya-ekonomiki-strany/viewer> (дата обращения: 09.01.2024). – Текст : электронный.
6. Сальников, И. И. Методические подходы к оценке эффективности деятельности предприятий розничной торговли / И. И. Сальников, Н. И. Виноградова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2012. – № 4(44). – С. 234–237. – ISSN 2223-5639.
7. Токарь, Е. В. Исследование основных показателей состояния и развития розничной торговли Белгородской области / Е. В. Токарь, В. С. Бирюлин. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – №1 (49). – С. 106–114. – ISBN 2223-5639.
8. 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. 40–51. – ISSN 2223-5639.
9. Тренды, влияющие на сферу услуг. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6296793> (дата обращения: 02.01.2024). – Текст : электронный.
10. Услуги для экономики. – URL: <https://plus.rbc.ru/news/5df0d3ec7a8aa9818a6fccc2> (дата обращения: 15.01.2024). – Текст : электронный.

Tokar E.V.

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

Tedeyeva R.A.

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

Rogov D.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student, Chair of Economics

MAIN TRENDS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF THE SERVICES SECTOR IN CONDITIONS OF INSTABILITY AND UNCERTAINTY OF THE EXTERNAL ENVIRONMENT

Abstract. The service sector acts as a catalyst for the development of the country's economy, while at the same time being an indicator of the standard of living of the population. In conditions of economic instability, the development of the service sector becomes most important, because the service sector allows for the creation of new jobs, increases tax revenues to the budget, and increases competition, which has a positive effect on the formation of a high-quality offer in the market. The purpose of this study is to study the directions of functioning of the service sector, as well as to summarize the main trends in its development in conditions of economic turbulence. During the study of data, general scientific methods were used, such as synthesis, analysis, comparison, generalization, systematicity, complexity, etc. The article revealed that in modern conditions the service sector represents a stable position in the economy at the level of the country and the world as a whole. As a result of the study, it was found that the service sector is the most mobile and flexible general category, which has positive trends in its development: personalization, digital transformation, integration and partnership, environmental responsibility, artificial intelligence, flexibility and mobility of products, innovative approach and crisis resistance.

Keywords: service sector, development, indicators, dynamics, development trends, economic instability, development trends.

References

1. Alyabieva, M.V. (2020). Povysheniye konkurentosposobnosti predpriyatiy roznichnoy torgovli na osnove marketingovykh issledovaniy [Increasing the competitiveness of retail enterprises based on marketing research]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2(81), 20–27. ISSN 2223-5639.

2. Tseny, inflyatsiya. Potrebitele'skiye tseny. Rabochaya sila, zanyatost' i bezrabotitsa v Rossii [Prices, inflation. Consumer prices.

Labor force, employment and unemployment in Russia]. Russia. Retrieved from: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price>.

3. Issledovaniye: boleye 9 mln rossiyan rabotayut v sfere uslug cherez ob'yavleniya [Research: More than 9 million Russians work in the service sector through advertisements]. Retrieved from: <https://tass.ru/ekonomika/12111671>.

4. Operezhayushchiye indikatory po vidam ekonomiceskoy deyatel'nosti [Leading indicators by types of economic activity]. Leading indicators by type of economic activity. Retrieved from: https://rosstat.gov.ru/leading_indicators

5. Rasshireniye spektra uslug kak osnova dlya rosta i razvitiya ekonomiki strany [Expansion of the range of services as a basis for the growth and development of the country's economy]. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/rashirnie-spektra-uslug-kak-osnova-dlya-rosta-i-razvitiya-ekonomiki-strany/viewer>.

6. Salnikov, I.I., Vinogradova, N.I. (2012). Metodicheskiye podkhody k otse nke effektivnosti deyatel'nosti predpriy atiy roznichnoy torgovli [Methodological approaches to assessing the efficiency of retail trade enterprises]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4(44), 234-237. ISSN : 2223-5639.

7. Tokar, E.V., Biryulin, V.S. (2014). Issledovaniye osnovnykh pokazateley sostoyaniya i razvitiya roznichnoy torgovli Belgorodskoy oblasti [Research of the main

indicators of the state and development of retail trade in the Belgorod region]. Vestnik BUKEP [Herald of BUKEP]. 1(49), 106– 114. ISBN: 2223-5639.

8. Tokar, E.V., Solovieva, 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]. Vest. Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (98), 40-51. ISSN: 2223-5639.

9. Trendy, vliyayushchiye na sferu uslug [Trends affecting the service sector]. Retrieved from: <https://www.kommersant.ru/doc/6296793>.

10. Uslugi dlya ekonomiki [Services for the economy]. Retrieved from: <https://plus.rbc.ru/news/5df0d3ec7a8aa9818a6fccc2>.

e-mail: toshini@rambler.ru

Матвеева О.П.

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

Петин Г.Р.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. Целью исследования является определение направлений устойчивого развития розничной торговли как в интересах государства, так и конечного потребителя товаров – граждан страны – на основе выявленных тенденций и проблем ее развития. Достижение цели обусловило анализ и оценку: оборота розничной торговли (ОРТ) Российской Федерации (РФ); ОРТ на душу населения; числа хозяйствующих субъектов в розничной торговле; структуры ОРТ по хозяйствующим субъектам; ОРТ розничных торговых сетей; доли продажи товаров через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет (Интернет); распределения численности занятых по уровню образования в розничной торговле; причин неудовлетворенности покупателей торговым обслуживанием, позволивших определить, что для повышения уровня их удовлетворенности торговым обслуживанием в розничной торговле необходимо расширить ассортимент товаров и перечень услуг розничной торговли и повысить их качество, установить приемлемые цены на необходимые товары с учетом их доходов, время обслуживания должно быть минимальным, то есть исключить большие очереди и утвердить удобный режим работы объектов розничной торговли; четырех групп факторов, сдерживающих деятельность организаций розничной торговли – финансовых, конкурентной среды, ассортиментных, платежеспособности населения. Определение направлений устойчивого развития розничной торговли на основе выявленных тенденций и проблем ее развития обусловило использование общенаучных методов теоретического и эмпирического уровней.

Ключевые слова: розничная торговля, конкуренция, режим работы, численность занятых в торговле, ассортимент товаров, торговое обслуживание, качество товаров, оборот розничной торговли, покупательная способность, розничная торговая сеть, покупатели, численность населения, доступность организаций розничной торговли.

Введение. Экономика любого государства ориентирована на производство и реализацию товаров с целью обеспечения ее устойчивого развития, которые предусматривают удовлетворение потребительского спроса, то есть торговля при этом выступает посредником между производством товаров и конечным их потребителем, формируя потребительский спрос с учетом платежеспособности населения.

В РФ торговля страны является одной из системообразующих сфер национальной экономики, в частности, это, прежде всего, в целом относится к такому виду экономической деятельности, как оптовая и розничная торговля.

Результативностью развития российской торговли выступает динамичный рост поступления налоговых платежей и сборов в бюджетную систему РФ. Так, если в

2010 году они составляли 10,2% (787 196,3 млн руб., из них розничной торговли – 234 903,1 млн руб.), то в 2022 году – 13,5% (4 182 489,0 млн руб., из них розничной торговли – 1 150 260,8 млн руб.).

В 2017–2022 годах доля валовой добавленной стоимости торговли в валовом внутреннем продукте составляла 14,6%, 14,3%, 19,0%, 18,8%, 17,7%, 12,4% соответственно, а доля инвестиций в основной капитал в этот период от общей их величины всех видов экономической деятельности – 4,0%, 4,1%, 3,7%, 3,4%, 4,3%, 3,9% соответственно, конечно, отмечаются годовые колебания значения первого экономического показателя, что касается второго показателя, то они также не постоянны, но колебания выражены в меньшей мере относительно предыдущих годов.

Кроме того, в РФ растет численность занятых в торговле. Так, в 2010 году среднегодовая численность занятых в торговле составляла 12 546, или 17,5%, от общей численности занятых по всем видам экономической деятельности, а в 2022 году – 13 251 тыс., или 18,6%.

Таким образом, с одной стороны, неравномерный рост налоговых поступлений в бюджетную систему страны и численности занятых в торговле, а с другой – существенное сокращение доли валовой добавленной стоимости торговли в валовом внутреннем продукте и инвестиций в основной капитал в 2022 году относительно предыдущего года свидетельствуют о целесообразности поиска новых направлений развития торговли страны, обеспечивающих ее устойчивое развитие, в частности, одной из ее отраслей – розничной торговли – с целью удовлетворения

потребностей и запросов населения страны, в том числе в результате повышения качества предоставления услуг розничной торговли.

Проблемные аспекты розничной торговли, затрагивающие различные направления ее деятельности, являлись предметом исследований таких авторов, как: А.В. Воронков [1, 3, 7, 11, 15], О.А. Глазунова [8, 14], Р.Н. Давыдов [9], О.Н. Дегтярь [2, 3, 7], А.Н. Доценко [12], Е.В. Исаенко [4, 16], А.В. Исаенко [4], Е.В. Колесникова [3, 17], А.И. Комарова [17], Р.В. Кононенко [5,], Л.А. Либрам [2, 6], Е.И. Макринова [7, 8], Ю.В. Малий [5], О.П. Матвеева [9, 10], Е.В. Матузенко [8, 11, 14], Ю.А. Наплёкова [1, 11, 15], В.С. Патулов [13], А.Е. Рудых [12], Л.Т. Снитко [12, 13], Е.Е. Тарасова [14, 15, 16], В.И. Теплов [16], Л.В. Теплова [13] Е.В. Токарь [17], Е.А. Цымбал [5] и др.

Целью исследования является определение направлений устойчивого развития розничной торговли как в интересах государства, так и конечного потребителя товаров – граждан страны на основе выявленных тенденций и проблем ее развития.

Методы исследования. Определение направлений устойчивого развития розничной торговли на основе выявленных тенденций и проблем ее развития обусловило использование общенаучных методов теоретического и эмпирического уровней.

Результаты исследования. ОРТ является абсолютным показателем, характеризующим развитие розничной торговли в части удовлетворения потребностей и запросов населения РФ с учетом его покупательной способности (рис. 1).



Рис. 1. ОРТ в РФ за 2000, 2005, 2010, 2018–2022 годы, млрд руб. [18–20]

В действующих ценах отмечается рост ОРТ в РФ как в целом, так и по двум его формирующему компонентам – пищевым продуктам и непродовольственным товарам. При этом доля непродовольственных товаров в структуре ОРТ преобладает по сравнению с пищевыми продуктами. Так, доля непродовольственных товаров в ОРТ в 2000, 2005, 2010, 2018–2022 годах составляла 53,5%, 54,3%, 51,5%, 52,3%, 52,1%, 51,0%, 53,0%, 50,6% соответственно. Однако в 2022 году разница существенно сократилась между двумя компонентами, формирующими ОРТ в РФ.

Несколько по-иному происходило развитие розничной торговли в части ее оборота в сопоставимых ценах, в частности, к предыдущему году. Так, в течение 2018–2022 годов наблюдался рост ОРТ в сопоставимых ценах в 2018 году (102,8%), в 2019 году (101,9%) и в 2021 году (107,8%), в том числе реализация пищевых продуктов в эти годы сложилась на уровне 102,1%, 101,8%, 102,7% соответственно, а продажа непродовольственных товаров – 103,5%, 102,0%, 112,7% соответственно [18–20].

Следовательно, в 2020 и 2022 годах ОРТ составлял к предыдущему году 96,8%

и 98,3%, в том числе продажа пищевых продуктов в эти годы отмечена на уровне 98,4% и 98,3%, а непродовольственных товаров – 95,4% и 89,4% [18–20].

Таким образом, в 2018, 2019 и 2021 годах рост продажи непродовольственных товаров преобладал над ростом продажи пищевых продуктов, но в 2020 и 2022 годах, наоборот, сокращение продаж непродовольственных товаров возросло по сравнению с продажами пищевых продуктов. Выявленное обстоятельство свидетельствует об изменении потребительского поведения, в частности, под влиянием появившихся внешних факторов, таких как пандемия (внешняя мировая среда) и начало специальной военной операции (внешняя национальная среда), которое в целом в меньшей мере отразилось на потреблении населением пищевых продуктов по сравнению с приобретением ими новых непродовольственных товаров.

Необходимо отметить, что если ОРТ характеризует как в целом реализованный потребительский спрос, так и по двум его составляющим, то ОРТ на душу населения характеризует индивидуальное приобретение товаров по данным направлениям (рис. 2).



Рис. 2. ОРТ в РФ на душу населения за 2010, 2015–2022 годы, руб. [18–20]

Устойчивый вектор продаж товаров на душу населения в действующих ценах отмечается в течение 2018–2022 годов как в целом для ОРТ, так и его составляющих.

Однако в сопоставимых ценах направленность развития ОРТ на душу населения несколько отличается от аналогич-

ного показателя розничной торговли РФ в целом.

Так, ОРТ на душу населения, в том числе ОРТ на душу населения пищевыми продуктами и непродовольственными товарами в сопоставимых ценах относительно предыдущего года по сравнению с ОРТ в РФ

и по его составным компонентам сложился на уровне [18–20]:

- в 2018 году – 101,2% против 102,8%, (102,1% и 103,5% против 102,1% и 103,5%);
- в 2019 году – 101,9% против 101,9% (101,8% и 102,0% против 101,8% и 102,0%);
- в 2020 году – 97,0% против 96,8% (98,6% и 95,6% против 98,4% и 95,4%);
- в 2021 году – 108,2% против 107,8% (103,1% и 113,2% против 102,7% и 112,7%);
- в 2022 году – 93,0% против 93,5% (97,8% и 88,9% против 98,3% и 89,4%).

Таким образом, в целом направленность развития ОРТ в целом и ОРТ на душу населения совпадает, а в частности нет. Так, в 2020 году и в 2021 году рост ОРТ на душу населения превышает рост ОРТ на 0,2 п.п. и 0,4 п.п., а в 2022 году – наоборот доминирует рост ОРТ на 0,5 п.п., что, безусловно, объяснимо численностью обслуживаемого населения, которое не является стабильным абсолютным показателем, а подвержено изменениям как в сторону роста, так и сокращения, а также его покупательной способностью и влиянием внешней окружающей среды.

Так, в 2018 году численность постоянного населения страны (на конец года) составляла [18–20]:

- в 2018 году – 147 840,7 тыс. чел., в том числе 74,6% городское;
- в 2019 году – 147 959,3 тыс. чел., в том числе 74,7% городское;
- в 2020 году – 147 455,7 тыс. чел., в том числе 74,7% городское;
- в 2021 году – 146 980,1 тыс. чел., в том числе 74,8% городское;

– в 2022 году – 146 447,4 тыс. чел., в том числе 74,9% городское;

Таким образом, отмечается тенденция сокращения численности постоянного населения страны на фоне роста численности городского населения, данный фактор обуславливает концентрацию хозяйствующих субъектов розничной торговли в большей мере в городах и меньшей степени в сельской местности, что делает менее доступными все услуги розничной торговли.

Подтверждением являются итоги Комплексного наблюдения условий жизни населения, в частности, респонденты в возрасте 15 лет и более (Наблюдение) указали на большую отдаленность организаций розничной торговли [20]:

- в 2020 году: 12,6% от общего числа опрошенных, из них в городской местности – 8,3%, а в сельской – 24,6%;
- в 2022 году: 14,6% от общего числа опрошенных, из них в городской местности – 8,2%, а в сельской – 30,4%;

Доступность совершения покупки в розничной торговле – это, с одной стороны, один из элементов качества предоставления услуг розничной торговли, а с другой – фактор роста экономических показателей.

Безусловно, доступность совершения покупки зависит как от числа хозяйствующих субъектов розничной торговли, так и их равномерного размещения с учетом возможности минимума затрат времени на приобретение необходимо товара (рис. 3).



Рис. 3. Хозяйствующие субъекты розничной торговли в РФ в 2016–2022 годах, тыс. (на конец года) [18–20]

Число хозяйствующих субъектов розничной торговли не может быть постоянной величиной, ему свойственно меняться в любую сторону – роста или сокращения, данное утверждение относится как к предприятиям и организациям, так и индивидуальным предпринимателям.

В течение 2016–2022 годов существенно сократилось число предприятий и организаций – с 354,7 тыс. ед. до 193 тыс. ед., то есть на 161,7 тыс. ед., а индивидуальных предпринимателей – с 1334,3 тыс. до 1182,3 тыс., то есть на 152 тыс.

В 2017–2022 годах структура ОРТ по хозяйствующим субъектам РФ выглядит следующим образом [18–20]:

- организации, кроме субъектов малого и среднего предпринимательства (крупные организации): 45,0%; 47,6%; 49,3%; 54,0; 56,1%; 55,7%;
- индивидуальные предприниматели, не осуществляющие розничную торговлю на рынках: 22,6%; 21,5%; 20,9%; 18,3%; 17,2%; 18,8%;
- малые предприятия: 14,2%; 13,7%; 13,4%; 12,2%; 10,9%; 10,2%;
- микропредприятия: 9,4%; 9,4%; 9,3%; 8,7%; 8,5%; 8,9%;
- субъекты среднего предпринимательства: 2,5%; 2,2%; 1,8%; 2,1%; 2,7%; 1,8;
- продажа товаров на розничных рынках и ярмарках: 6,3%; 5,6%; 5,3%; 4,7%; 4,6%; 4,6%.

Таким образом, на конкурентном рынке услуг розничной торговли усилили свои позиции субъекты крупного предпринимательства – с 45,0% до 55,7%, или на 15,7 п.п.

В данном случае субъекты крупного предпринимательства выиграли в конкурентной борьбе за покупателя, который в настоящее время отдает предпочтение для совершения покупки товаров потребительского назначения именно данному виду хозяйствующего субъекта розничной торговли, выбирая ассортимент товаров и метод продажи, которые являются основными

элементами качества предоставления услуг розничной торговли.

Розничные торговые сети в РФ стали основным хозяйствующим субъектом, продолжая увеличивать долю своего оборота в общем ОРТ (в действующих ценах) и число субъектов РФ, где их оборот в общем объеме ОРТ выше среднероссийского уровня, в частности [18–20]:

- в 2010 году: 17,5% и 26 ед.;
- в 2015 году: 25,0% и 36 ед.;
- в 2016 году: 27,5% и 37 ед.;
- в 2017 году: 30,7% и 34 ед.;
- в 2018 году: 32,6% и 37 ед.;
- в 2019 году: 34,2% и 33 ед.;
- в 2020 году: 38,5% и 36 ед.;
- в 2021 году: 38,7% и 39 ед.;
- в 2022 году: 39,7% и 40 ед.

Таким образом, в 2022 году доля розничных торговых сетей составила немногим менее 40% в ОРТ в РФ, а их превалирующее функционирование в 40 субъектах РФ из 89 субъектов РФ.

Считаем целесообразным сравнить темпы роста ОРТ розничных торговых сетей и темпы роста ОРТ страны розничной торговли в сопоставимых ценах [18–20]:

- 2010 год: 111,3% против 106,5%;
- 2015 год: 97,2% против 90,0%;
- 2016 год: 104,5% против 95,2%;
- 2017 год: 110,9% против 101,3%;
- 2018 год: 109,8% против 102,8%;
- 2019 год: 107,2% против 101,9%;
- 2020 год: 109,0% против 96,8%;
- 2021 год: 108,1% против 107,8%;
- 2022 год: 95,7% против 93,5%.

Таким образом, на основания того, что по некоторых годам имеется существенное различие величины ОРТ страны в целом и ОРТ розничных торговых сетей, которые имеют следующие значения: 4,8 п.п., 7,2 п.п., 9,3 п.п., 9,6 п.п., 7,0 п.п., 5,3 п.п., 12,2 п.п., 0,3 п.п., 2,2 п.п., можно утверждать, что покупатели в большей мере предпочитают совершать покупки в розничных торговых сетях.

Все масштабное развитие розничных торговых сетей не означает, что в перспек-

тиве только они останутся на рынке услуг розничной торговли.

Безусловно, успешное функционирование на рынке других хозяйствующих субъектов розничной торговли предусматривает повышение качества услуг розничной торговли, которые обеспечат им рост экономических показателей.

Далее следует отметить в контексте роста и долю продажи товаров через информационно-телекоммуникационную сеть Интернет (Интернет), в частности, в фактически действующих ценах в общем ОРТ она составила [18-20]:

- в 2015 году – 0,9%;
- в 2016 году – 1,2%;
- в 2017 году – 1,3%;
- в 2018 году – 1,7%;
- в 2019 году – 2,0%;
- в 2020 году – 3,9%;
- в 2021 году – 5,1%;
- в 2022 году – 6,0%.

Таким образом, 2020 год – это начало пандемии, отмечается как начало реали-

зации товаров посредством использования Интернета по сравнению с предыдущим годом (1,9 п.п.), до 2020 года прирост находился в таких размерах, как: 0,3 п.п., 0,1 п.п., 0,4 п.п., 0,3 п.п., но в 2021 году несколько замедлился темп прироста и составил уже 1,1 п.п., а в 2022 году – 0,9 п.п.

Утверждать, что в перспективе продажа товаров потребительского назначения посредством Интернета станет единственной, пока нет оснований, учитывая определенную результативность деятельности всех хозяйствующих субъектов розничной торговли, которая ориентирована на удовлетворение ожиданий покупателя после совершения им покупки.

Удовлетворенность торговым обслуживанием, которая является одним из основных показателей качества предоставления услуг розничной торговли, в значительной мере зависит торгового персонала, а именно уровня его образования и квалификации, то профessionализма (рис. 4).

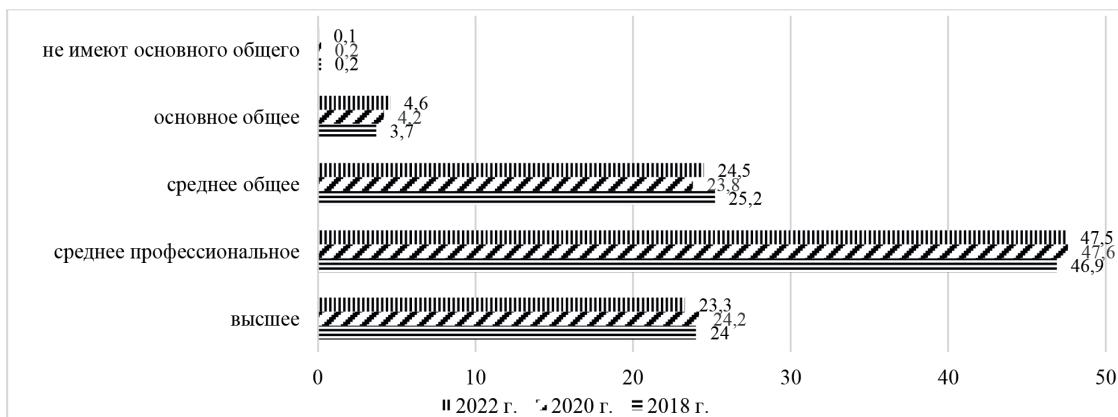


Рис. 4. Численность занятых в розничной торговле по уровню образования в 2018, 2020, 2022 годах, % [18-20]

Таким образом, в 2018, 2020, 2022 годах в целом занятые в розничной торговле имели высшее образование от 23,3% до 24,2%, среднее профессиональное образование – от 46,9% до 47,6%, в совокупности имели определенный уровень профессионального образования [18-20]:

- в 2018 году: 70,9%;

- в 2020 году: 71,8%;
- в 2022 году: 70,8%.

Следовательно, почти 30% занятых в розничной торговле не имеют профессионального образования, что, безусловно, отражается на качестве предоставления услуг розничной торговли.

В частности, по итогам Наблюдения покупатели на неудовлетворенность торговым обслуживанием в своем населенном пункте указали [20]:

– в 2020 году: 8,9%, из них в городской местности – 6,3%, в сельской – 16,6%;

– в 2022 году: 9,4%, из них в городской местности – 5,7%, в сельской – 20,4%;

Таким образом, сельские жители в большей степени не удовлетворены торговым обслуживанием по сравнению с городским населением.

Основными причинами неудовлетворенности торговым обслуживанием в 2022 году респонденты отметили [20]:

– узкий ассортимент товаров и услуг: 62,8%, из них в городской местности – 56,9%, в сельской – 67,7%;

– низкое качество товаров и услуг: 24,5%, из них в городской местности – 32,5%, в сельской – 17,6%;

– высокий уровень цен по сравнению с другими: 59,0%, из них в городской местности – 60,2%, в сельской – 58,0%;

– очереди, неудобный режим работы: 2,4%, из них в городской местности – 3,2%, в сельской – 1,7%;

– другие причины: 7,5%, из них в городской местности – 5,1%, в сельской – 9,6%;

Таким образом, респонденты, проживающие в городской местности, в большей степени акцентировали внимание на таких составляющих торгового обслуживания, как качество товаров и услуг, высокий уровень цен, большие очереди и неудобный режим работы, а сельские жители – на узком ассортименте товаров и услуг и других причинах.

Следовательно, удовлетворение покупательского спроса должно осуществляться не только количественно в виде необходимых качественных товаров, но и качественно в виде услуги.

В связи с этим следует отметить факторы, которые, по мнению респондентов, ограничивали деятельность организаций розничной торговли в IV квартале 2022 года

(в % от числа обследованных организаций), такие как: недостаточный платежеспособный спрос населения – 43%, высокая конкуренция – 36%, высокий уровень налогообложения – 34%, высокая арендная плата – 20%, недостаток финансовых средств – 20%; высокие транспортные расходы – 16%, высокий процент коммерческого кредита – 10%, недостаточный ассортимент товаров – 10%, сложности получения кредита – 4% [20].

Таким образом, девять факторов условно можно разделить на 4 группы:

– шесть факторов непосредственно или опосредованно связаны с наличием финансовых ресурсов у торговой организации и их использованием;

– седьмой фактор – отсутствие необходимого ассортимента товаров;

– восьмой фактор – высокий уровень конкуренции на рынке услуг розничной торговли;

– девятый фактор – низкая платежеспособность населения, которая напрямую зависит от наличия собственных финансовых ресурсов у всех российских хозяйствующих субъектов, в том числе розничной торговли, в части заработной платы занятых во всех видах экономической деятельности.

Таким образом, мнение покупателей и организаций розничной торговли совпадает только по ассортименту товаров в части его недостаточности и ограниченности. Но при этом финансовые факторы определяют уровень цены товаров, который покупателями отмечен как высокий. Для потребителя с учетом его платежеспособности необходим интересующий его товар по приемлемой цене высокого качества в комфортных условиях его приобретения в удобное время и в пределах пешеходной доступности.

Исходя из ответов респондентов двух сторон взаимодействия реализации услуг розничной торговли, можно сделать вывод, что требуется определенное государственное вмешательство, несмотря на то, что это рыночная (конкурентная) сфера деятельности хозяйствующих субъектов в части

решения финансовых проблем и конечного потребителя товаров, и организаций розничной торговли, так как они сдерживают развитие не только розничной торговли, но и производство потребительских товаров – другой системообразующей сферы российской экономики, а отсюда проблемы с наличием необходимого ассортимента товаров и высокий уровень цен.

Выводы и заключение. Результаты анализа и оценки развития розничной торговли РФ позволили сделать следующие выводы:

- во-первых, торговля является одним из источников формирования доходной части бюджетной системы РФ;
- во-вторых, в 2017–2022 годах доля валовой добавленной стоимости торговли в валовом внутреннем продукте варьировала в пределах от 12,4% до 19,0%;
- в-третьих, в 2017–2022 годах доля инвестиций в основной капитал от общей их величины всех видов экономической деятельности формировалась на уровне от 3,4% до 4,1%;
- в-четвертых, в 2010 году среднегодовая численность занятых в торговле составляла 17,5% от общей численности занятых по всем видам экономической деятельности, а в 2022 году – 18,6%;
- в-пятых, с 2018 по 2022 год в действующих ценах наблюдается рост ОРТ в РФ как в целом, так и по двум укрупненным группам – это пищевые продукты и непродовольственные товары, а в сопоставимых ценах – сокращение ОРТ в 2020 и в 2022 годах;
- в-шестых, в течение 2018–2022 годов отмечается рост продажи товаров на душу населения в действующих ценах, а в сопоставимых ценах – сокращение реализации на душу населения в 2020 и 2022 годах;
- в-седьмых, численность постоянно го населения РФ сокращается на фоне роста городского населения, что явилось основой концентрации хозяйствующих субъектов розничной торговли в городской местности;

– в-восьмых, по мнению покупателей, в первую очередь для повышения уровня их удовлетворенности торговым обслуживанием в розничной торговле необходимо расширить ассортимент товаров и перечень услуг розничной торговли и повысить их качество, установить приемлемые цены на необходимые товары с учетом их доходов, время обслуживания должно быть минимальным, то есть исключить большие очереди и утвердить удобный режим работы объектов розничной торговли;

– в-девятых, сдерживают развитие деятельности организаций розничной торговли четыре группы факторов – конкурентной среды, платежеспособности населения, финансовые, ассортиментные.

Таким образом, решение проблем, связанных с качеством торгового обслуживания, и проблем, сдерживающих развитие деятельности организаций розничной торговли, обеспечит рост экономических показателей розничной торговли на фоне повышения качества услуг розничной торговли и оптимизации затрат, связанных с их предоставлением.

Список литературы

1. Воронков, А. В. Факторы эффективности использования современных форматов предприятий розничной торговли / А. В. Воронков, Ю. А. Наплёкова, О. Н. Гореликова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 2 (99). – С. 154–164.
2. Дегтярь, О. Н. Оценка состояния и развития розничной торговой сети потребительской кооперации с целью повышения результативности маркетинговой деятельности / О. Н. Дегтярь, Л. А. Исаенко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 1 (49). – С. 382–389.
3. Дегтярь, О. Н. Специфика использования мерчандайзинговых

технологий в розничной торговле как формы коммуникации с покупателем / О. Н. Дегтярь, Е. В. Колесникова, А. В. Воронков. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 4 (107). – С. 129–139.

4. Исаенко, Е. В. Исследование эффективности розничной торговли и общественного питания потребительской кооперации / Е. В. Исаенко, А. В. Исаенко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 5 (102). – С. 173–192.

5. Кононенко, Р. В. Процессный подход и его применение в деятельности торговых организаций / Р. В. Кононенко, Ю. В. Малий, Е. А. Цымбал. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 3 (106). – С. 96–105.

6. Либрам, Л. А. Исследование маркетингового потенциала розничной торговли потребительской кооперации / Л. А. Либрам. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – № 6 (67). – С. 290–304.

7. Макринова, Е. И. Поведение потребителей как фактор определения стратегии внедрения инноваций в российском сетевом ритейле / Е. И. Макринова, О. Н. Дегтярь, А. В. Воронков. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 6(97). – С. 217.

8. Макринова, Е. И. Тенденции развития и показатели деятельности российских маркетплейсов как основных конкурентов на рынке онлайн-торговли / Е. И. Макринова, Е. В. Матузенко, О. А. Глазунова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 1 (104). – С. 202–213.

9. Матвеева, О. П. Методические подходы к оценке рациональности

размещения ассортимента товаров в розничной торговой сети / О. П. Матвеева, Р. Н. Давыдов. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2011. – № 1 (37). – С. 86–91.

10. Матвеева, О. П. Потребительская оценка качества услуги по реализации товаров в розничной торговой сети организаций потребительской кооперации / О. П. Матвеева, М. В. Гаркушова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2010. – № 3 (35). – С. 104–110.

11. Матузенко, Е. В. Перспективы и особенности развития интернет-торговли в системе электронной коммерции / Е. В. Матузенко, Ю. А. Наплекова, А. В. Воронков. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2019. – № 4 (77). – С. 312–321.

12. Снитко, Л. Т. Концептуальные основы управления результативностью организации / Л. Т. Снитко, А. Н. Доценко, А. Е. Рудых. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 3 (106). – С. 22–33.

13. 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.

14. Тарасова, Е. Е. Продуктовый ритейл в России: особенности функционирования и направления развития / Е. Е. Тарасова, Е. В. Матузенко, О. А. Глазунова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 4 (101). – С. 177–188.

15. Тарасова, Е. Е. Электронная коммерция как инструмент развития

розничной торговли в цифровой среде / Е. Е. Тарасова, А. В. Воронков, Ю. А. Наплекова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 3 (88). – С. 33–50.

16. **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.

17. **Токарь, Е. В.** Применение инструментов интеллектуального анализа

данных для совершенствования деятельности предприятий розничной торговли / Е. В. Токарь, Р. В. Кононенко, А. И. Комарова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 3 (100). – С. 39–47.

18. Торговля в России. 2019 : стат. сб. / Росстат. – Москва, 2019. – 228 с. – Текст : непосредственный.

19. Торговля в России. 2021 : стат. сб. / Росстат. – Москва, 2021. – 269 с. – Текст : непосредственный.

20. Торговля в России. 2023 : стат. сб. / Росстат. – Москва, 2023. – 230 с. – Текст : непосредственный.

Matveyeva O.P.

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

Petin G.R.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student

RETAIL TRADE: TRENDS, CHALLENGES AND DIRECTIONS FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract. The objective of the study is to determine the directions of sustainable development of retail trade in the interests of both the state and the end consumer of goods - citizens of the country based on the identified trends and problems of its development. The achievement of the goal was determined by the analysis and assessments of: retail trade turnover (RTT) of the Russian Federation (RF); RRT per capita; the number of economic entities in retail trade; RRT structure by economic entities; RRT of retail trade networks; the share of sales of goods via the information and telecommunications network "Internet" (Internet); distribution of the number of people employed by the level of education in retail trade; reasons for customer dissatisfaction with trade services, which made it possible to determine that in order to increase their satisfaction with trade services in retail trade it is necessary to expand the range of goods and the list of retail services and improve their quality, set acceptable prices for the necessary goods taking into account their income, the service time should be minimal, that is, to exclude long queues and approve a convenient operating mode for retail facilities; four groups of factors hindering the activities of retail organizations - financial, competitive environment, product range, and population solvency. The definition of directions for sustainable development of retail trade based on the identified trends and problems of its development, determined the use of general scientific methods of theoretical and empirical levels.

Keywords: retail trade, competition, working hours, number of people employed in trade, range of goods, trade services, quality of goods, retail turnover, purchasing power, retail trade network, buyers, population, accessibility of retail trade organizations.

References

1. Voronkov, A. V., Naplokova, Yu.A., Gorelikova, O.N. (2023). Faktory effektivnosti ispol'zovaniya sovremennykh formatov predpriyatiy roznichnoy torgovli [Factors of efficiency of using modern formats of retail enterprises]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2 (99), 154-164.
2. Degtyar, O.N., Isaenko, L.A. (2014). Otsenka sostoyaniya i razvitiya roznichnoy torgovoy seti potrebitel'skoy kooperatsii s tsel'yu povysheniya rezul'tativnosti marketingovoy

deyatel'nosti [Assessment of the state and development of the retail trade network of consumer cooperation in order to improve the effectiveness of marketing activities]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (49), 382-389.

3. Degtyar, O.N., Kolesnikova, EV., Voronkov, A.V. (2024). Spetsifika ispol'zova niya merchandayzingovykh tekhnologiy v roznichnoy torgovle kak formy kommunikatsii s pokupatelem [Specifics of using merchandising technologies in retail trade as a form of communication with the buyer]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii,

ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (107), 129-139.

4. Isaenko, E.V., Isaenko, A.V. (2023). Issledovaniye effektivnosti roznichnoy torgovli i obshchestvennogo pitaniya potrebitel'skoy kooperatsii [Research of the efficiency of retail trade and public catering of consumer cooperatives]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 5 (102), 173-192.

5. Kononenko, R.V., Maliy, Yu.V., Tsymbal. E.A. (2024). Protsessnyy podkhod i yego primeneniye v deyatel'nosti torgovykh organizatsiy [Process approach and its application in the activities of trade organizations]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (106), 96-105.

6. Libram, L.A. (2017). Issledovaniye marketingovogo potentsiala roznichnoy torgovli potrebitel'skoy kooperatsii [Research of marketing potential of retail trade of consumer cooperation]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 6 (67), 290-304.

7. Makrinova, E.I., Degtyar, O.N., Voronkov, A.V. (2022). Povedeniye potrebitelye kak faktor opredeleniya strategii vnedreniya innovatsiy v rossiyskom setevom riteyle [Consumer behavior as a factor in determining the strategy for implementing innovations in Russian network retail]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 6 (97), 217.

8. Makrinova, E.I., Matuzenko, E.V., Glazunova, O.A. (2024). Tendentsii razvitiya i pokazateli deyatel'nosti rossiyskikh marketpleysov kak osnovnykh konkurentov na rynke onlayn-torgovli [Development trends and performance indicators of Russian marketplaces as the main competitors in the online trading

market]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (104), 202-213.

9. Matveyeva, O.P., Davydov, R.N. (2011). Metodicheskiye podkhody k otsenke ratsional'nosti razmeshcheniya assortimenta tovarov v roznichnoy torgovoy seti [Methodological approaches to assessing the rationality of placing product range in a retail trade network]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (37), 86-91.

10. Matveyeva, O.P., Garkushova, M.V. (2010). Potrebitel'skaya otsenka kachestva uslugi po realizatsii tovarov v roznichnoy torgovoy seti organizatsiy potrebitel'skoy kooperatsii [Consumer assessment of the quality of service for the sale of goods in the retail trade network of consumer cooperation organizations]. Vestnik Belgorodskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii [Herald of the Belgorod University of Consumer Cooperatives]. 3 (35), 104-110.

11. Matuzenko, E.V., Napleкова, Yu.A., Voronkov, A.V. (2019). Perspektivy i osobennosti razvitiya internet-torgovli v sisteme elektronnoy kommersii [Prospects and features of development of Internet trade in the electronic commerce system]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (77), 312-321.

12. Snitko, L.T., Dotsenko, A.N., Rudykh, A.E. (2024). Kontseptual'nyye osnovy upravleniya rezul'tativnost'yu organizatsii [Conceptual foundations of organizational performance management]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (106), 22-33.

13. 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.

14. Tarasova, E.E., Matuzenko, E.V., Glazunova, O.A. (2023). Produktovyy riteyl v Rossii: osobennosti funktsionirovaniya i napravleniya razvitiya [Grocery retail in Russia: features of functioning and directions of development]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (101), 177-188.

15. Tarasova, E.E., Voronkov, A.V., Naplekova, Yu.A. (2021). Elektronnaya kommersiya kak instrument razvitiya roznichnoy torgovli v tsifrovoy srede [Electronic commerce as a tool for developing retail trade in the digital environment]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (88), 33-50.

16. 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.

17. Tokar, E.V., Kononenko, R.V., Komarova, A.I. (2023). Primeneniye instrumentov intellektual'nogo analiza dannykh dlya sovershenstvovaniya deyatel'nosti predpriyatiy roznichnoy torgovli [Application of data mining tools to improve the activities of retail enterprises]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (100), 39-47.

18. Torgovlya v Rossii. 2019: Stat. sb. Rosstat. [Trade in Russia. 2019: Statistical collection. Rosstat]. Moscow, 2019.

19. Torgovlya v Rossii. 2021: Stat. sb. Rosstat. [Trade in Russia. 2019: Statistical collection. Rosstat]. Moscow, 2021.

20. Torgovlya v Rossii. 2023: Stat. sb. Rosstat. [Trade in Russia. 2023: Statistical collection. Rosstat]. Moscow, 2023.

e-mail: kaf-td-zav@bukep.ru

Ганченко Д.Н.

Кузбасский гуманитарно-педагогический институт ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», (г. Новокузнецк), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления

РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ГОСУДАРСТВЕННОГО КОНТРОЛЯ

Аннотация. Определяя необходимый и достаточный уровень вмешательства государства в экономические отношения, государственный контроль постоянно привлекает к себе внимание исследователей. Поиск ответа на вопросы о возможностях, подходах и механизмах построения интегрированного и продуктивного института контроля, способного участвовать в решении экономических задач государства, на протяжении длительного времени способствовал его трансформации и остается актуальным до настоящего времени. В статье развитие института государственного контроля представлено сквозь призму смены децентрализованного и централизованного подходов в реализации его функционала. Отражены ключевые факторы, способствующие такой смене и определяющие решение экономических задач государства на определенном этапе его развития посредством института контроля. Охарактеризованы основные современные механизмы государственного контроля и элементы архитектуры контрольных органов власти. На основе анализа нормативных, отчетных и статистических данных выявлены сильные и слабые стороны реализуемых механизмов контроля. В результате исследования определены черты современной модели института государственного контроля, ее потребности и способы преодоления «узких» мест, способствующие успешной реализации современной модели института, ориентированной на обеспечение достижения экономических целей государства.

Ключевые слова: государственный контроль, проверки, профвизиты, мораторий, риск-ориентированный подход, стандарты.

Введение. Начавшийся процесс глобального пересмотра роли государственного вмешательства в экономические процессы во второй половине прошлого века в рамках реализации концепции «good governance» [9] предопределил трансформацию роли государственного контроля. Сегодня государственный контроль выступает одним из ключевых направлений развития регуляторной политики, ориентированной на повышение предпринимательской активности, создание благоприятных условий для развития бизнеса.

В нашей стране модернизация института государственного контроля старто-

вала с началом административной реформы во второй половине 2000-х годов. С целью обеспечения построения оптимальной модели современного института контроля претерпели трансформацию ключевые держатели процессов контрольной деятельности, положения законодательства. В научных кругах активизированы исследования развития: системы контроля – здесь следует выделить работы С.А. Агамагомедовой, В.А. Плотникова, А.А. Спиридонова, А.М. Тарасова и др., ее функционала – ему посвящены труды Б.В. Россинского, Г.В. Федотовой и др., а также отдельных видов контроля – работы Н.А. Казаковой,

Е.А. Федченко, Р.В. Колесова, В.А. Быкова, А.В. Юрченко и др. Тем не менее процесс трансформации института контроля не завершен и остаются актуальными вопросы о направлениях его развития. В соответствии с данными обстоятельствами определена цель исследования – выявить тренды в развитии института государственного контроля и его черты в контексте трансформации мировой и отечественной концепции государственного регулирования экономики.

Методы исследования. Специфика объекта и предмета исследования предопределила организацию исследования на основе общенаучных методов, а также историко-сравнительном методе, системном подходе и статистическом анализе. Аналитическая часть исследования построена на основе данных отчетных материалов органов власти, размещенных в открытом доступе на официальных сайтах.

Результаты исследования. Зарождение и развитие государственного контроля, представляющего собой многостороннюю систему взаимодействия представителей власти с бизнес-сообществом и населением, характеризуется в научном сообществе с разных позиций. Одну из них отражают работы, исследующие феномен государственного контроля сквозь призму впервые выполняемых функций и полномочий подразделениями органов власти фискального назначения [1, 2, 12]. Исследователи ориентируются на 1654 г., когда был образован первый Приказ счетных. В большей мере его деятельность была сосредоточена на контроле государственных доходов и расходов. Период характеризуется децентрализацией функции контроля, которая была распределена между структурами в центре и на местах, а также отсутствием единства в учетном деле.

Другая группа исследований сфокусирована на организационно-институциональной составляющей государственного контроля. В этом подходе зарождение государственного контроля как системы, функционирующую по принципу непрерывности [4], связывают с появлением первого единого органа [3, 5], созданного в 1811 г. – Главного управления ревизии государственных счетов. Последующее развитие государственного контроля было построено на положениях централизованного подхода в организации контрольной деятельности и привело к тому, что к началу 20-го столетия государственный контроль стал основополагающим механизмом в системе государственного управления [4] и стоял на защите экономических интересов страны [1], прежде всего, перед иностранными кредиторами.

Советский период реализации контрольной деятельности начинается с учреждения в 1917 г. Коллегии государственного контроля [11]. Принятый немного позднее Декрет «О центральной контрольной коллегии и местных учетно-контрольных коллегиях и комиссиях» [13] стал отправной точкой формирования многоуровневой архитектуры института контроля советского периода, отдельные элементы которой можно встретить и в современной модели института в России. На протяжении всего времени период характеризовался абсолютной централизацией всех контрольных процедур, подчиненных логике планово-административной экономики и сбалансированности государственной системы. Кроме этого, данный период отличается такими параметрами, как: сочетание принципов государственного и общественного контроля [2]; многочисленность преобразований организационных структур, трансформация и передача полномочий между органами власти; переплетение государственного контроля как функции управления и как функции партийно-политической системы; недостаточный функционал государственного контроля в регионах.

Распад СССР дестабилизировал экономику и государственную систему. В период 90-х – 2000-х гг. основу института государственного контроля составляли

бюджетный, налоговый, таможенный и лицензионный виды контроля. Отличительной чертой периода является отсутствие единства системы контроля и структурированности ее архитектуры, подчиненных единым цели, принципам и процессным характеристикам. Функционал института государственного контроля, изначально перераспределенный в связи с распадом СССР между федеральными структурами, стал рассредоточенным и фрагментированным. В середине 2000-х гг. начавшаяся административная реформа расставила новые акценты в системе государственного управления и послужила началом реконструкции системы и процессов государственного регулирования и контроля.

Современный институт государственного контроля подчинен более глобальной системе – регуляторной политике [10] и выступает одним из ее системных элементов. С выходом в свет в 2012 г. «Рекомендаций по регуляторной политике и управлению», разработанных ОЭСР [14], началась масштабная трансформация концепции государственного вмешательства в экономику (как в международной практике, так и в России) и выполняемые государством функции в области регуляторики и контроля.

К настоящему моменту институт государственного контроля помимо трехуровневой архитектуры органов власти (ключевых регуляторов и разветвленной системы задействованных федеральных, отраслевых, региональных и муниципальных органов власти), характеризуется рядом параметров, реализованных за последние годы. Так, за период с 2011 по 2015 г. было разработано значительное количество методических указаний и руководств по выполнению процедур контроля. Несмотря на существенный охват функциональных особенностей контроля потребность в комплексном регламентировании указания и руководства не смогли удовлетворить. В целях систематизации преобразующих

контрольную деятельность мероприятий с 2016 г. стали разрабатываться «дорожные карты» [13], отражающие ключевые преобразования и предполагающие обязательную отчетность центров ответственности по контролльному полномочию. Для организации и внедрения характеризуемого инструмента контроля было отработано порядка 490 действующих документов, регламентирующих реализацию контрольных полномочий государства в различных сферах.

В 2016 г. инициировано внедрение риск-ориентированного подхода в реализации контрольно-надзорных мероприятий (Распоряжение Правительства РФ от 01.04.2016 г. № 559-р). В 2019 г. составляется первая карта рисков в области финансового контроля, в которой отмечаются в качестве наиболее существенных риски завышение НМЦК и значительный уровень кредиторской задолженности. К 2024 г. [13] происходит смена лидирующих позиций наблюдаемых рисков – первые места в рейтинге занимают: увеличение объема дебиторской задолженности бюджетов по расходам и завышение НМЦК при заключении контракта с единственным поставщиком. С момента внедрения риск-ориентированного подхода общее количество проверок с использованием его индикаторов выросло (рис. 1).

Прирост интенсивности проверок, включая использование новых индикаторов, по оценкам экспертов [6], приходится на вторую половину 2023 г., а непосредственное количество проверок увеличивается практически в 24,5 раза. Рост результативности применения риск-ориентированного подхода, согласно отчетным данным, составляет в 2023 г. более 21% по сравнению с 2022 г. При этом в качестве лидеров по формированию рисков сохраняют свои позиции такие виды деятельности, как образование и земельные отношения. Такому положению способствовали как совершенствование инструментария оценки, так и количество проводимых проверок.

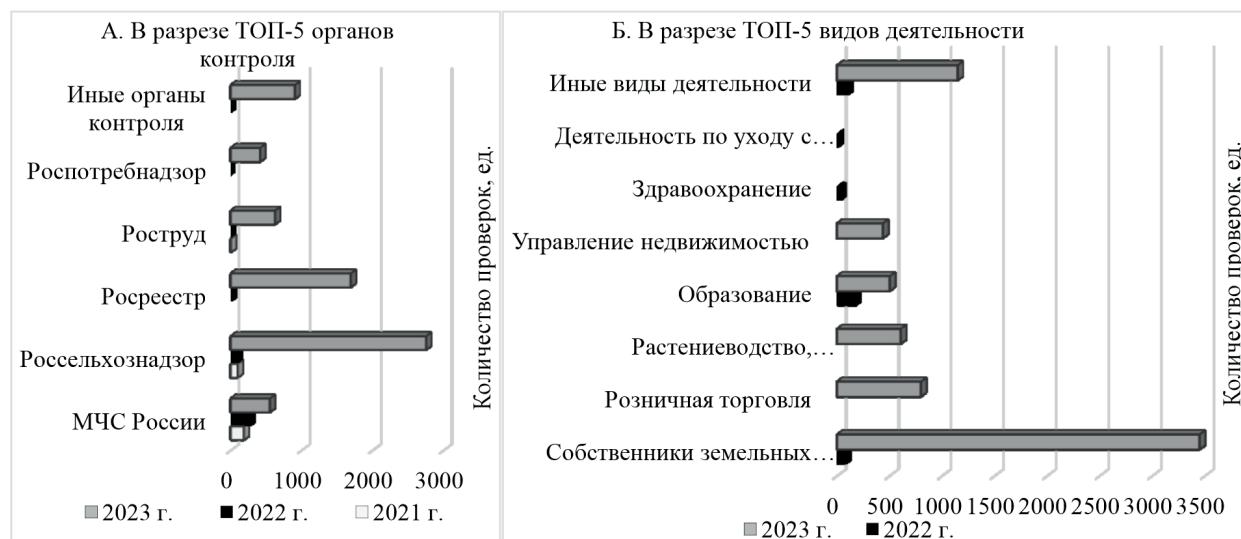


Рис. 1. Динамика проверок, реализованных по индикаторам риска*

*Составлено по: [6].

С 2017 г. стартовала масштабная разработка стандартов государственного контроля. Однако, несмотря на то что к настоящему времени разработана целая система внутренних и внешних стандартов государственного контроля, регламентирующих различные его аспекты, процесс стандартизации государственного контроля нуждается в донастройке [7]. Такая донастройка в русле проводимых преобразований, прежде всего, должна быть ориентирована на: модернизацию методологического обеспечения, синхронизацию регулирования сферы; развитие электронного смарт-контроля, а также превентивных методов контроля.

Знаковым событием в развитии института государственного контроля стало принятие в 2020 г. Федерального закона «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации». Он систематизировал и упорядочил фундаментальные элементы контроля. Такого прецедента в истории контрольной деятельности страны не было. Результатом внедрения системы контрольной деятельности в концепции положений федерального закона стало сокращение видов контроля практически на 40% (рис. 2).



Рис. 2. Изменение числа видов контроля с принятием основного федерального закона*

*Составлено по: [6].

Положения закона не отличаются незыблемостью, сегодня они трансформируются и модернизируются как в связи с действием многообразных факторов социально-политической турбулентности [8], так и в связи с необходимостью оттачивания обновленного механизма контроля, продолжая

процесс развития института государственного контроля.

В 2020 г. под влиянием последствий пандемии впервые вводится масштабный мораторий на проведение проверок хозяйствующих субъектов. Аналогичная практика повторилась в 2022 г.

Моратории на проведение проверок отразили адаптивность системы контроля к глобальным социально-экономическим и социально-политическим вызовам и возможности трансформации системы в экстремных условиях под стратегические цели экономического развития. Тем не менее в практике встречаются случаи, когда готовность структурных подразделений органов власти и компетентность их сотрудников приводят к сбою в применении моратория, о чем свидетельствует рост жалоб субъек-

тов хозяйствования на нарушения моратория.

Федеральным законом о контроле предусмотрен еще один механизм, интегрированный в институт государственного контроля – досудебное обжалование решений контрольного органа, реализуемый с серединой 2021 г. и с 2023 г., переведенный в обязательный формат. Отчетные данные свидетельствуют о росте популярности досудебного обжалования решений среди представителей бизнес-сообщества (рис. 3).

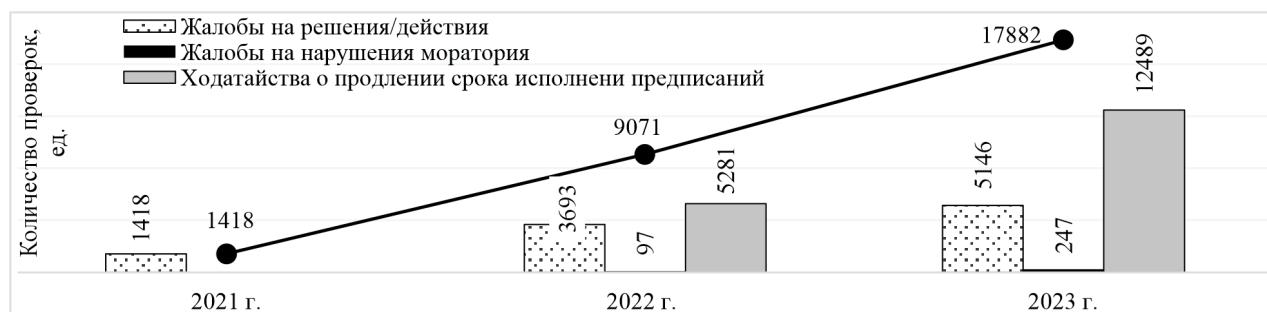


Рис. 3. Динамика и структура досудебного обжалования решений*

*Составлено по: [6].

Очевидно, что за первый год применения механизма темп роста его популярности составил наибольшую величину, эта же особенность характерна и для группы «жалобы на решения контрольных органов». В 2023 г. наблюдается замедление темпа роста по последнему параметру. Формированию такой тенденции способствовали разработка многочисленных правил по использованию отдельных процедурных элементов государственного контроля, а также развитие кадрового потенциала сферы.

В середине 2021 г. был введен Единый реестр видов контроля. Он структурировал виды контроля по субъектам, объектам, типам контроля и видам деятельности, сделав максимально прозрачной контрольную деятельность для данного этапа развития. Значимым моментом в обеспечении функциональности реестра был его перенос на цифровую платформу ervk.gov.ru. В 2022 г. сформированы характеристики всех видов

контроля на платформе. Это позволило сделать государственный контроль не только более прозрачным, но доступным и понятным для контролируемых лиц.

Оценивая масштабность и результативность преобразований в сфере государственного контроля обратимся к обобщенному критерию – количеству проверок, реализованных органами власти. В соответствии с данными действующих форм отчетности выстраивается позитивная картина снижения нагрузки по контрольным мероприятиям (рис. 4).

Представленные данные свидетельствуют о непрерывном регулировании сферы государственного контроля, стимулируя ее трансформацию. Так, очевидно замедление темпов снижения количества проверок с 2012 по 2015 г. В ответ в 2016 г. внедряется активатор процесса – «дорожные карты» контрольных мероприятий. Затем наблюдается второй цикл замедления до 2018 г.

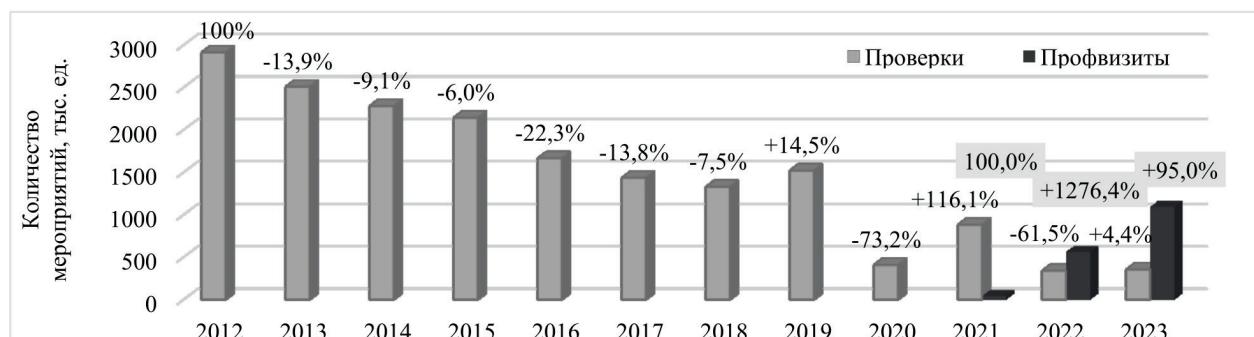


Рис. 4. Динамика общего количества проверок, профвизитов и темпов их изменения по сравнению с предыдущим периодом*

*Составлено по: [6].

В ответ 2019 г. становится аккумулятором накопившихся проблем, в связи с чем получили прирост числа проверок. Обусловлена такая динамика рядом факторов, в их числе следует акцентировать внимание на следующих. Во-первых, распространность практики среди органов власти по недовыполнению планов проведения проверок, как итог – в 2019 г. активизация усилий привела к увеличению выполнения общих плановых показателей по проверкам на 0,8% [6]. Во-вторых, введение риск-ориентированного подхода привело одновременно и к снижению числа проверок, и к значительному увеличению охвата проверками субъектов, представляющих повышенный риск причинения вреда. При этом второй результат превысил первый.

Введенные моратории в 2020 и 2022 гг. существенно снизили количество проверок – более чем на 60%. Одновременно с этими новациями ввели рейтингование органов власти и территорий по проведению проверок, проработали формы отчетности и охват объектов контроля, более точный их учет. Это позволило сократить количество пробелов в институте государственного контроля, а общая динамика исследуемого показателя в 2023 г. встроилась в плановую тенденцию на снижение, несмотря на незначительный прирост количества проверок в 2023 г. по сравнению с 2022 г.

Введенные в 2021 г. профвизиты, как более продвинутый механизм взаимодействия хозяйствующих субъектов и контролирующих органов, в 2022 г. превзошли по количеству проверки в 1,7 раза, а в 2023 г. – в 3,1 раза, как следствие, приблизив совокупное количество реализуемых мероприятий органами власти в области контроля к уровню 2019 г. Стоит отметить и то, что распространение практики профвизитов сфокусировалось преимущественно на образовании и розничной торговле – сферах, отличившихся рейтингом по росту индикаторов риска в 2023 г. (рис. 1).

В декабре 2023 г. принята «Концепция совершенствования контрольной (надзорной) деятельности до 2026 г.». Ее положения ориентируют на углубленное использование риск-ориентированного подхода, расширение возможностей инструмента категорирования объектов контроля, а также совершенствование административной ответственности, продолжая реализацию централизованного подхода в развитии института контроля.

Выводы и заключение. Развитие института государственного контроля стимулирует поэтапная конструктивная смена централизованного и децентрализованного подходов, ориентированная на достижение стратегических экономических целей страны и развитие бизнеса. Современную модель института государственного контроля

отличает синхронный фокус на международные принципы и тенденции трансформации контрольной деятельности и особенности собственной системы государственного управления и национальной экономики. Такая позиция в построения модели требует значительного объема ресурсов, формируемых в контексте системной интеграции и структурированного распределения во времени. Достигнутый уровень ограничения административной нагрузки на субъекты хозяйствования выступает ключевым критерием успешности реализуемой политики в области совершенствования государственного контроля. Однако остаются «узкие» места, требующие внимания в целях повышения совокупной результативности проводимых модернизационных мер: инвентаризация обязательных требований, профилактика их нарушений, оптимизация стоимости контрольных полномочий и загруженности сотрудников органов контроля, развитие цифровых платформ контрольной деятельности и полный переход на риск-ориентированный подход.

Список литературы

1. **Бобошко, В. И.** Развитие государственного контроля в России / В. И. Бобошко. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета МВД России. – 2013. – № 1. – С. 148–154.

2. **Бызов, А. Ю.** Исторический опыт становления и развития государственного контроля в России : монография / А. Ю. Бызов, О. М. Бызова. – Москва : БИБЛИО-ГЛОБУС, 2018. – 168 с. – Текст : непосредственный

3. **Гнездыло, В. С.** Концепции развития государственного финансового контроля в России на пути его становления / В. С. Гнездыло. – Текст : непосредственный // Управленческий учет. – 2023. – № 12. – С. 53–59.

4. Конституционно-правовые основы государственного контроля в Российской

Федерации : научно-практическое пособие. – Москва: Издание Государственной Думы, 2011. – 160 с. – Текст : непосредственный.

5. **Корнева, Н. М.** Государственный контроль Н. М. Корнева // Большая российская энциклопедия. – Режим доступа: https://old.bigenc.ru/domestic_history/text/3816449 (дата обращения: 27.06.2024). – Текст : электронный.

6. Министерство экономического развития РФ : [сайт]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru/> (дата обращения: 31.07.2024). – Текст : электронный.

7. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_458280 (дата обращения: 31.07.2024). – Текст : электронный.

8. **Плотников, В. А.** Меры по регулированию экономики регионов в условиях политico-экономической турбулентности (на примере Санкт-Петербурга) / В. А. Плотников. – Текст : непосредственный // Технологический суворинитет российской промышленности: перспективы и риски : сборник материалов научно-практической конференции и молодежной секции МАЭФ-2023 (Санкт-Петербург, 30 мая 2023 года). – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2024. – С. 12–18.

9. **Понкин, И. В.** О понятии и концепте «хорошего управления» («Good governance») / И. В. Понкин. – Текст : непосредственный // Государственная служба. – 2013. – № 4(84). – С. 39–42.

10. Регуляторика 3.0 // НИУ ВШЭ : [сайт]. – Режим доступа: <https://regulatorypolicy.hse.ru> (дата обращения: 27.06.2024). – Текст : электронный.

11. **Тарасов, А. М.** Становление государственного контроля в Советской России / А. М. Тарасов. – Текст :

непосредственный // Труды Академии управления МВД России. – 2018. – № 4 (48). – С. 98–107.

12. Тарасов, А. М. Становление и развитие государственного контроля на Руси (дооктябрьский период) / А. М. Тарасов. – Текст : непосредственный // История государства и права. – 2002. – № 2. – С. 6–15.

13. Федеральное казначейство РФ : [сайт]. – Режим доступа: <https://roskazna.gov.ru> (дата обращения: 31.07.2024). – Текст : электронный.

14. Recommendation of the Council on Regulatory Policy and Governance. – Paris: OECD Publishing, 2012. – 38 p.

Ganchenko D.N.

Kuzbass Humanitarian and Pedagogical Institute of Kemerovo State University, Novokuznetsk, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Economics and Management

DEVELOPMENT OF THE INSTITUTE OF STATE CONTROL

Abstract. By determining the necessary and sufficient level of state intervention in economic relations, state control constantly attracts the attention of researchers. The search for an answer to questions about the possibilities, approaches and mechanisms for building an integrated and productive control institution capable of participating in solving the economic problems of the state has long contributed to its transformation and remains relevant to this day. The article presents the development of the state control institution through the prism of changing the decentralized and centralized approaches to the implementation of its functionality. The key factors contributing to such a change and determining the solution of the state's economic problems at a certain stage of its development by means of the control institution are reflected. The main modern mechanisms of state control and elements of the architecture of control authorities are characterized. Based on the analysis of regulatory, reporting and statistical data, the strengths and weaknesses of the implemented control mechanisms are identified. As a result of the study, the features of the modern model of the state control institution, its needs and ways to overcome the "bottlenecks" that contribute to the successful implementation of the modern model of the institution aimed at ensuring the achievement of the economic goals of the state are determined.

Keywords: state control, inspections, professional visits, moratorium, risk-oriented approach, standards.

References

1. Boboshko, V.I. (2013). Razvitiye gosudarstvennogo kontrolya v Rossii [Development of state control in Russia]. Vestnik Moskovskogo universiteta MVD Rossii [Bulletin of the Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of Russia]. 1, 148-154.
2. Byzov, A.Yu., Byzova, O.M. (2018). Istoricheskiy opyt stanovleniya i razvitiya gosudarstvennogo kontrolya v Rossii: monografiya [Historical experience of the formation and development of state control in Russia: monograph]. M., BIBLIO-GLOBUS, 168.
3. Gnizdylo, V.S. (2023) Kontseptsii razvitiya gosudarstvennogo finansovogo kontrolya v Rossii na puti yego stanovleniya [Concepts of development of state financial control in Russia on the way to its formation].

Upravlencheskiy uchet [Management Accounting]. 12, 53-59.

4. Konstitutsionno-pravovyye osnovy gosudarstvennogo kontrolya v Rossiyskoy Federatsii [Constitutional and legal foundations of state control in the Russian Federation]. M., Publication of the State Duma, 2011.

5. Korneva, N.M. Gosudarstvennyy kontrol' [State Control]. Bol'shaya rossiyskaya entsiklopediya [Great Russian Encyclopedia]. Retrieved from: https://old.bigenc.ru/domestic_history/text/3816449.

6. Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya RF [Ministry of Economic Development of the Russian Federation]. Retrieved from: <https://www.economy.gov.ru/>.

7. Osnovnyye napravleniya byudzhetnoy, nalogovoy i tamozhennno-tarifnoy politiki na 2024 god i na planovyy period 2025 i 2026 godov [Main directions of budget, tax and customs-tariff policy for 2024 and for the

planning period of 2025 and 2026]. Retrieved from: [https://www.consultant.ru /document/cons_doc_LAW_458280](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_458280).

8. Plotnikov, V.A. (2024). Mery po regulirovaniyu ekonomiki regionov v usloviyakh politiko-ekonomiceskoy turbulentnosti (na primere Sankt-Peterburga) [Measures to regulate the regional economy in the context of political and economic turbulence (on the example of St. Petersburg)]. *Tekhnologicheskiy suverenitet rossiyskoy promyshlennosti: perspektivy i riski: Sbornik materialov Nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Technological sovereignty of Russian industry: prospects and risks. Collection of proceedings of the Scientific and practical conference]. SPb: St. Petersburg State University of Economics. P. 12-18.

9. Ponkin, I.V. (2013) O ponyatii i kontsepte «khoroshego upravleniya» («Good governance») [On the concept and notion of “good governance”]. *Gosudarstvennaya sluzhba* [Public Service]. 4 (84), 39-42.

10. Regulyatorika 3.0. [Regulatory Policy 3.0]. NIU VSHE [HSE University]. Retrieved from: <https://regulatorypolicy.hse.ru>

11. Tarasov, A.M. (2018). Stanovleniye gosudarstvennogo kontrolya v Sovetskoy Rossii [Formation of state control in Soviet Russia]. *Trudy Akademii upravleniya MVD Rossii* [Works of the Academy of Management of the Ministry of Internal Affairs of Russia]. 4 (48), 98-107.

12. Tarasov, A.M. (2002). Stanovleniye i razvitiye gosudarstvennogo kontrolya na Rusi (dooktyabr'skiy period) [Formation and development of state control in Rus' (pre-October period)]. *Istoriya gosudarstva i prava* [History of the State and Law]. 2, 6-15.

13. Federal'noye kaznacheystvo RF [Federal Treasury of the Russian Federation]. Retrieved from: <https://roskazna.gov.ru>.

14. Recommendation of the Council on Regulatory Policy and Governance. Paris: OECD Publishing. (2012).

e-mail: diana.ganchenko@mail.ru

Кузьмина Т.М.

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИХ», канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой информационно-аналитического обеспечения и бухгалтерского учета

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА УЛУЧШЕНИЯ И ВОССТАНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Аннотация. На протяжении срока полезного использования основных средств экономические субъекты осуществляют работы по их ремонту, техническому осмотру и обслуживанию, так как это позволяет поддерживать объекты в работоспособном состоянии, не допуская перебоев в эксплуатации. Улучшение основных средств, повышение их технико-экономических характеристик проводится в результате реконструкции или модернизации, что является экономной альтернативой приобретению новых объектов. В статье проанализированы понятия, которыми характеризуются виды работ, связанные с улучшением и восстановлением основных средств. Рассмотрены вопросы квалификации фактов хозяйственной жизни по ремонту, техническому осмотру и обслуживанию, реконструкции и модернизации основных средств, а также методика их учета, установленная Федеральными стандартами бухгалтерского учета 6/2020 «Основные средства» и 26/2020 «Капитальные вложения». Для бухгалтеров предложен алгоритм, с помощью которого определяется вариант учета расходов на улучшение и восстановление основных средств, предполагающий признание их в текущем периоде или капитализацию в качестве самостоятельного объекта основных средств, либо увеличение стоимости улучшенных в результате работ объектов, представлены основные корреспонденции счетов. Применение предложенных рекомендаций позволит повысить достоверность данных о стоимости активов экономического субъекта и его финансовых результатах, а также осуществлять планирование и своевременно проводить работы по восстановлению и улучшению основных средств.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, основные средства, ремонт, технический осмотр, техническое обслуживание, модернизация, реконструкция, восстановление основных средств, улучшение основных средств, текущие расходы, капитальные расходы.

Введение. Основные средства являются частью внеоборотных активов экономического субъекта, они характеризуются длительным сроком эксплуатации, в течение которого изнашиваются и требуют поддержания их в работоспособном состоянии.

Вопросы учета улучшения и восстановления основных средств приобретают особую актуальность в связи с тем, что в периоды экономического кризиса многие предприятия не могут позволить себе свое-

временную замену оборудования и техники, возведение новых объектов недвижимости, поэтому осуществляются работы по их ремонту, в том числе капитальному, реконструкции и модернизации. Данные виды работ требуют значительных затрат, однако это более экономичная альтернатива приобретению новых объектов. Кроме того, в ряде отраслей, эксплуатирующих средства повышенной опасности, независимо от состояния объектов основных средств требу-

ется их обязательный систематический технический осмотр и обслуживание.

В 2022 году вступили в действие Федеральные стандарты бухгалтерского учета (далее – ФСБУ) 6/2020 «Основные средства» и 26/2020 «Капитальные вложения» [5]. Данные документы изменили методику учета расходов на улучшение и восстановление основных средств. Часть расходов, которые ранее учитывались как текущие, стала подлежать капитализации. В настоящее время на практике не все бухгалтеры корректно учитывают перечисленные расходы, так как неверно квалифицируют факты хозяйственной жизни, связанные с ремонтом и обслуживанием основных средств.

Целью настоящего исследования является выдача рекомендаций по правильной квалификации и бухгалтерскому учету операций по ремонту, техническому осмотру и обслуживанию, модернизации и реконструкции основных средств.

Для достижения поставленной цели решены следующие задачи:

- проанализировано содержание понятий текущий и капитальный ремонт, технический осмотр и обслуживание, реконструкция и модернизация с целью их применения бухгалтером при квалификации фактов хозяйственной жизни в учете;
- систематизированы требования нормативных документов в отношении учета операций по улучшению и восстановлению основных средств;
- разработан алгоритм, который призван помочь бухгалтеру правильно квалифицировать факты, связанные с улучшением и восстановлением основных средств, и применить установленную для них методику учета;
- приведены основные корреспонденции счетов по учету различных вариантов улучшения и восстановления основных средств.

Методы исследования. Исследование выполнено с применением общенаучных методов, таких как анализ, теоретиче-

ское обобщение, сравнение, систематизация, классификация и моделирование.

Теоретической и информационной базой для исследования выступили нормативно-правовые акты Российской Федерации, регулирующие учет основных средств, а также научные публикации, изучение опыта ведения учета российскими организациями.

Результаты исследования. Восстановление основных средств – это действия экономического субъекта, способствующие поддержанию работоспособности объекта, чтобы он смог выполнять функции, для которых изначально предназначался в течение установленного срока полезного использования. К таким процедурам относится ремонт, а также технические осмотры и техническое обслуживание. Кроме того, во время эксплуатации основного средства может производиться целенаправленное улучшение объекта, его качеств и возможностей по сравнению с теми, которыми он первоначально обладал. В таком случае речь идет о модернизации или реконструкции либо достройке, дооборудовании основного средства. Порядок бухгалтерского учета данных видов работ существенно отличается.

Основная проблема, с которой сталкивается бухгалтер, – разграничение расходов на улучшение и восстановление основных средств на расходы текущего периода и требующие капитализации [8, с 96]. Это вызвано тем, что после вступления в силу ФСБУ 6/2020 и 26/2020 изменились критерии квалификации расходов на восстановление основных средств, а также установлены случаи, когда такие расходы признаются как самостоятельный инвентарный объект.

Основное отличие ремонта от других видов рассматриваемых работ состоит в исправлении неисправностей, которые уже допущены при эксплуатации объекта, то есть ремонт проводится, когда назрела необходимость в нем.

Ремонт основного средства может быть внеплановым – например, в случае по-

ломки объекта, обнаружения дефектов, порчи, которые не позволяют эксплуатировать объект по назначению. А также запланированным, то есть устраняющим не препятствующие использованию основного средства неполадки, восстанавливающим его состояние в заранее установленный период времени.

Например, в случае если у рейсового автобуса, принадлежащего транспортной компании, неисправно рулевое управление, требуется внеплановый ремонт, иначе транспортное средство не сможет выполнять свою функцию - перевозку пассажиров. При этом в организации может быть запланирован плановый ремонт кузова данного автобуса, а именно: анткоррозийная обработка, покраска и полировка, что является необходимым для сохранения автобуса в рабочем состоянии на протяжении всего установленного срока использования, но не критично с точки зрения выполнения им функционального предназначения.

Ремонт классифицируют также по уровням, выделяя текущий и капитальный (в некоторых источниках упоминают также средний ремонт). Несмотря на использование терминов текущий и капитальный ремонт по отношению к объектам капитального строительства (недвижимости) в Градостроительном кодексе РФ [2], различие между ними в данном документе не установлено, что приводит к неоднозначности трактовок этих видов ремонта на практике.

Если к текущему ремонту традиционно относят непродолжительные по времени работы, устранение мелких неисправностей, которые выявляются во время эксплуатации объекта, что восстанавливает его функциональность, но не улучшает качества самого основного средства, то капитальный ремонт требует более продолжительного времени, работа объекта обычно приостанавливается, происходит «восстановление утраченных первоначальных технических характеристик объекта в целом, при этом основные

технико-экономические показатели остаются неизменными» (письмо Минстроя России от 27.02.2018 № 7026-АС/08 «Об определении видов ремонта зданий и сооружений» [6]).

Однако на практике не редки случаи, когда в результате капитального ремонта не только восстанавливаются, но и улучшаются качества объекта основных средств, что предусматривают ФСБУ 6/2020 и 26/2020. Например, в здании цеха в результате капитального ремонта произошла замена кровли и старых алюминиевых оконных рам на пластиковые, что не изменило функциональность самого здания, но существенно улучшило его теплосберегающие характеристики и обеспечило защиту от протечек. Все это не только повышает комфортность работы в цехе, но и способствует более длительному сохранению качества внутренней отделки помещения и даже сохранности оборудования, в частности, из-за устранения условий, благоприятных для коррозии.

Определение ремонта и его видов по отношению к технике приводится в «ГОСТ 18322-2016. Межгосударственный стандарт Система технического обслуживания и ремонта техники. Термины и определения» [1]. Следует отметить, что данный документ не предусматривает в качестве результатов ремонта улучшение основных средств, в стандарте речь идет только про восстановление.

До вступления в силу ФСБУ 6/2020 и 26/2020 для бухгалтера не имело значения, какой именно ремонт осуществлялся в отношении основного средства, так, затраты всегда учитывались в составе текущих расходов отчетного периода. Начиная с 2022 года затраты на ремонт нужно классифицировать на текущие и капитальные, при этом нет прямой связи с видом ремонта с точки зрения планирования или масштабов его осуществления.

По нашему мнению, технический осмотр и техническое обслуживание – это особая категория процедур, которые не совсем

корректно относить к термину «восстановление» основных средств. Их особенность в том, что они проводятся в обязательном порядке, регулярно и с заранее установленной периодичностью, независимо от состояния объектов основных средств и фактов их ремонта. Технический осмотр и обслуживание нацелены на профилактику неполадок и предотвращение неожиданного выхода объекта из строя. Поэтому речь идет не о восстановлении, в понимании исправления проблемы, а о недопущении неисправностей. Техническое обслуживание предполагает настройку и регулировку оборудования, промывку и смазку комплектующих, замену масел и другие виды работ, позволяющие обеспечить бесперебойную работу объектов. Как правило, по результатам технического осмотра планируют сроки проведения текущего или капитального ремонта.

Для ряда отраслей требования к обязательному проведению технического осмотра и обслуживания, их периодичности являются нормативно установленными и их отсутствие может препятствовать эксплуатации объекта. Например, это относится к таким объектам, как транспортные средства, грузоподъемные механизмы, трубопроводы пара и горячей воды, промышленные дымовые и вентиляционные трубы и множество других потенциально опасных для жизни объектов.

До 2022 года расходы на технический осмотр и обслуживание учитывались как текущие в том периоде, когда они осуществлялись. Согласно ФСБУ 6/2020 и 26/2020, при условии регулярного осуществления таких работ с периодичностью более 12 месяцев и существенности понесенных затрат расходы на них капитализируются, формируя самостоятельный объект основных средств.

Порядок учета реконструкции и модернизации основных средств не претерпел изменений, так как затраты на их осуществление относятся на увеличение стоимости объекта, то есть капитализируются. Для бухгалтера довольно сложно разграничивать

два этих понятия, так как даже в документах Минстроя России они часто используются как равнозначные.

Градостроительный кодекс РФ дает определение реконструкции объектов капитального строительства (п. 14 ст. 1) [2], не определяя при этом модернизацию.

Налоговый кодекс РФ в п. 2 ст. 257 [3] приводит определения реконструкции и модернизации (отождествляя ее в тексте кодекса с достройкой, дооборудованием) основных средств, хотя на практике провести границу между этими двумя видами работ согласно представленной трактовке затруднительно. Кроме того, она частично не совпадает с законодательством из других сфер.

Изучение понятий реконструкция и модернизация позволяет сделать вывод, что данные виды работ в обязательном порядке повышают технико-экономические характеристики основного средства по сравнению с первоначально установленными, то есть улучшают объект.

При этом понятие реконструкции все-таки целесообразно применять к объектам капитального строительства (недвижимости), о чем свидетельствует Градостроительный кодекс РФ в п. 14 ст. 1: «Это изменение параметров объекта капитального строительства, его частей (высоты, количества этажей, площади, показателей производственной мощности, объема) и качества инженерно-технического обеспечения» [2]. К реконструкции можно отнести капитальную перепланировку помещений, достройку новых этажей, а также другие виды работ, например, установку внутренней системы кондиционирования воздуха всего здания.

Понятие модернизации целесообразно применять к остальным объектам основных средств (кроме недвижимости). Модернизация предполагает усовершенствование основного средства, в результате которого он станет более мощным и производительным, приобретет новые качества, позволит изменить или расширить номенклатуру производимой продукции. Например, модернизация

токарного станка с числовым программным управлением (ЧПУ), которая заключается в существенной доработке программного обеспечения и замене пульта управления, позволяет внедрить новые технологии на уже имеющемся оборудовании, что позволяет повысить энергосбережение, скорость и точность обработки деталей, а следовательно, его производительность, а также значительно расширяет виды выполняемых работ и ассортимент продукции.

Важной особенностью модернизации является тот факт, что у основного средства осуществляется замена исправных конструктивных элементов, узлов, систем на более эффективные, современные, менее громоздкие. В противном случае, работы будут квалифицироваться как капитальный ремонт с улучшением характеристик объекта.

В случае, если объект основных средств усовершенствуется путем добавления новых частей, узлов, механизмов, которых ранее не было в его устройстве, это следует считать дооборудованием, а применительно к технике, станкам – дооснащением. Это понятие наряду с достройкой применяется в ФСБУ, однако, не характерно для специального законодательства, регламентирующего строительные и ремонтные виды работ. По нашему мнению, дооборудование является частичным аналогом понятия реконструкция, применяемого к недвижимости. Например, достройка в процессе реконструкции здания нового этажа, расширяющего его площадь, может считаться аналогом дооснащения токарного станка модулем ЧПУ, повышающим точность обработки деталей.

Представленный результат изучения видов работ, связанных с улучшением и восстановлением основных средств, демонстрирует, что в разных сферах регулирования происходит некоторое смешение понятий. Во многих ситуациях бухгалтер не может единолично принять решение о квалификации проведенных работ, ему на

помощь должны прийти технические специалисты подразделений, эксплуатирующих основные средства, или выполняющих улучшения и восстановление. Однако согласно ФСБУ 26/2020, для правильного выбора методики учета понесенных затрат бухгалтеру важнее знать не название произведенных работ, а их последствия, то есть полученный результат. Так, проведение капитального ремонта не означает автоматическую капитализацию понесенных на него расходов, потому что не всегда приводит к улучшениям характеристик объекта и может не носить регулярности (как правило, после капитального ремонта основных средств длительное время не требуется его восстановление, но в дальнейшие периоды, наоборот, такая потребность возникает все чаще).

Для систематизации требований и выбора правильного варианта учета расходов на улучшение и восстановление основных средств предлагаем бухгалтерам использовать алгоритм, представленный на рисунке.

Использование представленного алгоритма позволит бухгалтеру отразить операции по ремонту, техническому осмотру и обслуживанию, реконструкции, модернизации основных средств в бухгалтерском учете экономического субъекта в соответствии с ФСБУ 6/2020 и 26/2026.

По нашему мнению, методика отражения существенных расходов на регулярно проводимые работы по восстановлению основных средств (с периодичностью более 12 месяцев) в качестве нового, самостоятельного объекта на счете 01 «Основные средства» с последующей амортизацией не корректна. Такая методика противоречит одному из критериев признания активов основными средствами, а именно – объект должен иметь материально-вещественную форму (пп. а, п. 4 ФСБУ 6/2020). Однако расходы на ремонт, технических осмотр и/или обслуживание не отделимы от того объекта основных средств, который подлежит восстановлению. То есть физически новый объект не появляется.

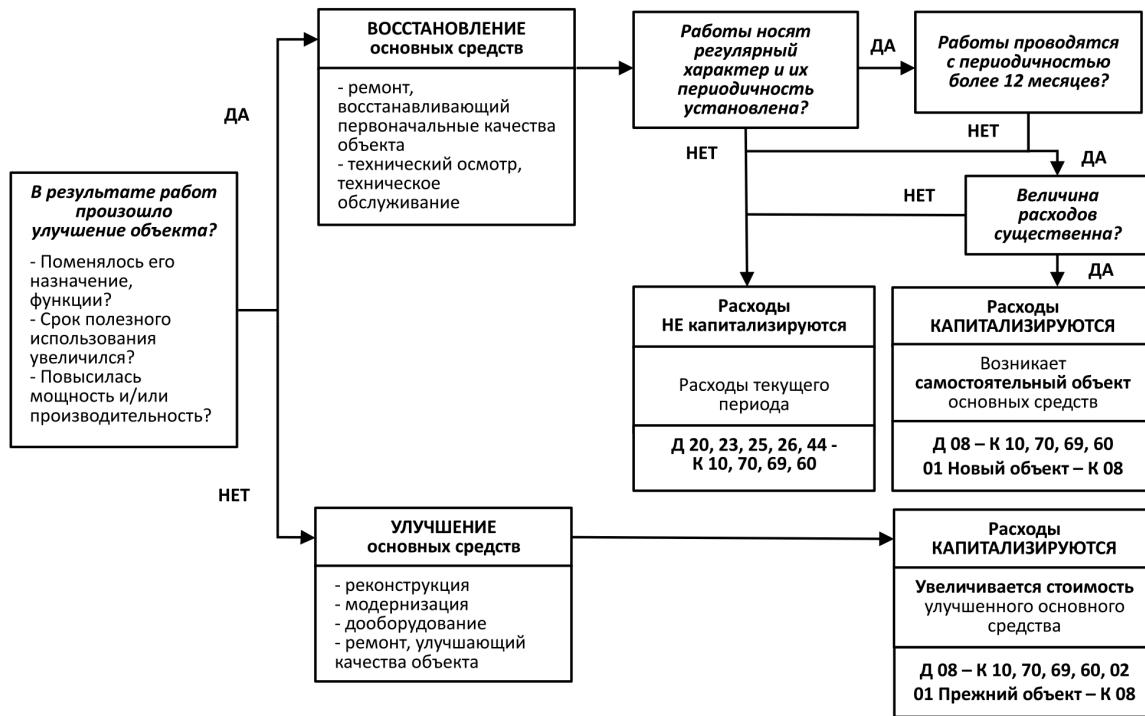


Рис. Алгоритм определения методики учета расходов на улучшение и восстановление основных средств

Следовательно, при инвентаризации основных средств зафиксировать наличие такого самостоятельного объекта, как «Расходы на ремонт объекта 1» или «Технический осмотр объекта 2», не представляется возможным.

Мы согласны с тем, что такие расходы не могут увеличивать стоимость восстанавливаемого основного средства (иначе они будут признаваться в качестве текущих расходов путем начисления амортизации до конца срока использования объекта), но в связи с длительным периодом, на протяжении которого они будут способствовать бесперебойной работе объекта (это период между проведеними регулярного ремонта или технического осмотра и обслуживания, так как он должен превышать 12 месяцев), их необходимо капитализировать. В таком случае целесообразно учитывать их как расходы будущих периодов по счету 97, а далее равномерно признавать в течение срока, по истечении которого будет производиться следующий ремонт или технический осмотр и/или обслуживание. При этом в бухгалтерском балансе сальдо по счету

97 следует отражать по строке «Прочие внеоборотные активы» раздела I «Внеоборотные активы». Таким образом не будет расширен перечень объектов основных средств за счет физически не существующих объектов.

Существует также мнение, что при восстановлении возникновение самостоятельного объекта основных средств может быть отражено только в случае замены какого-то агрегата (детали, узла) объекта, который должен учитываться обособленно в силу отличий его срока полезного использования от основного объекта [7]. Однако мы не согласны с этим мнением, так как это не следует из содержания ФСБУ 6/2020. Например, там идет речь также об учете самостоятельного объекта в результате технического осмотра, который представляет собой работы по проверке соответствия технического состояния объекта установленным требованиям, выявлению неисправностей. Но в рамках осмотра не происходит замены частей основного средства, это будет происходить на следующей стадии либо в рамках технического обслуживания, либо ремонта. Хотя и данные

процедуры могут заключаться только в выполнении работ (настройка, отладка оборудования, промывка, смазка и т.п.).

Для бухгалтера важно различать виды работ по улучшению и восстановлению основных средств не только для применения правильной методики отражения расходов на счетах бухгалтерского учета, но и для корректного документального оформления данных операций. Например, работы по улучшению основных средств важно отличать от восстановления, так как по окончании таких работ необходимо провести приемку объекта, что похоже на повторный ввод в эксплуатацию. Комиссия по работе с основными средствами должна провести осмотр при необходимости испытания и принять решение о возможности продолжения эксплуатации отремонтированного, реконструированного или модернизированного объекта, а также зафиксировать в акте изменения в его характеристике, что и будет являться доказательством улучшения основного средства.

Выводы и заключение. Проведенное исследование демонстрирует, что учет расходов на улучшение и восстановление основных средств требует повышенного внимания бухгалтера. В связи с отсутствием в нормативных документах однозначных формулировок видов работ по ремонту, техническому осмотру и обслуживанию, реконструкции и модернизации основных средств на практике возникают затруднения при квалификации происходящих фактов хозяйственной жизни. Однако от ее правильности зависит применяемая методика бухгалтерского учета.

Для определения порядка бухгалтерского учета расходов на ремонт принимаются во внимание следующие обстоятельства:

- результат, полученный от произведенных работ, – восстановление или улучшение объекта основных средств;
- регулярность проведения работ, их периодичность;
- существенность понесенных затрат.

Для технического осмотра и технического обслуживания важны два послед-

них из перечисленных критериев, так как данные виды работ призваны поддерживать и восстанавливать техническое состояние объекта, не улучшая его характеристик.

Расходы на восстановление основных средств в случае их нерегулярности (либо регулярном проведении с периодичностью не более 12 месяцев) или несущественности отражаются в качестве текущих в отчетном периоде, формируя себестоимость производства, общепроизводственные или общехозяйственные расходы, расходы на продажу в зависимости от функционального предназначения объекта.

Расходы на регулярные ремонтные работы, а также технические осмотры и обслуживание при условии их осуществления с периодичностью более 12 месяцев и существенности, капитализируются и учитываются как самостоятельные объекты основных средств с последующей амортизацией.

Реконструкция и модернизация, а также достройка и дооборудование основных средств всегда нацелены на улучшение объекта, поэтому расходы на их проведение капитализируются путем увеличения его первоначальной стоимости. Такая же методика применяется в учете ремонта, улучшающего качества основного средства, как правило, это капитальный ремонт.

Применение установленной нормативными документами методики их отражения на счетах является залогом получения достоверной информации в учете и бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Учет является не только инструментом для отражения произошедших фактов, связанных с улучшением и восстановлением основных средств, но и источником данных для планирования последующих видов ремонтных работ, возможной реконструкции или модернизации, а также расходов на их осуществление. Своевременный ремонт, технический осмотр и обслуживание способствуют обеспечению бесперебойной работы основных средств и выполнению экономическим субъектом своих функций.

Список литературы

1. **ГОСТ 18322–2016.** Система технического обслуживания и ремонта техники. Термины и определения : межгосударственный стандарт : утвержден приказом Росстандарта от 28.03.2017 г. № 186-ст. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219474/ (дата обращения: 23.08.2024). – Текст : электронный.

2. **Российская Федерация. Законы.** Градостроительный кодекс Российской Федерации : Федеральный закон от 29.12.2004 г. № 190–ФЗ : [принят Государственной Думой 22.12.2004 г.; одобрен Советом Федерации 24.12.2004 г.]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/ (дата обращения: 23.08.2024). – Текст : электронный.

3. **Российская Федерация. Законы.** Налоговый кодекс Российской Федерации : Федеральный закон от 05.12.2000 г. № 117–ФЗ : [принят Государственной Думой 19.07.2000 г. : одобрен Советом Федерации 26.07.2000 г.]. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/ (дата обращения: 23.08.2024). – Текст : электронный.

4. Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и Инструкции по его применению : Приказ Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н. – Режим доступа : <https://www.consultant.ru/document/>

cons_doc_LAW_29165/ (дата обращения: 23.08.2024). – Текст : электронный.

5. Об утверждении Федерального стандарта бухгалтерского учета ФСБУ 6/2020 «Основные средства» и ФСБУ 26/2020 «Капитальные вложения» : Приказ Минфина России от 17.09.2020 г. № 204н. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_365338/ (дата обращения: 23.08.2024). – Текст : электронный.

6. Об определении видов ремонта зданий и сооружений : Письмо Минстроя России от 27.02.2018 г. № 7026–АС/08. – Режим доступа: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_292140/ (дата обращения: 23.08.2024). – Текст : электронный.

7. Какой ремонт ОС по ФСБУ 6/2020 нужно признавать самостоятельным инвентарным объектом. – URL: <https://www.buhgalteria.ru/article/kakoy-remont-os-po-fsbu-6-2020-nuzhno-priznavat-samostoyatelnym-inventarnym-obektom>. – Загл. с экрана, вход свободный (дата обращения: 23.08.2024). – Текст : электронный.

8. **Крайнова, И. М.** Особенности бухгалтерского учета расходов на ремонт основных средств в соответствии с новыми стандартами / И. М. Крайнова, Е. А. Сурикова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 8. – С. 96–100. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-buhgalterskogo-ucheta-rashodov-na-remont-osnovnyh-sredstv-v-sootvetstvii-s-novymi-standartami> (дата обращения: 24.08.2024). – Текст : электронный.

Kuzmina T.M.

Novosibirsk State University of Economics and Management «NINH», Candidate in Economics, Associate Professor, Head of the Chair of Information, Analytical Support and Accounting

CURRENT ISSUES OF ACCOUNTING FOR THE IMPROVEMENT AND RESTORATION OF FIXED ASSETS

Abstract. During the useful life of fixed assets, economic entities carry out work on their repair, technical inspection and maintenance, as this allows them to maintain facilities in working condition, preventing interruptions in operation. Improvement of fixed assets, improvement of their technical and economic characteristics is carried out as a result of reconstruction or modernization, which is an economical alternative to the acquisition of new facilities. The article analyzes the concepts that characterize the types of work related to the improvement and restoration of fixed assets. The issues of qualification of the facts of economic life for repair, technical inspection and maintenance, reconstruction and modernization of fixed assets, as well as the methodology of their accounting established by Federal Accounting Standards 6/2020 "Fixed assets" and 26/2020 "Capital investments" are considered. An algorithm is proposed for accountants, which determines the option of accounting for the costs of improving and restoring fixed assets, assuming their recognition in the current period or capitalization as an independent object of fixed assets, or increasing the value of objects improved as a result of work, the main correspondence accounts are presented. The application of the proposed recommendations will increase the reliability of data on the value of assets of an economic entity and its financial results, as well as plan and carry out timely work on the restoration and improvement of fixed assets.

Keywords: accounting, fixed assets, repair, technical inspection, maintenance, modernization, reconstruction, restoration of fixed assets, improvement of fixed assets, current expenses, capital expenditures.

References

1. GOST 18322–2016. Sistema tekhnicheskogo obsluzhivaniya i remonta tekhniki. Terminy i opredeleniya: mezhgosudarstvennyj standart: utverzhden prikazom Rosstandarta ot 28.03.2017 № 186–st [GOST 18322–2016 [System of technical maintenance and repair of equipment. Terms and definitions : interstate standard : approved by the order of Rosstandart dated 03/28/2017 No. 186–st]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_219474/.

2. Gradostroitel'nyj kodeks Rossijskoj Federacii : Federal'nyj zakon ot 29.12.2004 g. № 190–FZ: [prinyat Gosudarstvennoj Dumoj 22.12.2004 g.: odobren Sovetom Federacii 24.12.2004 g.] [The Urban Planning Code of the Russian Federation: Federal Law No. 190–

FZ of 12/29/2004: [adopted by the State Duma on 12/22/2004: approved by the Federation Council on 12/24/2004]]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/.

3. Nalogovyj kodeks Rossijskoj Federacii: Federal'nyj zakon ot 05.12.2000 g. № 117–FZ : [prinyat Gosudarstvennoj Dumoj 19.07.2000 g.: odobren Sovetom Federacii 26.07.2000 g.] [Tax Code of the Russian Federation: Federal Law No. 117–FZ dated 05.12.2000: [adopted by the State Duma on 07/19/2000: approved by the Federation Council on 07/26/2000]]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/.

4. Ob utverzhdenii Plana schetov buhgalterskogo ucheta finansovo–hozyajstvennoj deyatel'nosti organizacij i

Instrukcii po ego primeneniyu: Prikaz Minfina RF ot 31.10.2000 g. № 94n [On approval of the Accounting Plan of financial and economic activities of organizations and Instructions for its application: Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation dated 31.10.2000 No. 94n]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_29165/.

5. Ob utverzhdenii Federal'nogo standarta buhgalterskogo ucheta FSBU 6/2020 «Osnovnye sredstva» i FSBU 26/2020 «Kapital'nye vlozheniya»: Prikaz Minfina Rossii ot 17.09.2020 g. № 204n [On approval of the Federal Accounting Standard FAS 6/2020 «Fixed Assets» and FAS 26/2020 «Capital Investments»: Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation dated 09/17/2020 No. 204n]. Retrieved from: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_365338/.

6. Ob opredelenii vidov remonta zdaniy i sooruzhenij : Pis'mo Minstroya Rossii ot 27.02.2018 g. № 7026-AS/08 [On the definition of types of repair of buildings and structures : Letter of the Ministry of Construction of the

Russian Federation dated 02/27/2018 No. 7026-AC/08]. https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_292140/.

7. Kakoj remont OS po FSBU 6/2020 nuzhno priznavat' samostoyatel'nym inventarnym ob'ektom [Which OS repair according to FAS 6/2020 should be recognized as an independent inventory object]. Retrieved from: <https://www.buhgalteria.ru/article/kakoy-remont-os-po-fsbu-6-2020-nuzhno-priznavat-samostoyatelnym-inventarnym-obektom>.

8. Krainova, I.M., Surikova, E.A. (2021). Osobennosti buhgalterskogo ucheta raskhodov na remont osnovnyh sredstv v sootvetstvii s novymi standartami [Features of accounting of expenses for the repair of fixed assets in accordance with the new standards]. Ekonomika i biznes: teoriya i praktika [Economics and Business: Theory and Practice], 8, 96-100. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-buhgalterskogo-ucheta-rashodov-na-remont-osnovnyh-sredstv-v-sootvetstvii-s-novymi-standartami>.

e-mail: kuzmina_tm@mail.ru

Ледовская М.Е.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и менеджмента

Черникова Е.И.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. отделом аспирантуры

Гердт Д.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

АКТУАЛИЗАЦИЯ НАПРАВЛЕНИЙ HR-МЕНЕДЖМЕНТА В СООТВЕТСТВИИ С ТРАНСФОРМАЦИЕЙ ТРАЕКТОРИЙ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ

Аннотация. В статье раскрывается утверждение о том, что в условиях современной экономики, характеризующейся динамичностью и высокими требованиями к гибкости и адаптивности организаций, HR-менеджмент приобретает особую значимость. Целью исследования явилось изучение особенностей HR-менеджмента в современных условиях, определение и характеристика факторов, влияющих на состояние и развитие рынка труда, выявление и обобщение ключевых тенденций и проблем его реализации в компаниях, а также выработка рекомендаций по повышению эффективности управления человеческими ресурсами. Для достижения поставленной цели использовались такие методы исследований, как: анализ тематических литературных источников, обобщение и синтез полученных данных, сравнение, методы группировки, систематизации и др. В статье рассмотрен HR-менеджмент в контексте современной экономики, выявлены ключевые аспекты и вызовы, с которыми сталкиваются организации. Особое внимание уделено анализу современных тенденций в области управления человеческими ресурсами и выявлению направлений, способствующих повышению адаптивности и эффективности работы персонала. Представлена характеристика типов работников, ориентированных на решение различного рода стратегических задач. В рамках исследования предложены практические направления оптимизации процессов HR-менеджмента с целью достижения конкурентных преимуществ и устойчивого стратегического развития организаций в условиях современных вызовов и изменений на рынке, среди которых обеспечение подбора оптимальных работников посредством составления должностных профилей, цифровизация HR-процессов, мониторинг на систематической основе рынка труда и собственных кадровых потребностей и др.

Ключевые слова: HR-менеджмент, стратегическое управление, управление персоналом, профиль должности, модель компетенций, подбор сотрудников, автоматизация управления персоналом.

Введение. Значение стратегического управления в кадровой сфере возрастает в актуальной экономической ситуации, специфика которой состоит, прежде всего, в непредсказуемости и постоянной динамике, что обуславливает для любой компании

жизненную необходимость быстро адаптироваться к изменению условий, без чего не представляется возможным ни поддержание конкурентоспособности, ни дальнейший рост. HR-менеджмент в современной организации требует выработки новых ме-

тодов и средств, а необходимость пересмотра традиционных подходов обусловлена целым рядом факторов: развитием научно-технического прогресса, процессами глобализации экономики, особенностями демографической ситуации, правовыми нововведениями и пр.

В связи с вышесказанным возникает необходимость исследования актуальных особенностей стратегического HR-менеджмента, определения наиболее значимых проблем в данной сфере и разработки комплекса мер, направленных на повышение в современной компании эффективности системы HR-менеджмента с учетом ее стратегических приоритетов. В связи с этим целью проводимого исследования выступает изучение особенностей HR-менеджмента в современных условиях, определение и характеристика факторов, влияющих на состояние и развитие рынка труда, выявление и обобщение ключевых тенденций и проблем его реализации в компаниях, а также выработка отдельных рекомендаций по повышению эффективности управления человеческими ресурсами.

HR-менеджмент и рациональное использование трудовых ресурсов в современной организации не представляется возможным без способности адаптироваться к динамике средовых условий и использования соответствующих актуальным требованиям средств и методов управления персоналом, таких как внедрение и развитие организационной культуры, диджитализация процессов подбора персонала, «менеджмент талантов» и т.д. Вместе с тем применение новых подходов на практике связано с серьезными проблемами – значительными издержками на подготовку персонала и дефицитом квалифицированных специалистов, а также сопротивлением со стороны части коллектива. Для эффективного решения указанных проблем необходима разработка соответствующих стратегических мер.

Методы исследования. В качестве основных методов в исследовании ис-

пользовались: анализ тематических литературных источников, обобщение и синтез полученных данных, сравнение, методы группировки, систематизации и другие.

Результаты исследования. Под HR-менеджментом понимается способствующее повышению конкурентоспособности управление персоналом организации, включенное в структуру процессов стратегического планирования. В кадровой сфере стратегическое планирование основывается на результатах анализа условий деятельности (как внутренних, так и внешних), при этом в ходе оценки субъективных условий работы организации в числе прочего исследуются и анализируются трудовые ресурсы компании, их потенциал. В ходе анализа внешних условий деятельности исследуются не только текущие рыночные позиции субъекта, но также общие тенденции в соответствующем сегменте рынка, что дает возможность прогнозировать инфляционные процессы, колебания потребительского спроса, внедрение и распространение инновационных технологий и пр. [10]. Долгосрочное планирование обеспечивается за счет анализа таких значимых факторов, как динамика макроэкономической ситуации, ситуация на трудовом рынке и т.п. [2].

В последние годы на условия функционирования рынка труда оказывают влияние, прежде всего, следующие факторы:

- сложившиеся geopolитические условия;
- последствия пенсионной реформы (повышение в компаниях численности работников старшего возраста);
- процессы трудовой миграции из стран «ближнего зарубежья»;
- кризисные явления в демографии;
- цифровизация бизнес-сектора;
- конкуренция между работодателями;
- узкая специализация вследствие принятия и применения современных федеральных государственных образовательных стандартов и др.

Существующие геополитические условия изменили количество вакансий, их отраслевой спектр и уровень предлагаемых зарплат. Так, наиболее востребованными на рынке труда сейчас являются инженерные и рабочие кадры, а наиболее перспективными в плане развития становятся оборонная, пищевая и агропромышленность.

Вследствие проведения пенсионной реформы были внедрены правовые и прочие механизмы, дающие работникам старшего возраста возможность сохранить за собой свои рабочие места. Используемые работодателями системы отбора, подготовки, мотивации кадров трансформировались под влиянием расширения процессов трудовой миграции. Работодатель, с одной стороны, получает возможность снизить свои затраты на оплату труда, но, с другой стороны, его издержки на адаптацию и подготовку сотрудников возрастают. В будущем, учитывая условия демографического кризиса, доля мигрантов на трудовом рынке будет расти.

Цифровизация экономики влияет на трудовые ресурсы организаций как количественно, так и качественно [8]. Согласно результатам исследований, представленным на World Economic Forum [13], наиболее значимыми компетенциями для любого сотрудника в обозримом будущем станут: способность к критическому мышлению, развитые творческие способности, высокий эмоциональный интеллект, коммуникационные навыки, способность быстро принимать решения, управлять большими данными, использовать искусственный интеллект и пр.

В связи с вышесказанным становится очевидным, что возникает необходимость модернизации HR-менеджмента с учетом влияния социально-экономических, политических, правовых, технико-технологических факторов, а также внутренних установок организации [9]. Так, выявление кадровых потребностей и анализ трудового рынка возможны только по результатам целеполагания и определения основных направлений стратегического развития. Определив цели,

руководство может перейти к определению текущей кадровой потребности, а также основных критериев отбора сотрудников, чьи компетенции соответствуют поставленным целям. Затем выявляется уровень предложения на трудовом рынке, ключевые конкуренты, источники трудовых ресурсов [3]. Основные профессиональные и личностные требования к работникам и критерии отбора персонала включаются в профиль искомой должности.

Профиль должности может быть усложнен за счет включения дополнительных опций – должностных обязанностей, необходимых компетенций, условий труда и пр., а наряду с общеорганизационными критериями, могут использоваться и особые, узкоспециальные. При составлении профиля используются методический и ситуативный подходы. Профиль не создается, если в организации отсутствует высокая кадровая «текущка»: в данном случае основным источником информации о требованиях к персоналу выступает должностная инструкция. Методический подход используется при наличии «текущки»: в этом случае подходы к отбору сотрудников вырабатываются именно на основе объективного и комплексного профиля должности [1].

Должностные профили разрабатываются тремя методами: специалисты отдела персонала создают их самостоятельно, заказывают разработку профилей у специализированных компаний или используют онлайн-решения. Особый интерес в свете нарастающей диджитализации кадровых процессов представляют собой именно онлайн-решения, так, например, инструмент Job Profiler, используемый в процессе составления модели компетенций, позволяет участникам рабочей группы работать дистанционно. В указанную программу входят 36 компетенций, сгруппированные в 4 блока (рис. 1).

Профиль должности составляется при участии руководства, менеджмента и специалистов по кадровому управлению.

Карточки распределяются в соответствии с возрастанием уровня значимости, затем данные подлежат обобщению и обработке в автоматическом режиме. Индивидуальный «фактор успеха» определяется по результатам анализа полученной информации о каждом конкретном участнике.

Источники трудовых ресурсов, в свою очередь, определяются по результатам разработки должностных профилей, а наиболее эффективные источники устанавливаются за счет использования «воронки рекрутинга».

При необходимости массового набора персонала используются рекрутинговые интернет-ресурсы и объединенные с ними онлайн-площадки. Информационная сис-

тема в автоматическом режиме оценивает резюме соискателей после подачи работодателем заявки, исключает повторяющиеся записи и даже проводит с соответствующими требованиям соискателями собеседование, после чего заказчику передаются обобщенные и систематизированные результаты.

Такие системы практически исключают влияние «человеческого фактора», обеспечивая минимальные временные издержки при максимальной эффективности. Если требуется специалист высокой квалификации, поиск может вестись на специальных интернет-ресурсах, формат которых обеспечивает максимальное удобство для заказчика (например, профили пользователей оформляются как резюме).

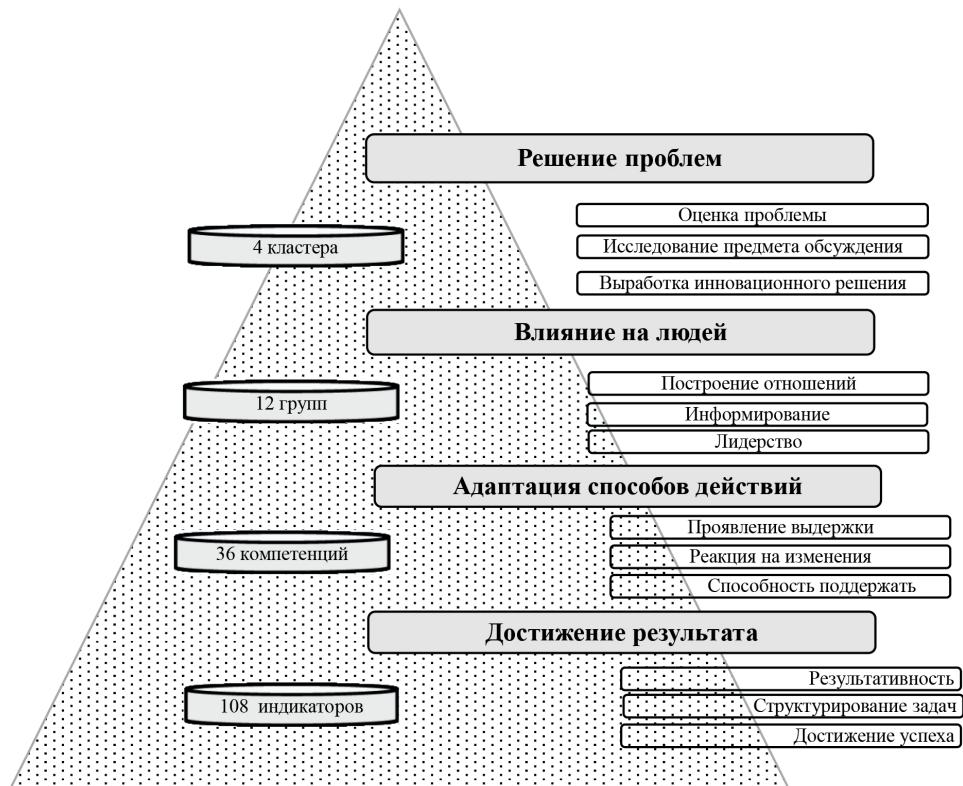


Рис. 1. Иерархическая модель компетенций как основа формирования профиля должности

При поиске и наборе персонала необходимо также определить тип работников, на который в компании имеется максимальный запрос в соответствии с ее стратегическими целями. В зависимости от того, требуются ли организации универсальные или уни-

кальные сотрудники, будет формироваться система их мотивации, способы обучения и развития, методики отбора, технологии построения карьеры, а также методы управления ими (рис. 2).

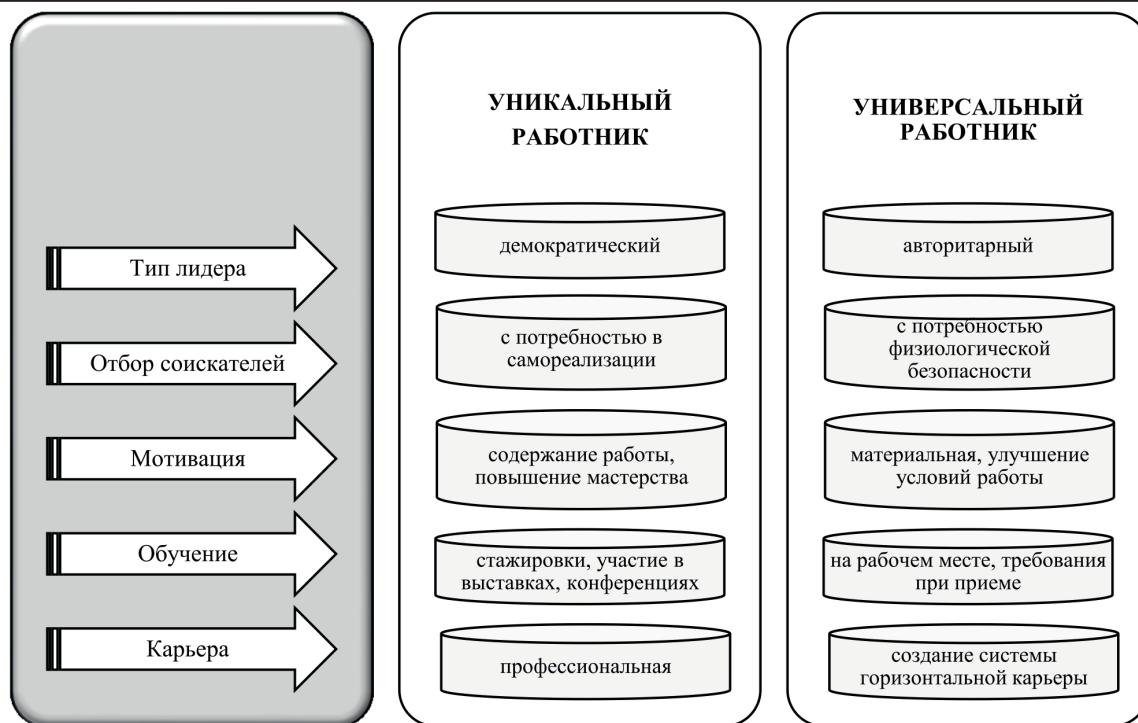


Рис. 2. Характеристика типов работников, ориентированных на решение различного рода стратегических задач

Универсальные сотрудники в большинстве случаев менее амбициозны и более адаптивны, вознаграждение и поощрение (как в материальной, так и в нематериальной форме) выступает для них достаточным стимулом. Профессиональная подготовка проводится либо на базе специализированного учреждения, либо непосредственно на рабочем месте и направлена на достижение и поддержание надлежащего уровня профессиональных знаний и умений. Так называемая «горизонтальная карьера» выступает в качестве оптимального метода профилактики кадровой «текучки». Универсальные работники максимально реализуют свой потенциал при «планомерной и ориентированной на результат деятельности с учетом всех приоритетов» [12, с. 159].

При этом, если руководство компании придерживается стратегии инновационного развития, представляется необходимым привлечение кадров, обладающих уникальными умениями и способностями, соответствующими стратегическим целям предприятия

и, соответственно, обеспечивающими его конкурентоспособность [7]. Если ведущей компетенцией является развитие творческих способностей (креативность), демократичный стиль управления, способствующий проявлению творческих инициатив, будет оптимальным. Сотрудники, у которых развиты подобные компетенции, ориентированы на реализацию собственного потенциала и в большинстве случаев не настроены на продуктивную деятельность в условиях административно-бюрократической системы, предусматривающей строгий контроль. В данном случае для стимулирования используется внедрение передового опыта, возможность профессионального развития [5].

Для контроля компетенций у работающего персонала необходимо наличие специальных навыков, поскольку такая проверка может выступать как демотивирующий фактор и спровоцировать противодействие. Если в ходе проверки выясняется, что необходимые компетенции отсутствуют, обучение в абсолютном большинстве случаев

ожидаемых результатов не обеспечит. При этом, набирая сотрудников из числа соискателей на трудовом рынке, работодатель может сразу установить наличие необходимых компетенций и проводить отбор на этом основании [6].

Следует отметить, что в ходе разработки кадровой стратегии ключевая задача работодателя состоит в оценке имеющегося кадрового потенциала и внедрении комплекса мер по развитию необходимых компетенций у работников, что подразумевает формирование таких стратегических направлений, как набор, отбор, подготовка, развитие и стимулирование сотрудников. Для тех работников, у которых отсутствуют соответствующие корпоративной стратегии компетенции, должна быть разработана программа социальной поддержки в части его обучения и развития.

Карьерный рост в рамках развития персонала должен быть в фокусе внимания. Именно этой цели служит мониторинг текущей ситуации на трудовом рынке, оценка собственного кадрового потенциала и составление должностных профилей. Не менее важно обеспечивать применение передовых технологий и методов при наборе и отборе новых сотрудников.

При подборе квалифицированных сотрудников важно также учитывать изменения в предпочтениях работодателей, вызванные автоматизацией и роботизацией процессов. В результате этих изменений рядовые специалисты могут быть переведены на позиции операторов информационных систем, и система управления по результатам с постоянным автоматическим мониторингом выполнения целевых показателей становится необходимостью.

Число линейных специалистов при внедрении в практику компаний информационных систем может быть сокращено, в данном случае специалист выполняет функции оператора информационной системы, для чего не требуется высокая квалификация. Можно утверждать, что сокращение

штатов в современных компаниях обусловлено внедрением инновационных технологий, включая средства автоматизации. Основные требования к кандидатам при этом расширяются; в число необходимых компетенций на текущий момент входят такие, как способность к критическому мышлению, развитые творческие способности, высокий эмоциональный интеллект, коммуникационные навыки, способность быстро принимать решения и т.д., причем большинство из них (за исключением коммуникационных навыков) относятся к категории врожденных способностей.

Влияние информационных систем проявляется также в том, что HR-менеджмент осуществляется на основе достижения конкретных целевых результатов, подлежащих автоматическому регулярному мониторингу.

В качестве примера достижения конкретных целевых результатов можно привести систему OKR (objectives & key results – цели и ключевые результаты), внедряемую на многих предприятиях и построенную на основе иерархии целей [11]. Верхний уровень системы сформирован общеорганизационными целями, и в соответствии с ними определяются цели структурных отделов и служб, а также конкретных работников. Рекомендуется не ставить одновременно более 5 целей. Кроме того, необходимо следить за реалистичностью плановых результатов и сроков их достижения.

От KPI (key performance indicators – ключевые показатели эффективности) указанная система отличается, прежде всего, тем, что предусмотренные в ее рамках показатели не связаны с используемой работодателем системой поощрительных мер, и в данном случае обеспечивается возможность контролировать достижение целевых показателей с учетом плановых сроков и в режиме «реального времени». Несмотря на то что показатели не привязаны к оплате труда, их наглядность позволяет использовать их в целях стимулирования персонала. За счет это-

го обеспечивается оперативная «обратная связь» и формируется система самоконтроля работников.

Таким образом, реализуемая компанией стратегия HR-менеджмента должна опираться на основные цели предприятия и необходимые для их достижения компетенции персонала. При отсутствии возможности немедленного обновления кадров цели HR-менеджмента должны определяться на долгосрочную перспективу. На основе стратегических целей необходимо совершенствовать и развивать используемые методы набора, отбора, подготовки, развития и мотивации сотрудников.

Выводы и заключение. Для адаптации к динамике окружающей среды и соблюдения соответствия стратегическим целям функционирования современных компаний HR-менеджмент должен решать ряд задач, среди которых:

- использование в рамках планирования результатов анализа внешних и внутренних условий деятельности;
- цифровизация производственных и HR-процессов;
- обеспечение подбора оптимальных работников посредством составления должностных профилей;
- разработка для сотрудников, не соответствующих критериям общеорганизационной стратегии, программ социальной поддержки в части его развития и обучения;
- мониторинг трудового рынка и собственных кадровых потребностей на систематической основе;
- обеспечение соответствия стратегическим целям компании используемых методов набора и отбора кадров, подготовки и развития, а также стимулирования сотрудников.

HR-менеджмент, в рамках которого ставятся далеко идущие цели с учетом особенностей текущей ситуации, в современных рыночных условиях выступает обязательным критерием динамически развивающейся компании. Необходимо использовать в

рассматриваемой сфере возможности цифровизации (оценка кадровой стратегии с помощью программного обеспечения, применение средств автоматизации для подбора кадров и составления должностных профилей и т.д.) [4]. Важная часть HR-менеджмента – это обеспечение развития персонала и регулярного обучения сотрудников, а также их адаптивности и стимулирования к продуктивной трудовой деятельности.

Для обеспечения эффективности стратегического HR-менеджмента и, соответственно, конкурентоспособности предприятия необходимы комплексный подход, долгосрочное планирование, гибкость, способность оперативно реагировать на вызовы.

Список литературы

1. **Вдовина, О. А.** Стратегия кадрового менеджмента : учебное пособие / О. А. Вдовина, С. Д. Резник, О. А. Сазыкина. – Москва : Общество с ограниченной ответственностью «Научно-издательский центр ИНФРА-М», 2018. – 167 с. – Текст : непосредственный.
2. **Дживанова, А. А.** Особенности стратегического управления персоналом в России / А. А. Дживанова. – Текст : непосредственный // Междисциплинарность научных исследований как фактор инновационного развития : сборник статей Международной научно-практической конференции (19 апреля 2020 года). – Уфа : Общество с ограниченной ответственностью "ОМЕГА САЙНС", 2020. – С. 134–138.
3. **Лагунова, И. И.** Сущность и роль инфраструктуры рынка труда в рыночной экономике / И. И. Лагунова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2006. – № 4(19). – С. 181–183.
4. **Ледовская, М. Е.** Цифровая направленность в организационном развитии компаний / М. Е. Ледовская, Д. А. Роздольский. – Текст :

непосредственный // Проблемы обеспечения эффективности функционирования систем управления в условиях нарастающей динамики внешнего окружения : сборник материалов международной научно-практической конференции (23 ноября 2023 года). – Курск : Курский государственный университет, 2023. – С. 94–102.

5. **Николаев, М. В.** Разработка стратегии управления персоналом в организациях / М. В. Николаев. – Текст : непосредственный // Экономика и социум. – 2020. – № 11(78). – С. 1016–1035.

6. **Прокудина, И. З.** Стратегии управления персоналом / И. З. Прокудина. – Текст : непосредственный // Вестник науки. – 2022. – Т. 2, № 7(52). – С. 60–63.

7. **Роздольская, И. В.** Маркетинг инноваций как основополагающее направление обеспечения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в условиях инновационно ориентированной экономики / И. В. Роздольская, К. В. Лихонин. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2010. – № 4(36). – С. 5–12.

8. **Роздольская, И. В.** Применение цифровых технологий как мейнстрим в управлении персоналом современной организации в условиях цифровой адаптации к новой реальности / И. В. Роздольская, Т. Л. Скрипченко, Д. Н. Немыкин. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 2(99). – С. 175–186.

9. **Роздольская, И. В.** Системный взгляд на достижение стратегических HR-целей компаний на основе применения инновационных форм и методов кадрового консалтинга / И. В. Роздольская, В. Н. Ходыревская, М. Е. Ледовская. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 3 (88). – С. 164–175.

10. **Роздольская, И. В.** Статус категории «инновационное развитие» в теории менеджмента и практике отечественного управления / И. В. Роздольская. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2005. – № 1(10). – С. 104–117.

11. **Роздольская, И. В.** Формирование целевых ориентиров функционирования некоммерческих предприятий / И. В. Роздольская, Ю. А. Мозговая, Е. Н. Семенченко. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 2(50). – С. 48–56.

12. **Соболевский, Д. Л.** Стратегия управления персоналом в современных условиях / Д. Л. Соболевский. – Текст : непосредственный // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 3-2(73). – С. 158–160.

13. Future of jobs 2023: These are the most in-demand skills now - and beyond. // World Economic Forum : [сайт]. – URL: <https://www.weforum.org/agenda/2023/05/future-of-jobs-2023-skills/> (дата обращения: 29.08.2024). – Текст : электронный.

Ledovskaya M.E.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate of Economics, Associate Professor, Chair of Marketing and Management

Chernikova E.I.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Candidate of Economics, Associate Professor, Chair of Theory and History of Cooperative Movement

Gerdt D.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student, Chair of Marketing and Management

UPDATING HR MANAGEMENT DIRECTIONS IN ACCORDANCE WITH THE TRANSFORMATION OF STRATEGIC DEVELOPMENT TRAJECTORIES OF MODERN COMPANIES

Abstract. The article reveals the statement that in the conditions of the modern economy, characterized by dynamism and high demands for flexibility and adaptability of organizations, HR management is of particular importance. The purpose of the study was to study the features of HR management in modern conditions, determine and characterize the factors influencing the state and development of the labor market, identify and summarize the key trends and problems of its implementation in companies, as well as develop recommendations for improving the efficiency of human resource management. To achieve this goal, the following research methods were used: analysis of thematic literary sources, generalization and synthesis of the obtained data, comparison, methods of grouping, systematization, etc. The article considers HR management in the context of the modern economy, identifies the key aspects and challenges faced by organizations. Particular attention is paid to the analysis of modern trends in human resource management and identifying areas that contribute to increasing the adaptability and efficiency of personnel. The characteristics of the types of employees focused on solving various kinds of strategic problems are presented. The study proposes practical directions for optimizing HR management processes in order to achieve competitive advantages and sustainable strategic development of organizations in the context of modern challenges and changes in the market, including ensuring the selection of optimal employees by creating job profiles, digitalization of HR processes; systematic monitoring of the labor market and their own personnel needs, etc.

Keywords: HR management, strategic management, personnel management, job profile, competency model, employee selection, automation of personnel management.

References

1. Vdovina, O.A., Reznik, S.D., Sazykina, O.A. (2018). Strategiya kadrovogo menedzhmenta: uchebnoye posobiye [Strategy of personnel management: a textbook]. Moscow: OOO Research and Publishing Centre INFRA-M.

2. Dzhivanova, A.A. Osobennosti strategicheskogo upravleniya personalom v Rossii [Features of strategic personnel management in Russia]. Mezhdistsiplinarnost' nauchnykh issledovaniy kak faktor innovatsionnogo razvitiya: sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-

prakticheskoy konferentsii, Yekaterinburg, 19 aprelya 2020 goda [Interdisciplinarity of scientific research as a factor in innovative development: collection of articles from the International scientific and practical conference, Yekaterinburg, April 19, 2020]. Ufa: OOO OMEGA SAINS 2020. P. 134-138.

3. Lagunova, I.I. (2006). Sushchnost' i rol' infrastruktury rynka truda v rynochnoy ekonomike [The nature and role of the labor market infrastructure in a market economy]. Vestnik Belgorodskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii [Herald of

the Belgorod University of Consumer Cooperatives]. 4(19), 181-183.

4. Ledovskaya, M.E., Rozdol'skiy, D.A. (2023). Tsifrovaya napravленность в организационном развитии компаний [Digital focus in the organizational development of companies]. Problemy obespecheniya effektivnosti funktsionirovaniya sistem upravleniya v usloviyakh narastayushchey dinamiki vneshnego okruzheniya: Sbornik materialov mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Kursk, 23 noyabrya 2023 goda [Problems of ensuring the efficiency of management systems in the context of increasing dynamics of the external environment: Collection of proceedings of the international scientific and practical conference, Kursk, November 23, 2023]. Kursk: Kursk State University. P. 94-102.

5. Nikolayev, M.V. (2020). Razrabotka strategii upravleniya personalom v organizatsiyakh [Development of personnel management strategy in organizations]. Ekonomika i sotsium [Economy and Society]. 11(78), 1016-1035.

6. Prokudina, I.Z. (2022). Strategii upravleniya personalom [Personnel management strategies]. Vestnik nauki [Science Bulletin]. 2-7(52), 60-63.

7. Rozdol'skaya, I.V., Likhonin, K.V. (2010). Marketing innovatsiy kak osnovopolagayushcheye napravleniye obespecheniya konkurentospособности khozyaystvuyushchikh sub"yektorov v usloviyakh innovatsionno oriyentirovannoy ekonomiki [Marketing of innovations as a fundamental direction for ensuring the competitiveness of economic entities in the context of an innovation-oriented economy]. Vestnik Belgorodskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii [Herald of the Belgorod University of Consumer Cooperatives]. 4(36), 5-12.

8. Rozdol'skaya, I.V., Skripchenko, T.L., Nemykin, D.N. (2023). Primeneniye tsifrovых tekhnologiy kak meynstrim v upravlenii personalom sovremennoy organizatsii v usloviyakh tsifrovoy adaptatsii k novoy real'nosti [Application of digital technologies as

mainstream in personnel management of a modern organization in the context of digital adaptation to a new reality]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2(99), 175-186.

9. Rozdol'skaya, I.V., Khodyrevskaya, V.N., Ledovskaya, M.E. Sistemnyy vzglyad na dostizheniye strategicheskikh HR-tseley kompaniy na osnove primeneniya innovatsionnykh form i metodov kadrovogo konsaltinga [A systemic view of achieving strategic HR goals of companies based on the use of innovative forms and methods of HR consulting]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2021. 3 (88), 164-175.

10. Rozdol'skaya, I.V. (2005). Status kategorii «innovatsionnoye razvitiye» v teorii menedzhmenta i praktike otechestvennogo upravleniya [Status of the category "innovative development" in management theory and practice of domestic management]. Vestnik Belgorodskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii [Herald of the Belgorod University of Consumer Cooperatives]. 1(10), 104-117.

11. Rozdol'skaya, I.V., Mozgovaya, Yu.A., Semenchenko, E.N. (2014). Formirovaniye tselevykh oriyentirov funktsionirovaniya nekommercheskikh predpriyatiy [Formation of target guidelines for the functioning of non-profit enterprises]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 2(50), 48-56.

12. Sobolevskiy, D.L. (2021). Strategiya upravleniya personalom v sovremennykh usloviyakh [Strategy of personnel management in modern conditions]. Ekonomika i biznes: teoriya i praktika [Economy and Business: Theory and Practice]. 3-2(73), 158-160.

13. Future of jobs 2023: These are the most in-demand skills now - and beyond. World Economic Forum. Retrieved from: <https://www.weforum.org/agenda/2023/05/future-of-jobs-2023-skills/>.

Мустакаева Е.А.

ФГБОУ ВО «Государственный университет морского и речного флота имени адмирала С.О. Макарова» (г. Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент кафедры математического моделирования и прикладной информатики

МЕТОДИЧЕСКИЙ ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЧЕТЕ И УПРАВЛЕНИИ

Аннотация. В статье рассматриваются методологические аспекты оценки экономической эффективности использования информационных технологий в учете и управлении на основе расчета индекса информационной эффективности. Целью исследования является разработка методики количественного анализа информационной эффективности организации с использованием математического моделирования. В работе определено понятие информационной эффективности, классифицированы основные факторы, влияющие на нее, и обоснована важность их оценки. Применяемые методы включают системный подход, экономический анализ, экспертные оценки и моделирование, которые позволяют систематизировать процесс оценки. В качестве основного инструмента предлагается метод расчета индекса информационной эффективности, основанный на факторном подходе и модели взвешенных оценок. Данный индекс позволяет оценивать использование информационных ресурсов, минимизировать издержки и управлять рисками, что способствует росту прибыли организации. Результаты исследования помогут в оценке информационных процессов и принятии обоснованных решений по управлению информационной инфраструктурой организации.

Ключевые слова: информационная эффективность организации, информационные ресурсы, индекс информационной эффективности, интеграция информационных систем, измерение эффективности бизнес-процессов, информационная инфраструктура, математическое моделирование.

Введение. В современном деловом мире, где информация играет ключевую роль, развитие информационной эффективности организации становится критически важным для обеспечения ее успешного функционирования и роста. Уровень информатизации стал мощным фактором обеспечения конкурентоспособности государства в борьбе за экономическое лидерство, развитие территорий, прогресса в науке, образовании, здравоохранении, технике и производстве [1]. Эффективное управление информационными процессами позволяет организациям не только поддерживать вы-

сокие стандарты работы, но и адаптироваться к быстрым изменениям технологий, в том числе на отраслевом рынке. Критерием экономической эффективности использования информационных ресурсов организации может являться рост показателя информационной эффективности.

Актуальность исследования методического инструментария оценки экономической эффективности использования информационных технологий (ИТ) в учете и управлении обусловлена быстрым развитием цифровых технологий, ростом их значимости в повышении эффективности.

Оптимизация учетных функций и бизнес-процессов организации способствует повышению производительности и снижению издержек. Однако современные организации сталкиваются с потребностью в точной оценке влияния ИТ на бизнес-процессы и уровень информатизации на экономическую эффективность организации. Ее количественная оценка как экономического фактора позволяет принимать обоснованные стратегические решения, управлять рисками, связанными с информационными процессами, обосновывать инвестиции в информационную инфраструктуру. В условиях стремительной цифровой трансформации такая оценка становится ключевым инструментом для определения готовности к внедрению новых технологий и процессов повышения интеграции информационных систем и квалификации персонала, а также эффективного управления ресурсами и планирования.

Целью настоящего исследования является совершенствование методологического инструментария оценки информационной эффективности и разработка метода количественной оценки информационных процессов и уровня информатизации организации как экономического фактора с использованием математического моделирования.

В научной мысли экономическая эффективность общественного производства всегда рассматривалась как основа теории эффективности. При этом подчеркивалась роль информационных ресурсов как фактора повышения экономической эффективности производства [2]. Однако количественная оценка эффективности информационных ресурсов в системе показателей экономической эффективности производства отсутствует. В практике в отношении определения эффективности информационных процессов организации наблюдается эволюция методов исследования от оценки эффективности ИТ и систем, направленных на поддержку учетных функций и бизнес-процессов, к более комплексному анализу качества самих

бизнес-процессов. Ранее акцент делался на технологическую инфраструктуру и ее финансовую эффективность, затем фокус сместился на то, как информационные процессы интегрируются с общей бизнес-стратегией и операциями, оценивая их влияние на достижение организационных целей и производительность.

В работе М.В. Кильдюшевского [2] отмечены достижения в исследованиях, направленных на повышение эффективности общественного производства. Среди зарубежных ученых выделяются исследования, посвященные роли информационных ресурсов как фактора повышения экономической эффективности производства. Также значительный вклад внесли современные отечественные и региональные ученые, чьи работы способствовали развитию теоретических и практических основ использования информационных ресурсов для повышения экономической эффективности производства.

В статье Л. Ван и А. Шафагатовой [3] представлен структурированный обзор литературы для выявления закономерностей и тенденций в исследованиях по измерению эффективности бизнес-процессов. Так, в работе доказано, что измерение эффективности бизнес-процессов является центральной проблемой в научных кругах и бизнесе. Проведенный авторами структурированный обзор литературы показал недостатки в существующих исследованиях, особенно касающихся определения и конкретизации показателей. Авторы предложили обширный список показателей, структурированных по категориям, позволяющих провести комплексную оценку эффективности процессов. В статье П. Куэнг [4] также утверждается, что улучшение бизнес-процессов, радикальное или поэтапное, имеет важное значение и должно поддерживаться целостной системой измерения эффективности процессов (Project Progress Monitoring System (PPMS)). В статье Е.А. Федоровой, Е.В. Гиленко [5] рассматривается методология оценки изменений информационной

эффективности фондовых рынков на основе модели GARCH-t, которые эффективны для анализа финансовых данных, отклоняющихся от нормального распределения. В работе К.С. Ефимова, Е.А. Хачатурова [6] сделан вывод о том, что «в области информационного менеджмента существует проблема создания эффективного механизма реализации и оценки информационной эффективности на предприятии. Это направление требует совершенствования, так как информационные ресурсы играют ключевую роль в повышении общей эффективности предприятия. Несмотря на признание важности окупаемости ИТ-решений, отсутствует единая формула для оценки их эффективности. Различные методы, такие как традиционные финансовые методики, вероятностные модели и качественный анализ, имеют свои достоинства и недостатки, но все они ограничены в применении» [6].

Основные методы исследования оценки эффективности информационных процессов организации направлены на демонстрацию отдачи от внедрения ИТ-систем, обоснование принятия наиболее продуктивных и экономически оправданных решений. В рамках исследования используются традиционные финансовые подходы по оценке выгод от применения ИТ с помощью моделей анализа рентабельности инвестиций (Return on Investment (ROI)), активов (ROA), совокупной стоимости владения (Total Cost of Ownership (TCO)) и эффекта транзакций, которые позволяют определить причинно-следственные связи между использованием ИТ и финансовыми показателями организации. Эти методы обеспечивают системный подход к оценке и оптимизации информационной эффективности. Также используются более сложные модели, включая оценки качественных изменений от внедрения информационных систем или технологий с помощью прикладной информационной экономики Applied Information Economics (AIE) [5, 6] и метод реальных опционов (Real Option Valuation (ROV)). В статье [3]

авторы выделяют методы определения информационной эффективности на основе моделей оценки производительности, такие как сбалансированная система показателей (Balanced Scorecard (BSC)), включающая разработку и использование показателей, оценивающих срочные, финансовые, качественные и др. аспекты бизнес-процессов, а также модель процессно-ориентированного управления (Business Process Management (BPM)), фокусирующуюся на управлении бизнес-процессами.

В работе Е.В. Васильевой и Е.А. Деевой [8] подчеркивается важность проблемы оценки эффективности внедрения информационных систем в организации, поскольку автоматизация бизнес-процессов не всегда напрямую влияет на экономические показатели. Авторы статьи предлагают использование метода оценки качественных изменений AIE с обоснованием необходимости его расширения через экспертные оценки и включение «дельфийской процедуры». Предложенная методика, основанная на комплексном подходе и индексной группировке мнений, является актуальным инструментом для обоснования разработки и внедрения информационных систем в организации. Сложные методики позволяют оценить как финансовые, так и нефинансовые аспекты ИТ-решений, учитывая риски, адаптивность и потенциальные выгоды от внедрения ИТ, обеспечивая более комплексное понимание их влияния на бизнес-процессы и стратегическое развитие компании.

В работе Л.Н. Буяновой [9] делается вывод о том, что оценить доходную часть от реализации информационного проекта по обеспечению учета и управления организации в виде единого стоимостного показателя практически невозможно. Для такой оценки используется метод индикаторов, суть которого заключается в разработке иерархической системы целей и комплекса задач проекта и создании системы количественных и качественных показателей для оценки результативности выполнения каждой из

задач, по значениям которых делается вывод о степени достижения ключевых целей проекта.

Методы исследования. В основе методологической базы исследования эффективности информационных процессов организации лежат общенаучные методы и системный подход, позволяющие анализировать информационные процессы во взаимосвязи с технологиями и персоналом. Системный подход, включающий принципы целостности и иерархичности, дополняется диалектическим методом для анализа динамики процессов и экономическим анализом для оценки экономических выгод. В данной работе используются экспертные оценки для определения весовых коэффициентов факторов, моделирование для прогнозирования изменений и повышения информационной эффективности организации.

Для проведения оценки и расчета индекса информационной эффективности организации необходимые исходные данные включают оценку состояния информационных процессов, в т.ч. данные о текущем уровне автоматизации, интеграции информационных систем, качестве и полноте данных, а также безопасность и надежность информационной инфраструктуры, оценку значимости факторов для достижения целей организации.

Для получения исходных данных для расчета индекса целесообразно обратиться к следующим источникам:

- Внутренние документы и отчеты организации, включая отчеты о производительности информационных систем, аналитика и статистика использования информационных ресурсов, планы и отчеты по цифровой трансформации и автоматизации процессов, результаты ИТ-аудитов и проверок безопасности, аудиты соответствия нормативным требованиям и стандартам.

- Интервью и опросы сотрудников для оценки важности и состояния различных аспектов информационной инфраструктуры, квалификации и подготовки персонала в

области ИТ, а также позволяющих получить обратную связь о качестве и эффективности используемых информационных систем, уровне взаимодействия между подразделениями и использовании ИТ.

- Анализ существующих показателей оценки эффективности ИТ и процессов, показателей производительности, например: время отклика систем, уровень доступности и частота сбоев.

- Внешние исследования и стандарты, которые могут быть использованы для сравнения и бенчмаркинга эффективности информационных процессов. Сравнительные исследования отраслевых стандартов, анализ принятых в организации методик и стандартов оценки информационной эффективности, в том числе системы менеджмента качества ISO.

- Анализ внешних консультационных отчетов и рекомендаций по ИТ, руководства по оценке эффективности информационных систем и технологий, «дорожные» карты инновационного развития, техническая документация и инструкции на используемое программное обеспечение и оборудование, инструкции по эксплуатации и внедрению информационных систем и др.

В основе предлагаемого в статье метода оценки информационных процессов и уровня информатизации организации лежат разработка и использование математической модели взвешенных оценок факторов информационной эффективности.

Результаты исследования. Прежде всего, следует подчеркнуть, что информация в форме ИТ наряду с традиционными факторами производства, такими как труд, земля, капитал и предпринимательство, является важнейшим элементом современной организации. Взаимосвязь между информационной деятельностью и эффективностью организации очевидна. Проблема заключается в отсутствии экономических показателей, точно измеряющих эффективность управления информационными ресурсами. В связи с этим показатель информацион-

ной эффективности становится ключевым экономическим индикатором, отражающим оптимизацию использования ресурсов, снижение издержек, управление рисками и рост прибыли организации.

Информационная эффективность организации представляет собой обобщенную характеристику, отражающую степень оптимизации, качества и интеграции информационных систем и ресурсов, обеспечивающих поддержку основных операционных задач и достижение оперативных и стратегических целей организаций. Данная характеристика включает совокупность условий и факторов, способствующих эффективному сбору, обработке, хранению, передаче и использованию информации в рамках бизнес-процессов, что, в свою очередь, повышает точность учета, снижает операционные издержки и риски, способствует повышению эффективности принятия решений, производительности и конкурентоспособности организаций.

Факторы экономического эффекта от внедрения информационно-телекоммуникационных технологий в учет, анализ и контроль подробно рассмотрены в работе [10]. Классификация факторов, влияющих на информационную эффективность организации, может быть основана на различных критериях. Однако для более системного и эффективного анализа, а также управления информационной эффективностью важно выделить ключевые аспекты, которые необходимо контролировать и оптимизировать. Такой подход позволяет структурировать процесс управления и направить усилия на улучшение наиболее критичных компонентов информационной инфраструктуры.

По степени влияния на эффективность факторы делятся на:

1. Ключевые (основные):

- уровень автоматизации процессов учета и управления;
- качество и полнота данных;
- надежность и безопасность информационных систем;

– уровень интеграции информационных систем.

2. Вспомогательные (поддерживающие):

- уровень подготовки и квалификации персонала;
- качество технической поддержки и ИТ-сервиса;
- скорость обмена информацией;
- гибкость и адаптивность информационной инфраструктуры.

Оценка информационной эффективности организации с помощью математического моделирования позволяет систематизировать процесс оценки, сделать его более точным и объективным. Математическое моделирование в данном контексте включает в себя разработку и применение моделей, которые описывают и анализируют взаимосвязи между различными аспектами информационной эффективности.

В системе математических моделей для оценки эффективности можно выделить модели взвешенных оценок, использование регрессионного анализа для установления зависимостей между факторами информационной эффективности и ключевыми показателями деятельности организации, а также для более сложного анализа можно использовать системы линейных уравнений, которые учитывают взаимосвязи между различными информационными процессами и их влияние на общую эффективность и др.

Математическое моделирование позволяет провести более глубокий и структурированный анализ информационной эффективности организации, выявить ключевые зависимости и разработать оптимальные стратегии для повышения эффективности.

В качестве подхода для определения информационной эффективности организации на основе оценки ее информационных процессов, интеграции, информатизации и других аспектов предлагается достаточно распространенная модель взвешенных оце-

нок на основе факторного подхода, который основан на суммировании средневзвешенных оценок совокупности факторов, влияю-

щих на показатель эффективности. Индекс информационной эффективности рассчитывается по формуле:

$$I_{IT} = \sum_{i=1}^n a_i \times w_i,$$

где I_{IT} – суммарная взвешенная оценка, интегральный показатель информационной эффективности;

a_i – средняя балльная оценка состояния i -го фактора;

w_i – вес (значимость) i -го фактора.

На первом этапе оценки определяется набор факторов, которые служат основой для оценки информационной эффективности организации. Ключевые из них представлены в таблице.

Таблица

Ключевые факторы информационной эффективности организации

Факторы	Описание и направления действия факторов
1. Уровень автоматизации процессов	Фактор оценивает степень автоматизации ключевых бухгалтерских и других бизнес-процессов в организации (учет, отчетность, расчеты). Включает использование программного обеспечения и технологий для выполнения рутинных задач без участия человека. Высокий уровень автоматизации повышает эффективность, снижает трудозатраты и вероятность ошибок
2. Качество и полнота данных в учете и управлении	Оценивается качество данных, которыми располагает организация, включая их точность, актуальность, и полноту. Также важно, насколько хорошо данные интегрированы и доступны для анализа. Высокое качество данных критично для принятия обоснованных решений
3. Скорость обмена информацией	Оценивается, насколько быстро и эффективно информация передается между различными системами, отделами и сотрудниками организации. Высокая скорость обмена информацией обеспечивает оперативность и синхронизацию действий внутри организации
4. Уровень интеграции информационных систем бухгалтерского и управленческого учета	Фактор определяет степень взаимосвязанности различных информационных систем внутри организации. Связь между бухгалтерскими и управленческими системами для бесшовного обмена данными. Хорошая интеграция позволяет системам обмениваться данными без сбоев, что повышает общую эффективность и снижает затраты
5. Надежность и безопасность	Оценка включает устойчивость информационных систем к сбоям, авариям, а также их способность обеспечивать защиту данных от несанкционированного доступа и кибератак. Высокая надежность и безопасность критичны для поддержания непрерывности бизнеса и защиты конфиденциальной информации
6. Уровень подготовки и квалификации персонала	Оценивается уровень знаний и навыков сотрудников в использовании ИТ и систем, способность сотрудников эффективно работать с бухгалтерскими программами. Включает также регулярность и качество их обучения. Квалифицированный персонал способен эффективно использовать информационные ресурсы и легко адаптироваться к новым технологиям

Окончание табл.

Факторы	Описание и направления действия факторов
7. Гибкость и адаптивность информационной инфраструктуры	Оценивается способность ИТ-инфраструктуры адаптироваться к изменениям в бизнесе, включая внедрение новых технологий, изменение масштабов бизнеса или модернизацию существующих систем. Гибкая инфраструктура позволяет организации быстро реагировать на изменения и сохранять конкурентоспособность
8. Соответствие ИТ современным требованиям	Фактор оценивает, насколько используемые ИТ соответствуют современным стандартам и требованиям отрасли. Включает использование актуальных программных решений, оборудования и методов работы. Соответствие современным требованиям помогает организации оставаться конкурентоспособной
9. Уровень цифровой трансформации	Оценивается, насколько глубоко и успешно организация интегрировала цифровые технологии в свою деятельность. Включает использование цифровых инструментов для автоматизации учета и анализа, улучшения процессов взаимодействия с клиентами и оптимизации бизнес-моделей. Высокий уровень цифровой трансформации свидетельствует о способности организации эффективно использовать современные технологии для достижения своих целей
10. Уровень информационного взаимодействия между подразделениями	Оценка того, насколько эффективно информационные системы разных отделов организации обмениваются данными и поддерживают общие бизнес-процессы
11. Скорость внедрения новых технологий	Способность организации быстро адаптироваться к новым ИТ и интегрировать их в существующую инфраструктуру. Оценка скорости интеграции новых ИТ-решений в учет и управление
12. Уровень использования облачных технологий	Оценка того, насколько широко и эффективно организация использует облачные решения для хранения, обработки и обмена данными. Эффективность использования облачных решений для учета и отчетности
13. Качество технической поддержки и ИТ-сервиса	Оценка уровня обслуживания и поддержки информационных систем, включая скорость и качество решения проблем в области информатизации
14. Уровень автоматизации отчетности и аналитики	Степень автоматизации процессов создания финансовых и управленческих отчетов и аналитики, включая возможность использования данных в реальном времени для принятия решений
15. Уровень соответствия нормативным требованиям и стандартам	Оценка того, насколько информационные системы организации соответствуют действующим законодательным нормам, стандартам безопасности и отраслевым регламентам

На втором шаге расчета дается экспертичная оценка выявленным факторам. Экспертным путем по 5-балльной шкале оценивается каждый фактор (a_i), где «0» – «неприемлемо», «4» – «высокая эффективность».

На третьем шаге осуществляется оценка значимости факторов. Определяет-

ся вес (значимость) каждого фактора (w_i) по 5-балльной шкале, где «0» – «не имеет значения», «4» – «значение существенное». При этом сумма всех весовых коэффициентов ($\sum w_i$) при $n=15$ должна составлять 25 баллов.

Расчет взвешенной оценки факторов выполняется путем вычисления произведе-

ния оценки состояния и степени значимости каждого фактора ($a_i \times w_i$) с заполнением результата в столбце «Взвешенная оценка фактора».

На последнем шаге вычислений выполняется расчет суммарной взвешенной оценки. Путем сложения всех взвешенных оценок факторов определяется общая суммарная взвешенная оценка информационной эффективности (ИТ).

Значение индекса потенциально может достигнуть 100 пунктов. Если индекс меньше 41, то информационную эффективность организации можно признать неудовлетворительной. В динамике информационная эффективность как следствие реализации информационного потенциала должна стремиться к максимуму.

Связь индекса информационной эффективности (ИТ) с традиционными показателями эффективности организации может быть описана через математические зависимости:

$ROA = f(I_{IT})$, $ROI = g(I_{IT})$, $C = h(I_{IT})$, $P = j(I_{IT})$,
где ИТ – индекс информационной эффективности; ROA – рентабельность активов; ROI – рентабельность инвестиций; С – операционные издержки; Р – производительность труда.

Функции f , g , h , j описывают зависимости между информационной эффективностью и традиционными показателями. Например, при росте ИТ происходит снижение издержек (С) за счет автоматизации и повышения производительности (Р), что положительно влияет на рентабельность ROA и ROI.

Для более комплексного описания зависимости индекса информационной эффективности (ИТ) и экономических показателей организации можно использовать систему линейных уравнений с коэффициентами влияния каждого фактора:

$$ROA = a_1 \times I_{IT} + b_1 \times P - c_1 \times C,$$

$$ROI = a_2 \times I_{IT} + b_2 \times P - c_2 \times C,$$

$$C = a_3 \times I_{IT}^{-1} + b_3 \times P^{-1}.$$

где a_1 , a_2 , a_3 и другие коэффициенты отражают влияние каждого компонента на рентабельность и операционные издержки. Например, при росте I_{IT} операционные издержки уменьшаются (I_{IT}^{-1}), что позитивно сказывается на рентабельности ROA и ROI.

Завершающим этапом оценки является анализ полученных результатов и формулирование выводов. На основе полученных результатов дается характеристика информационной эффективности организации. Определяется, какие факторы оказали наибольшее влияние на итоговую оценку и предлагаются возможные меры по ее повышению.

Предложенная методика расчета индекса информационной эффективности позволяет экспертным путем оценить уровень эффективности использования информационных ресурсов как фактора роста экономической эффективности организации. Достоинством данного подхода является относительная простота расчетов и упрощенный способ получения исходных данных. Расчет и мониторинг этого индекса как важного экономического показателя приводят к следующим значимым результатам и решают ряд существенных задач:

1. На основе оптимизации процессов оказывается влияние на производительность и уровень издержек. Так, высокий уровень информационной эффективности способствует автоматизации и оптимизации бизнес-процессов, что, в свою очередь, ведет к снижению операционных затрат и увеличению производительности труда. Эффективное управление информацией снижает потребность в ручной обработке данных, уменьшает количество ошибок, что в конечном итоге сокращает операционные издержки.

2. Увеличение прибыли и повышение конкурентоспособности за счет повышения скорости и качества учета и принятия решений. Быстрая и более точная обработка информации позволяет принимать более обоснованные и оперативные решения, что напрямую влияет на способность органи-

зации эффективно реагировать на изменения рынка и потребности заказчиков. Повышение информационной эффективности приводит к улучшению взаимодействия с заказчиками, повышая их лояльность, что в свою очередь приводит к росту продаж и прибыли.

3. Повышение эффективности управления рисками за счет снижения операционных рисков и соответствия нормативным требованиям. Надежные и безопасные информационные системы минимизируют риски потери данных, сбоев и кибератак, что снижает финансовые потери и репутационные риски. Эффективное управление информацией помогает организации соблюдать нормативные требования, что снижает риски штрафов и других юридических и налоговых санкций.

4. Повышается инвестиционная привлекательность организации. Организации с высокими показателями информационной эффективности могут привлекать больше инвестиций, так как воспринимаются как более надежные, с высокими стандартами управления и способные к устойчивому росту. Высокая информационная эффективность может повысить оценку стоимости компании, так как она свидетельствует о способности компании эффективно использовать свои ресурсы для достижения стратегических целей.

5. Оказывается влияние на другие экономические показатели. Информационная эффективность влияет на показатели рентабельности инвестиций (ROI) и активов (ROA), так как улучшает общую управляемость и экономическую устойчивость организации.

Таким образом, в системе экономических показателей эффективности организации индекс информационной эффективности позволяет отразить степень оптимального использования информационных ресурсов, способность организации минимизировать издержки, управлять рисками и обеспечивать устойчивый рост прибыли.

Выводы и заключение. В работе дано понятие информационной эффективности организации, выявлены и классифицированы определяющие ее ключевые факторы. Аргументирована необходимость оценки эффективности использования ИТ в учете и управлении как важнейшего фактора производства современной организации. Систематизированы методы и подходы для ее оценки, а также описана роль математического моделирования в этом процессе. Определены исходные данные и источники информации, необходимые для проведения оценки. Предложен метод количественной оценки эффективности использования информационных технологий в учете и управлении на основе расчета индекса информационной эффективности организации. Данный инструментарий в системе экономических показателей эффективности организации позволяет отразить степень оптимального использования информационных ресурсов, способность организации минимизировать издержки, управлять рисками и обеспечивать устойчивый рост прибыли. Результаты исследования могут быть использованы для разработки мер по повышению эффективности использования информационных ресурсов и обоснования инвестиций в информационную инфраструктуру организации.

Список литературы

1. Чайковский, Д. В. Проблемы инвестиционной активности в информатизации / Д. В. Чайковский // Региональная экономика: теория и практика. – 2005. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-investitsionnoy-aktivnosti-v-informatizatsii>. – Текст : электронный.
2. Кильдюшевский, М. В. Повышение экономической эффективности производства под воздействием информационных ресурсов : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук : 08.00.01 /

Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2005. – 22 с. – Текст : непосредственный.

3. **Ван Лой, А.** Измерение эффективности бизнес-процессов : структурированный обзор литературы по индикаторам, показателям и параметрам / А. Ван Лой, А. Шафагатова. – SpringerPlus 5, 1797 (2016). – URL: <https://doi.org/10.1186/s40064-016-3498-1>. – Текст : электронный.

4. **Куенг, П.** (2000) Система измерения производительности процессов: инструмент поддержки организаций, ориентированных на процессы. Общее управление качеством 11 (1): 67-85. – URL: <https://doi.org/10.1080/0954412007035>. – Текст : электронный.

5. **Федорова, Е. А.** Методология оценки изменения информационной эффективности фондового рынка / Е. А. Федорова, Е. В. Гиленко. – Текст : непосредственный. // Финансы и кредит. – 2008. – № 33(321). – С. 32–40. – EDN JKLBET.

6. **Ефимов, К. С.** Проблема оценки информационной эффективности в деятельности промышленного предприятия / К. С. Ефимов, Е. А. Хачатуров // Успехи в химии и химической технологии. – 2012. № 8 (137). – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-otsenki-informatsionnoy-effektivnosti-v-deyatelnosti>

promyshlennogo-predpriyatiya. – Текст : электронный.

7. **Хаббард, Дуглас.** Как измерить все, что угодно : оценка стоимости нематериального в бизнесе / Дуглас Хаббард ; пер. с англ. Е. Пестеревой. – Москва : Олимп-Бизнес, 2009. – 297 с. – ISBN 978-5-9693-0163-4. – Текст : непосредственный.

8. **Васильева, Е. В.** Методы экспертных оценок в прикладной информационной экономике для обоснования преимуществ информационных систем и технологий / Е. В. Васильев, Е. А. Деева. – Текст : непосредственный // Мир новой экономики. – 2017. – № 4.

9. **Буянова, Л. Н.** Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов в сфере информатизации бизнеса : учебное пособие / Л. Н. Буянова, И. И. Мальцева. – Санкт-Петербург : СПГУВК, 2008. – 160 с. – Текст : непосредственный.

10. **Мустакаева, Е. А.** Факторы экономического эффекта от внедрения информационного проекта по планированию мощности генерирующей организации / Е. А. Мустакаев, М. К. Садовский // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – № 4(107). – С. 182–193. – URL: <https://doi.org/10.21295/2223-5639-2024-4-182-193>. – Текст : электронный.

Mustakaeva E.A.

Admiral Makarov State University of Maritime and Inland Shipping (St. Petersburg), Ph.D. in Economics, Associate Professor, Chair of Mathematical Modeling and Applied Computer Science

METHODOLOGICAL TOOLS FOR ASSESSMENT OF ECONOMIC EFFICIENCY OF INFORMATION TECHNOLOGY USAGE IN ACCOUNTING AND MANAGEMENT

Abstract. The article focuses on the methodological aspects of assessing the economic efficiency of using information technologies in accounting and management based on the calculation of the informational efficiency index. The purpose of the study is to develop methods for quantitative analysis and assessment of changes in the information efficiency of the organization by means of mathematic modelling. The article gives the definition of information efficiency, classifies the main factors affecting it, and justifies the importance of its assessment. The applicable methods include a systematic approach, economic analysis, expert assessments and modelling, which allow to systematize the evaluation process. The method of the information efficiency index calculation based on the factors approach and the model of weighted assessments is proposed as the main tool. This index allows to evaluate the use of information resources integrally, minimize costs and control risks, which contributes to the organization's sustainable growth. These results will assist in evaluating information processes and making informed decisions regarding the management of the organization's information infrastructure.

Keywords: information efficiency of the organization, information resources, information efficiency index, integration of information systems, measurement of business process efficiency, information infrastructure, mathematical modelling.

References

1. Chaikovskyy, D.V. (2005). Problemy investitsionnoy aktivnosti v informatizatsii [Problems of investment activity in informatization]. Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika [Regional Economy: Theory and Practice]. 6. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-investitsionnoy-aktivnosti-v-informatizatsii>.
2. Kildyushevsky, M.V. (2005). Povysheniye ekonomiceskoy effektivnosti proizvodstva pod vozdeystviyem informatsionnykh resursov : avtoreferat dis. ... kandidata ekonomiceskikh nauk : 08.00.01 [Improving the economic efficiency of production under the influence of information resources: abstract of dis. ... candidate of economic sciences: 08.00.01]. 08.00.01 Voronezh State University. Voronezh.
3. Van, L., Shafagatova, A. (2016). Izmereniye effektivnosti biznes-protsessov: strukturirovannyy obzor literature po indikatoram, pokazatelyam i parametram [Business process performance measurement: a structured literature review of indicators, measures and metrics]. SpringerPlus 5, 1797. Retrieved from : <https://doi.org/10.1186/s40064-016-3498-1>.
4. Kueng, P. (2000). Process performance measurement system: A tool to support process-based organizations. Total Quality Management. 11(1), 67–85. Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/0954412007035>.
5. Fedorova, E.A., Gilenko, E.V. (2008). Metodologiya otsenki izmeneniya informatsionnoy effektivnosti fondovogo rynka [Methodology for assessing changes in the information efficiency of the stock market]. Finansy i kredit [Finance and Credit]. 33(321), 32-40. EDN JKLBET.

6. Efimov, K.S., Khachaturov, E.A. (2012). Problema otsenki informatsionnoy effektivnosti v deyatel'nosti promyshlennogo predpriyatiya [The problem of assessing the information efficiency in the activities of an industrial enterprise]. Uspekhi v khimii i khimicheskoy tekhnologii [Advances in Chemistry and Chemical Technology]. 8 (137). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-otsenki-informatsionnoy-effektivnosti-v-deyatelnosti-promyshlennogo-predpriyatiya>.
7. Hubbard, Douglas W. (2007). Kak izmerit' vse, chto ugodno : otsenka stoimosti nematerial'nogo v biznese [How to measure anything. Finding the Value of "Intangibles" in Business]. Wiley, 978-0-470-11012-6.
8. Vasilieva, E.V., Deeva, E.A. (2017). Metody ekspertnykh otsenok v prikladnoy informatsionnoy ekonomike dlya obosnovaniya preimushchestv informatsionnykh sistem i tekhnologiy [Methods of expert assessments in applied information economics to substantiate the advantages of information systems and technologies]. Mir novoy ekonomiki [The World of the New Economy]. 4.
9. Buyanova, L.N., Maltseva, I.I. (2008). Ocenka ekonomicheskoj effektivnosti investicionnyh proektor v sfere informatizacii biznesa: ucheb. posobie [Assessment of the economic efficiency of investment projects in the field of business informatization: textbook]. SPb: SPGUWC.
10. Mustakaeva, E.A., Sadovskiy, M.K. (2024). Faktory ekonomiceskogo effekta ot vnedreniya informatsionnogo proyekta po planirovaniyu moshchnosti generiruyushchey organizatsii [Factors of economic effect from implementation of information project on planning of generating organization capacity]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4(107), 182-193. DOI: <https://doi.org/10.21295/2223-5639-2024-4-182-193>.

e-mail: e@mustakaeva.ru

Башкирцева С.А.

Казанский филиал ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»,
канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СЕТЕЙ

Аннотация. Согласно современным научным исследованиям перспективной формой развития промышленности является инновационная сеть, объединяющая всех участников цепи поставок в единую систему посредством применения современных информационных технологий. Преимуществами такой организации предприятий является оптимизация ресурсных и финансовых потоков за счет сквозного информационного управления всеми элементами системы. Результатом сетевого взаимодействия является диффузия инноваций, распространение знаний и технологий, способствующих получению синергетического эффекта и ускорению процессов обеспечения технологического суверенитета страны. Однако в отечественной теории и практике недостаточно активно используются преимущества инновационных сетей в промышленности, в связи с чем актуализируется задача формирования теоретического и методического задела для определения показателей, характеризующих основные тренды и перспективы развития сетевого взаимодействия. Целью статьи является систематизация показателей эффективности функционирования инновационных сетей в промышленности в условиях цифровизации. Для достижения поставленной цели в статье решены следующие задачи: приведен обзор отечественных исследований, посвященных изучению инновационных сетей в промышленности; определены проблемы и обоснована актуальность выбранной тематики исследования; определен круг показателей оценки цифрового развития отечественной промышленности; приведена оценка состояния цифрового развития отечественной промышленности в динамике за 2015–2022 гг., определены тренды и перспективы сферы информационно-коммуникационных технологий; систематизированы показатели эффективности функционирования инновационных сетей в промышленности по пяти укрупненным группам. Объектом изучения являются инновационные сети Российской Федерации. Предметом исследования – показатели оценки эффективности инновационных сетей. Полученные результаты могут быть использованы при изучении специфики развития инновационных сетей в условиях цифровизации с целью совершенствования инструментов государственной поддержки инновационно-активных предприятий.

Ключевые слова: показатели эффективности, инновационная сеть, промышленность, затраты на научные исследования, публикационная активность, патентная активность.

Введение. Поиску путей повышения эффективности инновационного развития промышленности посвящено значительное число отечественных научных исследований и публикаций. В работе А.А. Лубниной представлен обзор новых технологий и программных продуктов в области повышения

шения экологической эффективности и безопасности нефтегазохимического комплекса России, направленных на оптимизацию производственных процессов и сокращение вредных и опасных условий труда [1]. В исследовании А.И. Шинкевича и С.С. Кудрявцевой предложен инновационный механизм

опережающей подготовки кадров для промышленных предприятий, направленный на обеспечение профессиональной адаптации студентов ФГБОУ ВО «КНИТУ» [2].

Значительно в меньшей степени в научных исследованиях отражены проблемы, тенденции и перспективы развития инновационных сетей (далее ИС) в реальном секторе экономики. Л.Ю. Титовым определены цели, задачи и принципы организации ИС в российской промышленности, а также предложены стратегии их государственной поддержки [3]. И.А. Зарайченко в статье, посвященной изучению перспективных организационных структур производств композиционных материалов, дает развернутое определение ИС, под которыми понимает следующее «полицентрированное множество независимых субъектов инновационной деятельности, объединенных коммуникационными связями и ресурсными потоками, обеспечивающее посредством обмена ресурсами трансфер технологий и/или диффузию инноваций, способствующее возникновению сетевого эффекта как следствия экономического эффекта увеличивающейся отдачи» [4]. Т.Д. Бадараев, С.А. Чернов и А.О. Дайкер дают обоснование перспективности распространения инновационных сетей в качестве эффективного инструмента инновационного развития отечественной промышленности [5, 6].

В рамках данного исследования под инновационной сетью предлагаем понимать совокупность элементов экономической системы, интегрирующую все этапы глобальной цепи поставок производства инновационной продукции посредством инструментов цифровой трансформации и создания кроссфункциональных производственных систем, направленную на повышение экологической эффективности и безопасности, способствующую обеспечению технологического суверенитета страны. Преимуществами такой организации предприятий является оптимизация ресурсных и финансовых потоков за счет сквозного информационного управления всеми элементами системы.

Обзор отечественной литературы позволяет сделать вывод о том, что инновационные сети являются перспективным инструментом развития экономики и промышленности, однако в литературе слабо освещена методология оценки их эффективности, отсутствует систематизация показателей, отражающих состояние и перспективы развития, что обуславливает актуальность выбранной темы исследования.

Методы исследования. Целью статьи является систематизация показателей эффективности функционирования ИС в промышленности в условиях цифровизации посредством решения следующих задач:

- 1) приведен обзор отечественных исследований, посвященных изучению инновационных сетей в промышленности, определены проблемы и обоснована актуальность выбранной тематики исследования;
- 2) определен круг показателей оценки цифрового развития отечественной промышленности;
- 3) приведена оценка состояния цифрового развития отечественной промышленности в динамике за 2015–2022 гг., определены тренды и перспективы сферы информационно-коммуникационных технологий;
- 4) систематизированы показатели эффективности функционирования инновационных сетей в промышленности по пяти укрупненным группам.

Эмпирическую базу данного исследования представляют статистические обзоры НИУ ВШЭ за 2015–2023 гг. [7].

Результаты исследования. Поскольку развитие инновационных сетей в современных условиях диктует необходимость опережающего внедрения современных информационных технологий, рассмотрим состояние цифровой трансформации отечественной промышленности в 2015–2022 гг.

Государственная политика ориентирована на внедрение цифровых технологий во все сферы деятельности, что требует се-

рьезных финансовых затрат. По данным Министерства цифрового развития РФ, в 2022 г. на национальный проект «Цифровая экономика» затрачено 81,9 млрд руб., что составляет 7,6 % расходов в ВВП, что на 0,1% ниже уровня 2021 г. и на 0,6% ниже уровня 2015 г. В 2022 г. удельный вес внутренних расходов на НИР по информационно-коммуникационным технологиям (далее ИКТ) составил

2,1% от общего объема расходов на НИР, что на 0,1% ниже уровня 2021 г. (рис. 1).

Снижение удельного веса расходов на цифровую экономику в ВВП и неисполнение бюджета, а также снижение удельного веса внутренних расходов на НИР по ИКТ связаны с санкционными ограничениями поставок оборудования и программного обеспечения.

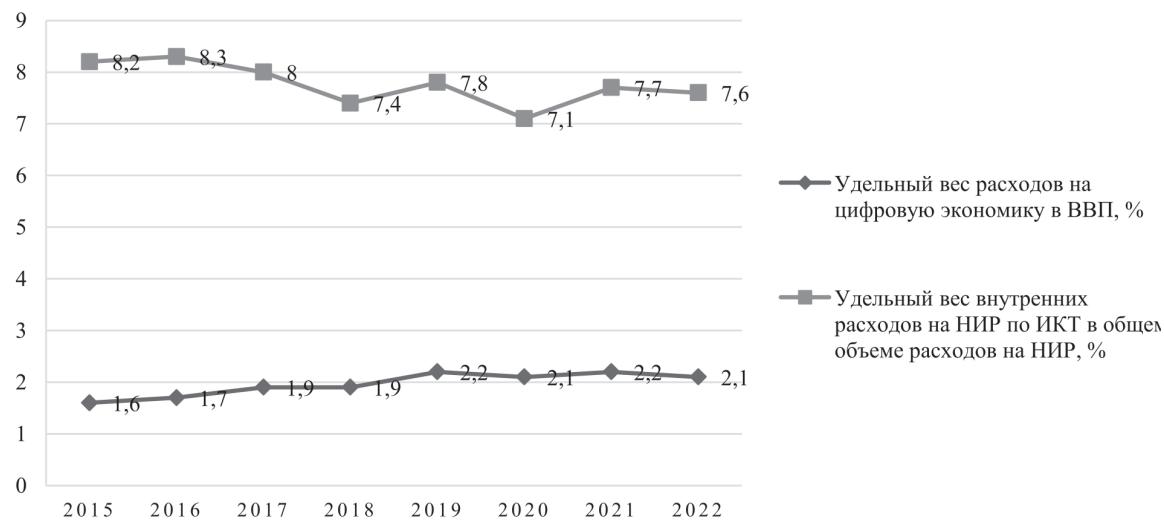


Рис. 1. Динамика расходов на цифровую экономику в России в 2015–2022 гг.

Приоритетным направлением развития промышленности является выпуск современной высокотехнологичной конкурентоспособной продукции, в связи с чем рассмотрим динамику показателей инновационного развития сектора ИКТ в 2015–2022 гг. Доля инновационных товаров и услуг в 2022 г. составила 13,9% от общего объема товаров и услуг сектора ИКТ, что на 0,6% ниже показателя 2021 г., что обусловлено нарушением логистических цепочек в отношении комплектующих и необходимости налаживания импортозамещающих производств. На фоне снижения производства инновационных услуг в последние годы отмечается значительный рост уровня инновационной активности организаций ИКТ. Так, в 2022 г. 10,8% организаций сферы ИКТ осуществляли технологические, организационные и маркетинговые обновления, что на 1,1% выше уровня 2021 г. и на 5% выше показателя 2015 г. Данный по-

зитивный тренд говорит о повышении активности организаций рассматриваемого сектора экономики, что позволит обеспечить более качественную цифровую трансформацию всей промышленности в целом (рис. 2).

Важнейшим элементом популяризации научного знания является публикация статей в отечественных и зарубежных журналах. В 2022 г. российскими учеными в области ИКТ опубликовано 16,4 тыс. статей в изданиях, индексируемых в базе данных SCOPUS, что на 12% ниже уровня 2020 г. (максимальная публикационная активность за рассматриваемый период времени), следовательно, сократился и удельный вес российских публикаций в общемировом числе с 3,35% в 2020 г., до 2,47% в 2022 г. Данное снижение также обусловлено введением санкционных ограничений, что усложнило процедуру публикаций и оплаты статей в зарубежных высокорейтинговых журналах.

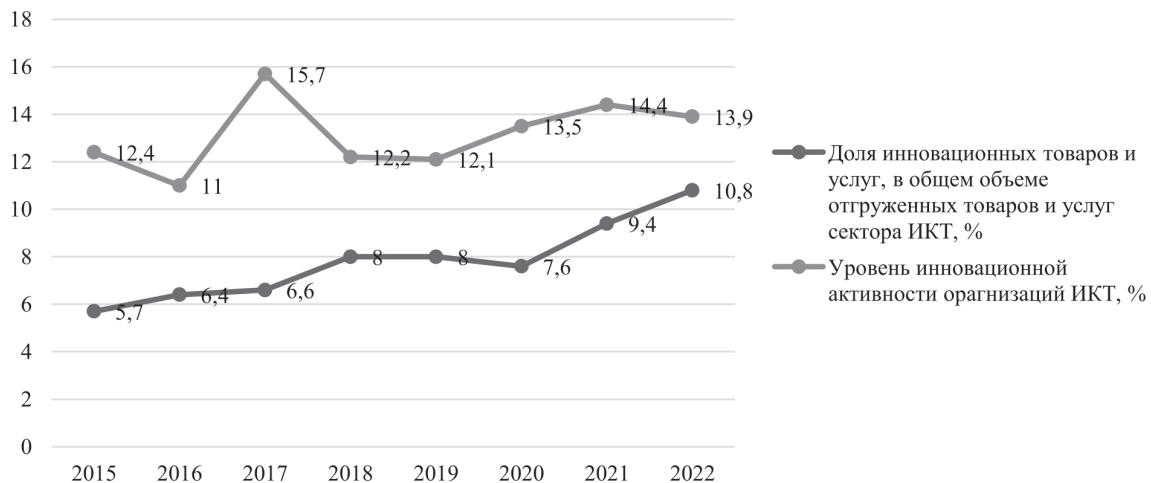


Рис. 2. Динамика инновационной активности организаций ИКТ в России в 2015–2022 гг.

По аналогичной причине в последние годы наблюдается снижение патентной активности. Так, в 2022 г. по сравнению с 2020 г. на 20 % сократилось число патентных заявок в области ИКТ и составило 2161

ед. При этом удельный вес российских патентных заявок составило 0,23% в общемировом числе заявок в области ИКТ, что на 0,07% ниже уровня 2020 г. (рис. 3).

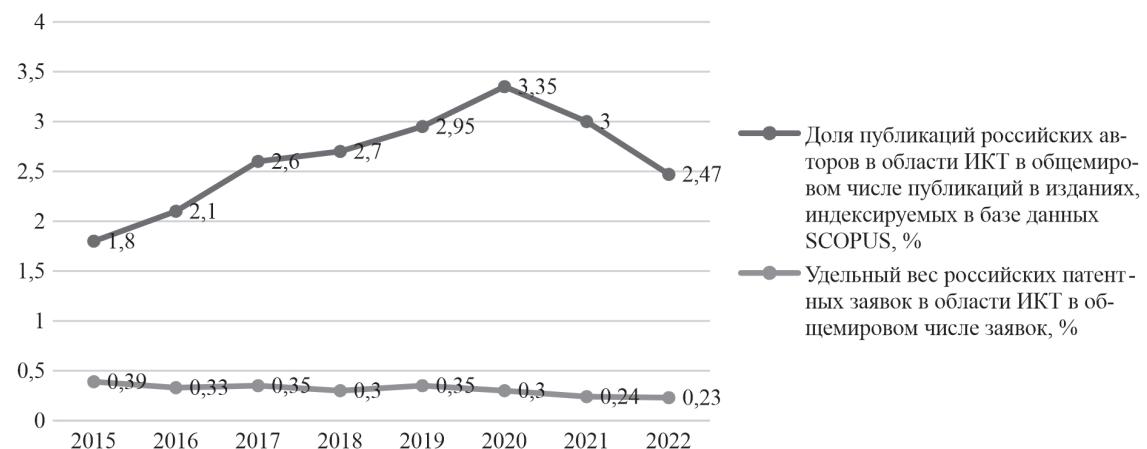


Рис. 3. Динамика показателей публикационной и патентной активности в области ИКТ в России в 2015–2022 гг.

Опережающая подготовка кадров необходимой квалификации является основной цифровой трансформации отечественной промышленности. Рассмотрим структуру распределения обучающихся по образовательным программам среднего профессионального образования (далее СПО) по укрупненным группам специальностей в сфере ИКТ в 2022/2023 гг. Наиболее популярной программой является

информатика, которую выбирают 68,9% обучающихся; далее машиностроение – 8,8%; электроника и радиотехника – 7,9%; информационная безопасность – 6,6%; управление в технических системах – 4,9%; прикладная геология, нефтегазовое дело – 1,2%; экранные искусства – 0,9%; фотоника, оптические технологии – 0,8% (рис. 4).



Рис. 4. Структура распределения обучающихся по программам СПО по укрупненным группам специальностей в области ИКТ в 2022/2023 гг., тыс. чел.

В структуре распределения специалистов высшей квалификации, занятых в сфере ИКТ, преобладают разработчики программных продуктов и аналитики – 51,3%, за ними по популярности инженеры баз данных – 27,7%, инженеры-электрони-

ки – 10,1%, специалисты по телекоммуникациям – 6,1%, графические дизайнеры – 3%, менеджеры по реализации ИКТ – 1,2%, преподаватели по информатике – 0,7% (рис. 5).



Рис. 5. Структура распределения обучающихся по программам СПО по укрупненным группам специальностей в области ИКТ в 2022/2023 гг., тыс. чел.

Проанализировав тенденции и тренды развития цифровой экономики России, систематизируем показатели эффективности функционирования ИС в промышленности в условиях цифровой трансформации. На наш взгляд, оценка эффективности представляет собой комплексный всесторонний анализ определенного набора показателей, характери-

зующих деятельность объекта исследования, направленных на формирование целей и задач стратегического развития. В рамках данного исследования анализ эффективности функционирования ИС структурирован по пяти укрупненным группам в соответствии с приоритетными направлениями развития (табл.).

**Показатели эффективности функционирования ИС в промышленности
в условиях цифровой трансформации**

Наименование группы показателей	Показатели оценки эффективности
Диагностика производственной и экономической эффективности деятельности организаций ИС	<ol style="list-style-type: none"> Объем отгруженных товаров и услуг организациями ИС, млн руб. Добавленная стоимость организаций ИС, млн руб. Сальдированный финансовый результат организаций ИС, млн руб. Рентабельность организаций ИС, % Выручка от реализации товаров и услуг, млн руб.
Диагностика расходов на развитие ИС	<ol style="list-style-type: none"> Расходы из федерального бюджета на цифровизацию ИС, млн руб. Расходы из федерального бюджета на развитие ИС, млн руб. Внутренние расходы на научные исследования и разработки ИС, млн руб. Валовые затраты организаций ИС на цифровизацию, млн руб. Инвестиции в обновление основных фондов, млн руб.
Диагностика инновационной активности организаций ИС	<ol style="list-style-type: none"> Выпуск инновационных товаров и услуг организациями ИС, млн руб. Уровень инновационной активности организаций ИС, % Число разработанных передовых технологий организациями ИС, ед. Удельный вес инновационных товаров и услуг в общем объеме выпуска предприятий ИС, % Число разработанных новейших технологий организациями ИС, ед.
Диагностика патентной и публикационной активности организаций ИС	<ol style="list-style-type: none"> Число публикаций ИС в изданиях, входящих в базу ВАК, ед. Количество патентов организаций ИС, ед. Число публикаций ИС в изданиях, входящих в базу SCOPUS, единиц Удельный вес российских патентов в области ИКТ в общемировом числе заявок, % Доля российских публикаций в области развития инновационных сетей в общемировом числе публикаций, входящих в базу SCOPUS, %
Диагностика показателей подготовки кадров для ИС	<ol style="list-style-type: none"> Число мест в аспирантуре по направлениям подготовки для ИС, ед. Среднемесячная заработная плата работников организаций ИС, руб. Число мест в вузах по направлениям подготовки бакалавров и магистров для ИС, ед. Среднесписочная численность организаций ИС, руб. Число мест в учреждениях СПО по направлениям подготовки специалистов для ИС, ед.

В таблице систематизированы показатели эффективности функционирования ИС в промышленности в условиях цифровой трансформации по пяти группам, характеризующим производственную и экономическую эффективность деятельности организаций ИС, уровень расходов на развитие ИС, инновационную активность, па-

тентную и публикационную активность организаций ИС, качество подготовки кадров для ИС. Сформированный круг показателей позволит получить детальное представление об уровне производственного развития предприятий, формирующих ИС, с акцентом на научно-техническую активность, а также позволит оценить качество подготовки кадров и

возможности потенциальной профессиональной адаптации в рамках полученных специальностей, необходимых для развития ИС.

Комплексная оценка эффективности функционирования ИС позволит выявить негативные тренды и проблемные области цифрового развития данных организаций с целью формирования государственной стратегии поддержки данной сферы.

Выводы и заключение. ИС находят все более широкое распространение как перспективный инструмент развития экономики и промышленности за счет преимуществ формирования глобальных цепей поставок в условиях высокого уровня цифровизации. В статье приведена диагностика состояния цифрового развития отечественной промышленности, определены проблемы и перспективные направления развития. По результатам анализа систематизированы показатели эффективности функционирования ИС в промышленности в условиях цифровой трансформации по пяти укрупненным группам. Результаты исследования могут быть актуальны при изучении специфики развития инновационных сетей в условиях цифровизации с целью совершенствования инструментов государственной поддержки данной перспективной формы организации предприятий.

Список литературы

1. Lubnina, A. A. et al. (2019) Implementing new technologies and program products in the ecologic sphere of oil and gas chemical complexes. Journal of Physics: Conference Series. International Scientific Conference «Conference on Applied Physics, Information Technologies and Engineering - APITECH-2019». Krasnoyarsk Science and Technology City Hall of the Russian Union of Scientific and Engineering Associations; Polytechnical Institute of Siberian Federal University. C. 33091.

2. Шинкевич, А. И. Реализация механизма инновационного лифта студентов казанского национального исследовательского технологического университета (КНИТУ) / А. И. Шинкевич, А. А. Лубнина, С. С. Кудрявцева. – Текст : непосредственный // Экономический вестник Республики Татарстан. – 2013. – № 3. – С. 51–58.

3. Титов, Л. Ю. Принципы формирования инновационных сетей в реальном секторе экономики / Л. Ю. Титов // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 1 (29). – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2391>. – Текст : электронный.

4. Зарайченко, И. А. Инновационные сети, как инструмент повышения инновационного уровня производств композиционных материалов / И. А. Зарайченко. – Текст : непосредственный // Вестник Казанского технологического университета. – 2013. – № 16(3). – С. 248–252.

5. Бадараев, Т. Д. К вопросу о формировании инновационной сети / Т. Д. Бадараев. – Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Экономика. – 2016. – № 2 (34). – С. 203–211.

6. Чернов, С. А. Инновационные сети как новый вид инновационной организации / С. А. Чернов, А. О. Дайкер. – Текст : непосредственный // Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. – 2018. – № 8. – С. 393–400.

7. Индикаторы цифровой экономики: 2024 : статистический сборник / В. Л. Абашкин, Г. И. Абдрахманова, К. О. Вишневский, Л. М. Гохберг [и др.]; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». Москва : ИСИЭЗ ВШЭ, 2024. – 276 с. – Текст : непосредственный.

PERFORMANCE INDICATORS OF INNOVATIVE NETWORKS

Abstract. According to modern scientific research, a promising form of industrial development is an innovative network that unites all participants in the supply chain into a single system using modern information technologies. The advantages of such an organization of enterprises are the optimization of resource and financial flows, due to end-to-end information management of all elements of the system. The result of networking is the diffusion of innovations, the transplantation of knowledge and technologies that contribute to obtaining a synergistic effect and accelerating the processes of ensuring the technological sovereignty of the country. However, in Russian theory and practice, the advantages of innovative networks in industry are not actively used. In this regard, the task of forming a theoretical and methodological foundation for determining indicators characterizing the main trends and prospects for the development of network interaction is being updated. The purpose of the article is to systematize the performance indicators of innovative networks in industry in the context of digitalization. To achieve this goal, the following tasks are solved in the article: an overview of domestic research devoted to the study of innovative networks in industry is given; problems are identified and the relevance of the chosen research topic is justified; a range of indicators for assessing the digital development of domestic industry is determined; The assessment of the state of digital development of the domestic industry in dynamics for 2015-2022 is given, trends and prospects in the field of information and communication technologies are identified; indicators of the effectiveness of the functioning of innovative networks in industry in five enlarged groups are systematized. The object of study is the innovation networks of the Russian Federation. The subject of the study is indicators for evaluating the effectiveness of innovative networks. The results obtained can be used to study the specifics of the development of innovative networks in the context of digitalization in order to improve the tools of state support for innovative enterprises.

Keywords: performance indicators, innovation network, industry, research costs, publication activity, patent activity.

References

1. Lubnina, A.A. et al. (2019). Implementing new technologies and program products in the ecologic sphere of oil and gas chemical complexes. *Journal of Physics: Conference Series*. International Scientific Conference "Conference on Applied Physics, Information Technologies and Engineering - APITECH-2019". Krasnoyarsk Science and Technology City Hall of the Russian Union of Scientific and Engineering Associations; Polytechnical Institute of Siberian Federal University. P. 33091.
2. Shinkevich, A.I., Lubnina, A.A., Kudryavtseva, S.S. (2013). Realizaciya

mexanizma innovacionnogo lifta studentov Kazanskogo naciona`nogo issledovatel`skogo tehnologicheskogo universiteta (KNITU) [Implementation of the mechanism of the innovation lift of students of the Kazan National Research Technological University (KNITU). E`konomicheskij vestnik Respubliki Tatarstan [Economic Bulletin of the Republic of Tatarstan]. 3, 51-58.

3. Titov, L.Yu. (2009). Principy` formirovaniya innovacionny`x setej v real`nom sektore e`konomiki [Principles of formation of innovation networks in the real sector of the economy]. *Problemy` sovremennoj e`konomiki* [Problems of Modern Economy]. 1 (29).

Retrieved from: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2391>.

4. Zarajchenko, I.A. (2013). Innovacionnye seti, kak instrument povysheniya innovacionnogo urovnya proizvodstv kompozicionnyx materialov [Innovative networks as a tool for increasing the innovative level of composite materials production]. *Vestnik Kazanskogo texnologicheskogo universiteta* [Bulletin of the Kazan Technological University]. 16(3), 248–252.

5. Badaraev, T.D. (2016). K voprosu o formirovaniii innovacionnoj seti [On the issue of forming an innovation network]. *Vestnik*

Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. *Ekonomika* [Bulletin of Tomsk State University. Economics]. 2 (34), 203–211.

6. Chernov, S.A., Dajker, A.O. (2018). Innovacionnye seti kak novyj vid innovacionnoj organizacii [Innovative networks as a new type of innovative organization]. *Economics: Yesterday, Today and Tomorrow*. 8, 393-400.

7. Abashkin, V.L. et al. (2024). *Indikatory cifrovoj ekonomiki: 2024: statisticheskij sbornik* [Indicators of the digital economy: 2024: statistical collection]. National Research University Higher School of Economics. M.: ISIE'Z VShE'.

e-mail: b.svetlana2022@yandex.ru

Сутугин А.А.

ЧОУ ВО «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики», аспирант
Елкина О.С.

Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ (г. Санкт-Петербург), д-р экон. наук, доцент,
профессор кафедры безопасности

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЕЙ В КОНТЕКСТЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА: СИСТЕМАТИЗАЦИЯ ФАКТОРОВ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ И ИНСТРУМЕНТЫ ИХ ОЦЕНКИ

Аннотация. Цель исследования – детальная систематизация факторов неопределенности внешней среды, определение актуальных инструментов их оценки для обоснования стратегических решений, способствующих повышению эффективности управления организаций международной торговли на международном рынке.

Методологическую базу исследования составили системно-аналитический, статистический методы, а также результаты актуальных исследований ученых-экономистов, раскрывающих отдельные проблемы систематизации и оценки факторов неопределенности при управлении организацией, занимающейся международной торговлей.

В статье систематизированы общие подходы к определению факторов неопределенности, действующих на организации в международной торговле. Систематизированы актуальные подходы по определению факторов неопределенности исходя из их отраслевого сегментирования. Предложен новый подход к классификации факторов неопределенности на основе причинно-следственной взаимосвязи, который повышает уровень управляемости организации в контексте международного бизнеса на основе квадранта Декарта.

Для повышения точности построения стратегии управления организацией, участвующей в международной торговле, в исследовании выделены основные долгосрочные тенденции развития международной торговли: глобализация, развитие технологий и развитие новых рынков, что позволило систематизировать явления, являющиеся следствием событийных действий с непредсказуемым трендом, и классифицировать факторы неопределенности через категориальное разделение по схеме «предсказуемость причин/следствий». Это позволило в качестве инструмента оценки предсказуемости факторов неопределенности использовать модель квадранта Декарта. Данная методика позволит решать проблемы учета факторов неопределенности при управлении организацией в контексте международного бизнеса.

Ключевые слова: управление организацией, международная торговля, факторы неопределенности.

Введение. Международная торговля играет важную роль в мировой экономике. Она позволяет странам обмениваться товарами и услугами, что способствует много-

мерному развитию экономики. Специфика международной торговли заключается в том, что вследствие определенных особенностей природно-климатических, социаль-

но-экономических, демографических и прочих, бизнес стран фокусируется на производстве определенных товаров или услуг, которые они могут производить более эффективно, чем такие же компании в других странах. Это связано с тем, что открытые рынки позволяют странам специализироваться в производстве тех товаров и услуг, в которых они имеют конкурентные преимущества, где они выигрывают за счет разницы национальных и интернациональных издержек производства. Все это приводит к повышению эффективности деятельности и сокращению издержек производства. А это, в свою очередь, стимулирует рост валового внутреннего продукта и создание новых рабочих мест в рамках национальной экономики. Вследствие этого международная торговля способствует снижению бедности и неравенства, способствует экономическому росту и увеличению производительности. Она позволяет странам с различными уровнями развития обмениваться товарами и услугами, что способствует улучшению уровня жизни населения. Это особенно

важно для развивающихся стран, которые могут использовать экспорт как инструмент для улучшения своего экономического положения.

Исходя из акцента на обмен, торговля может способствовать более эффективному распределению ресурсов и улучшению доступа к различным товарам. Экспорт позволяет компаниям расширять свою клиентскую базу за пределами национальных границ, что способствует увеличению объема продаж и повышению доходов. Это также способствует передаче технологий и инноваций между странами, а также обмену знаниями и опытом, что способствует повышению уровня технического прогресса и инноваций в целом в мировой экономике.

В последние годы наблюдается восстановление роста международной торговли. В 2019 году общий объем мировой торговли достиг рекордного уровня в 36,3 трлн долларов, что на 2,9% больше, чем в 2018 году. При этом в 2020 году из-за пандемии COVID-19 объем мировой торговли сократился на 5,3% [1].

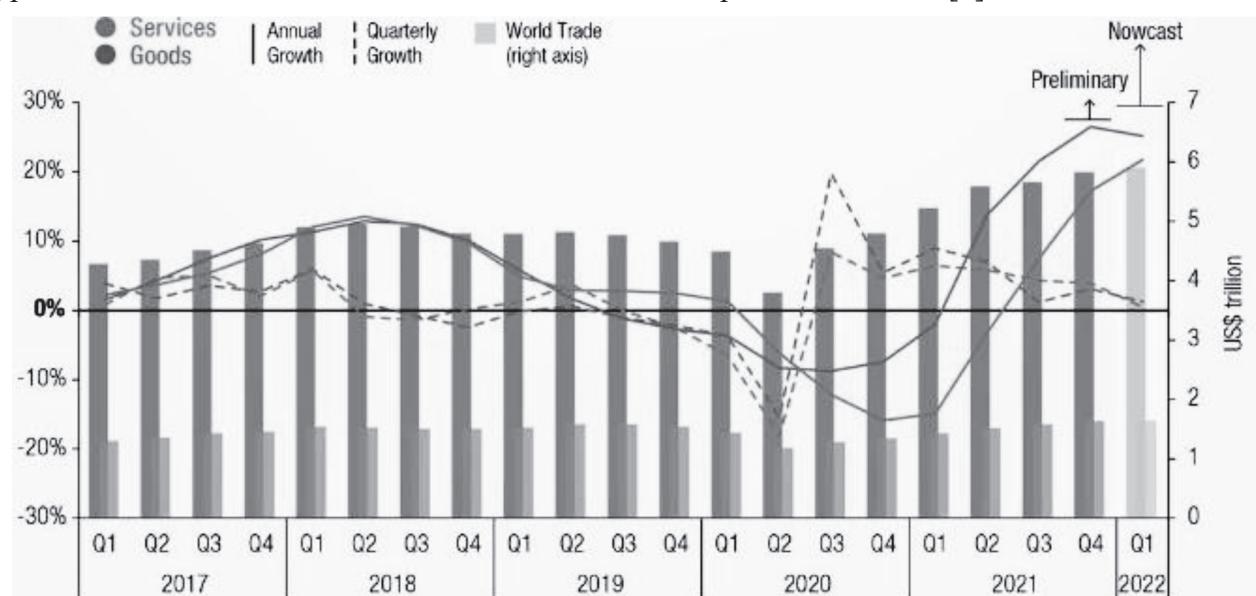


Рис. 1. Тенденции в международной торговле, 2017–2022 гг. (UNCTAD)*

*Составлено по: [1].

В наши дни мировая экономика и международный бизнес сталкиваются с рядом вызовов, таких как экономические кризисы, политические конфликты, климатиче-

ские проблемы, технологические изменения и др. Неравномерность динамики развития международного бизнеса также свидетельствует о том, что ее развитие зависит от

многих факторов. Все эти факторы могут увеличивать степень неопределенности и создавать сложности управления компаниями, действованными в международной торговле. Рост уровня неопределенности может привести к серьезным финансовым потерям и потере конкурентоспособности компаний, занимающихся международной торговлей.

Поэтому представляется актуальным исследование факторов неопределенности, влияющих на мировую экономику и международный бизнес, для последующей выработки эффективных стратегий управления организациями, действованными в международных экономических взаимоотношениях. Эти знания будут способствовать выбору правильных методов и средств обеспечения устойчивости развития и функционирования организаций в условиях изменяющейся среды. Проблема усиления факторов неопределенности в мировой торговле порождает необходимость разработки для компаний стратегий управления рисками и адаптации к быстро меняющимся условиям.

Поэтому цель исследования заключается в детальной систематизации факторов неопределенности внешней среды, определении актуальных инструментов их оценки для обоснования стратегических решений, способствующих повышению эффективности управления организаций международной торговли на международном рынке.

Для достижения данной цели необходимо выполнить следующие задачи: систематизировать общие подходы к классификации факторов неопределенности в международной торговле; определить факторы, усиливающие неопределенность в современных условиях, и их классифицировать, определить актуальные инструменты оценки факторов неопределенности, с помощью которых можно повысить эффективность управления в организациях на международном рынке.

Гипотеза исследования предполагает, что необходима и возможна выработка более

точных подходов к классификации факторов неопределенности, что позволит компании использовать более эффективные подходы учета рисков и адаптации к изменениям на мировых рынках.

Проведенное исследование позволило получить следующие результаты. В данной работе были исследованы факторы неопределенности и инструменты их оценки для решения значимой и актуальной проблемы: совершенствования управления организацией международной торговли в нестабильной внешней среде. Деятельность современной организации, являющейся субъектом международного бизнеса, характеризуется высокой степенью суммарной неопределенности исходя из большого количества действованных факторов, а также количества вовлеченных экономических агентов и стейкхолдеров и цифровизации процессов. С 2024 года к факторам, усиливающим неопределенность, добавились: военные конфликты, существенное изменение логистики, увеличение доли цифровой экономики, формирование макрорегионов и перенос центра тяжести в Азиатско-тихоокеанский регион.

Признанные методы исследования этих факторов обладают низкой точностью прогнозирования рыночных тенденций, что не позволяет разрабатывать эффективные стратегии по управлению организацией, участвующей в международной торговле. А для компаний в сфере международной торговли необходимы актуальные и адекватные методики выявления, оценки классификации факторов неопределенности для обеспечения успешной экономической деятельности.

Для повышения точности построения стратегий в нашем исследовании были выделены основные долгосрочные тенденции развития международной торговли: глобализация, развитие технологий и развитие новых рынков, что позволило систематизировать явления, являющиеся следствием событийных действий с непредсказуемым

трендом, и классифицировать факторы неопределенности через категориальное разделение по схеме «предсказуемость причин/следствий». Это позволило в качестве инструмента оценки предсказуемости факторов неопределенности использовать модель квадранта Декарта. Данная методика позволит решать проблемы учета факторов неопределенности при управлении организацией, участвующей в международной торговле.

Методы исследования. Для понимания факторов неопределенности мировой торговли и их влияния на международную деятельность компаний представляется целесообразным провести обзор подходов стратегирования и анализа рисков. Был проведен сравнительный анализ распространенных методик стратегирования как инструмента преодоления неопределенностей с описанием их сущностных особенностей и недостатков.

Для исследования факторов неопределенности мировой торговли, влияющих на компании, были применены методы анализа данных, в том числе: анализ экономических показателей и статистических данных о мировой торговле.

Для описания проблематики исследования была выбрана причинно-следственная связь компонентов при изучении феномена неопределенности, что позволило общелогическими методами анализа и синтеза определить степень влияния факторов неопределенности, категоризировать их по сходным признакам как в причинности, так и по анализу последствий.

Предложенные классификации факторов неопределенности предполагают последующий подбор соответствующих инструментов по их идентификации и анализу. Каждый из выделенных факторов предполагает наличие индивидуальной стратегии преодоления негативных эффектов от неопределенности и использования возникающих позитивных эффектов, которые можно использовать для целей организации, задействованной в системе мировой торговли.

Такая постановка вопроса открывает новые подходы к разработке более эффективных методов и средств управления организацией, функционирующей в сфере мировой торговли, поскольку способствует преодолению неопределенности и повышению эффективности деятельности.

В статье представлен новый подход по новой классификации факторов неопределенностей, предполагающий использование аспектов причинно-следственных взаимосвязи, с выработкой соответствующих превентивных мер компаний в сфере международной торговли для обеспечения устойчивости деятельности.

Результаты исследования.

1. Факторы неопределенности в международной торговле

Международная торговля является важным элементом мировой экономики и способствует развитию и росту различных стран. Она включает в себя экспорт и импорт товаров/услуг, классифицированных по различным категориям, видам транспорта, видам торговли, видам товаров/услуг.

В период с 2010 по 2020 год мировой ВВП [2], а также объем мировой торговли увеличились на 35%, что означает средний годовой прирост на уровне примерно 3,5%. При этом за последние 10 лет международная торговля претерпела значительные изменения. В период с 2010 по 2014 год наблюдался стабильный рост, но затем, начиная с 2015 года, произошел спад, связанный с экономическим кризисом и политическими изменениями [2].

В последние годы мировая торговля сталкивается с беспрецедентным уровнем неопределенности, вызванной различными факторами, такими как изменения в глобальной экономической политике, технологические достижения, изменения в потребительских предпочтениях и экологические проблемы. Неопределенность может проявляться по-разному, включая колебания обменных курсов валют, изменения в торговых соглашениях, сбои в цепочках поставок и т.д.

Для более комплексного понимания проблемы неопределенности в рамках мировой торговли необходимо учитывать гибкость и адаптивность мировой торговли к изменяющимся условиям.

Мировая торговля подвержена рискам, но при этом демонстрирует сильную адаптивность и восстановление. Например, по итогам развития кризисных явлений вследствие COVID-пандемии был выявлен следующий факт: ограничения на экономическую деятельность привели к повышению цен на фрахт морского транспорта на 10%, что привело к падению ВВП ведущих стран мира на 1% [7]. Это показывает тонкие зависимости и связанные процессы мировой экономики, отражающиеся на мировой торговле.

При этом восстановительный рост продемонстрирован на уровне прохождения пика пандемии и достижения планируемых объемов развития в 2021 году в рамках долгосрочных трендов развития и ежегодового прироста в 3,5%. Таким образом, какими бы не были серьезными социоэкономические кризисы, общий уровень мировой и ведущих национальных экономик (индексы физического объема ВВП КНР, США, РФ

[с. 59, 3]) возвращается в свое нормальное русло, к традиционным темпам развития.

Восприятие общества и экспертные оценки объективно растущего уровня неопределенности и рисков в целом, иногда проявляющихся в локальных и событийных ситуациях, зафиксированы как серьезная возрастающая динамика (по итогам экспертных оценок национальных отчетов в Международном валютном фонде (рис. 2) [4]).

При этом объективно растущая тревожность общества не коррелирует с общим устойчивым трендом развития мировой экономики (произошло увеличение в 3 раза за 30 лет) (рис. 2). Иными словами, мир становится все более сложным и тревожным, но несмотря на это, экономика тем не менее устойчиво развивается в долгосрочной перспективе. Как антитезис, нельзя не учитывать среднесрочных оценок того же Всемирного банка о снижении темпов развития на треть – с ежегодных трех до двух процентов прироста, – называющего текущее десятилетие 2020-х «потерянным» вследствие накопившихся неразрешенных ранее глубинных военно-политических конфликтов и переключения экономики ведущих стран мира на военные расходы.

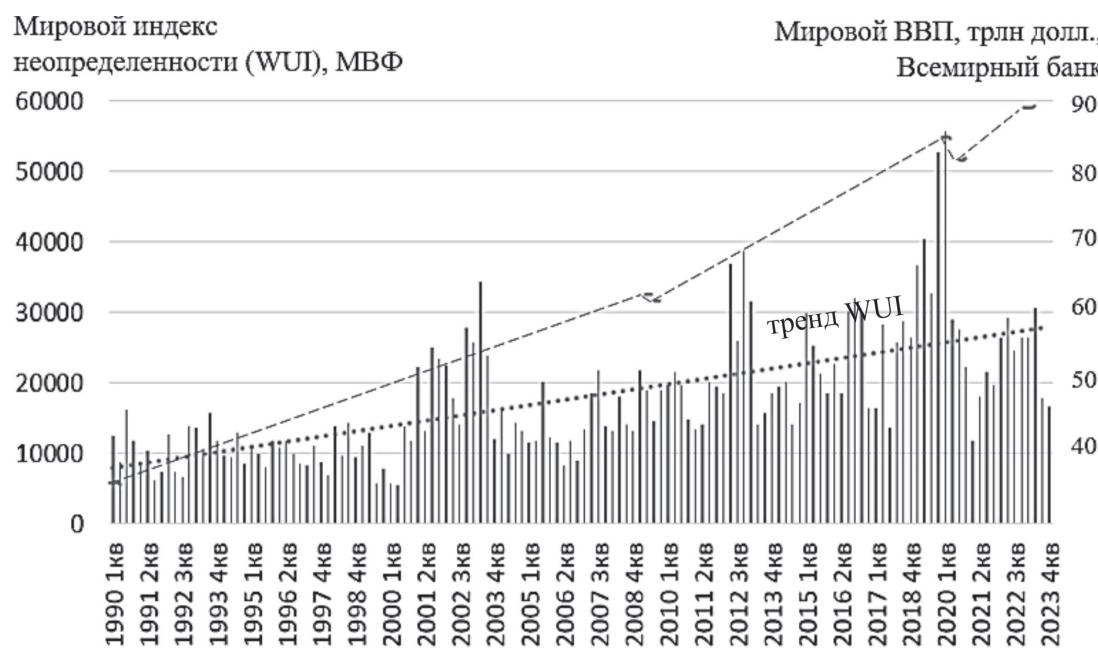


Рис. 2. Сопоставление индекса неопределенности (Международный валютный фонд) и мировой ВВП (по ценам 2015 г., Всемирный банк)*

*Составлено по: [4], [2].

Такие несоответствия темпов развития мирового ВВП в диссонансе с «индексом неопределенности» (WUI, [4]) говорят о существующей проблеме и о необходимости совершенствования действующих и поиска новых подходов к определению научно-обоснованных и релевантных параметров сопоставления оценки неопределенности и соответствующих рисков с перспективами экономической деятельности субъектов мировой торговли в условиях фонового повышения неопределенности и сложности мира, вызывающих тревожность, как сложившейся объективной реальности («новой нормальности»).

На уровне микроэкономики для организации, действующей в рамках международной торговли, в любом случае необходимо учитывать множество факторов. Компании также должны иметь возможность выявлять и смягчать влияние этих факторов, чтобы оставаться конкурентоспособными. Оценка и классификация факторов неопределенности в международной торговле является важным аспектом для понимания и управления рисками, которые могут возникнуть в процессе международных торговых операций.

Рассмотрим основные категории факторов неопределенности и их влияние на международную торговлю.

В экономической плоскости на изменчивость среды влияют макроэкономические факторы, факторы микроэкономической деятельности внешней среды непосредственно предприятия (конкурентное окружение [5]), факторы внутренней среды предприятия (корпоративное управление, обеспеченность ресурсами, индекс технологической готовности, индекс цифровой зрелости [6] и т.д.) и пр.

Волатильность курсов валют, изменения цен на сырье, экономические кризисы могут оказать существенное влияние на результаты торговых операций и прибыльность компаний международной торговли. Например, изменение цен на сырье может

негативно отразиться на экспортных/импортных операциях и формирующихся доходах организаций, совокупность которых формирует национальную экономику [5]).

Неопределенность в торговле может быть связана с различными факторами, включая макроэкономические, микроэкономические и операционные факторы. Макроэкономические факторы включают изменения в глобальной экономической политике, экономические кризисы и торговые соглашения. Микроэкономические факторы включают изменения в потребительских предпочтениях, технологические достижения и динамику конкуренции.

Отдельным вопросом следует упомянуть сложность оценки влияния даже известных макроэкономических факторов на микроэкономическую деятельность организации в сфере мировой торговли, которые при декомпозиции на практический уровень реализации могут иметь резкие и не соответствующие ожиданиям последствия (например, изменение ставки Центробанка РФ при кредитовании процессной деятельности в условиях изменения соотношений валютных пар, использующихся в международных договорах).

Операционные факторы включают сбои в цепочке поставок, управление запасами и производственные процессы. Например, рассмотренный ранее пример повышения стоимости фрахта на морских перевозках на 10% вследствие экономических шоков COVID-пандемии 2020 г. привел к падению ВВП ведущих стран мира на 1% [7].

Помимо непосредственно экономической плоскости, необходимо учитывать смежные общественно-технологические сферы, прямо или косвенно влияющие на экономическую деятельность. К таковым сферам можно отнести политические отношения (стабильность международных отношений и национальных правовых систем), технологическое развитие, требования общественности об экологической безопасности

сти, цифровизацию, изменения структуры и численности населения и пр.

В частности, социальные факторы также могут создавать неопределенность в международной торговле. Демографические процессы, социокультурные особенности и другие социальные явления могут повлиять на спрос товаров и услуг, что может привести к изменениям в торговых потоках и стратегиях компаний.

Кроме того, технологические факторы также играют важную роль в создании неопределенности в международной торговле. Быстрое развитие технологий, цифровизация бизнес-процессов, изменения в производственных методах и другие технологические инновации могут изменить условия конкуренции на мировых рынках и соответствующие требования к компаниям.

Политические факторы являются одним из основных источников неопределенности, запускающим цепочку изменений в международной торговле. Политические трения, военные конфликты, изменения в законодательстве и тарифных правилах национальных экономик могут существенно повлиять на условия торговли между странами. Изменения в политических системах государств сказываются на экономике и торговле, при этом технологическое и логистическое обеспечение может выступать инструментом реализации изменений как самостоятельный фактор влияния.

В свою очередь, политические отношения можно разделить на международные (надгосударственные/межгосударственные) и национальные, включающие региональные и локальные (муниципалитеты). Специфика деятельности компаний, задействованных в мировой торговле, заключается в том, что различные политico-правовые режимы оказывают влияние на различные бизнес-процессы компаний, которые разнесены по локализации производства, транспортировки, сбыта и иных операций. Введение торговых ограничений или межстрановых санкций может привести к ухудшению условий

для бизнеса и увеличению рисков для компаний, занимающихся международной торговлей.

Аналогичную детализацию можно провести и для каждой из вышеупомянутых сфер, смежных с экономикой. В свою очередь, каждый из обозначенных факторов каждой из сфер имеет некоторую степень неопределенности как внутренних темпов развития, так и воздействия на экономическую плоскость.

Учитывая множество существующих факторов, их различную динамику развития, можно прийти к выводу, что современная деятельность компаний в рамках мировой торговли характеризуется достаточно высокой степенью суммарной неопределенности только исходя из формального признака большого количества задействованных факторов.

Еще одной особенностью мировой торговли является большое количество вовлечённых экономических агентов и стейххолдеров, содействующих реализации трансграничных потоков товаров/услуг с точки зрения обеспечения финансовых, страховых, юридических, логистических и прочих процессов.

Здесь можно выделить различные наднациональные организации, вырабатывающие правила международной торговли (Комиссия ООН по международной торговле, Всемирный банк, ВТО, МВФ, Всемирная таможенная организация), межстрановые организации с членством отдельных государств (ОЭСР, БРИКС, АСЕАН, ЕАЭС и пр.), международные отраслевые организации (международные страховые организации, Международная электротехническая комиссия и пр.) и др. В марте 2022 года учреждена новая Группа ООН по реагированию на глобальные кризисы в области продовольствия, энергетики и финансов (GCRG) для реагирования на беспредентные взаимосвязанные продовольственные, энергетические и финансовые кризисы в мире.

Отдельный класс экономических субъектов представляют собой транснациональные компании (ТНК), имеющие представительства во многих странах и использующие особенности юрисдикций и технико-экономического потенциала различных территорий для формирования цепочек добавленной стоимости [8]. Около 500 крупнейших ТНК сосредоточили большую экономическую власть – 50% мирового производства (свыше 90% в некоторых отраслях) и 70% мировой торговли. Инвестиционный рынок США контролирует «большая четверка» (Black Rock, The Vanguard Group, Fidelity Investments, State Street Corporation), являясь акционером почти 90% компаний из фондового индекса S&P 500 (крупнейших корпораций США). Сформированные за последние 10 лет цифровые капиталы в виде совокупности ИТ-технологий (Facebook, Amazon, Apple, Netflix и Google) монополизировали целые рынки информационно-медийного пространства и интернет-торговли, а также некоторые виды пассажирских перевозок в мегаполисах (Uber, [3, с. 60]).

Фактически частные компании с капитализацией 1-10 трлн долл. превосходят экономическую мощь 99% отдельных государств (кроме США и Китая) и, имея распределенные центры управления, юридически неподконтрольны национальным правительствам (за редкими исключениями). Таким образом, глобальный характер цифровизации при высокой монополизации фактически частных структур мирового масштаба [9], преследующих частные экономические и иные интересы, увеличивает степень неопределенности.

Кроме того, помимо многочисленности происходит рост усложнения неопределенности (качественное преобразование) по каждому из факторов. Многие из упомянутых факторов в последнее время дрейфуют из зоны со средней неопределенностью в сектор высокой неопределенности, что существенно повышает сложность управления

деятельностью организации, задействованной в рамках мировой торговли.

Таким образом, ввиду множества задействованных субъектов и стейкхолдеров в международной торговле оценка и классификация факторов неопределенности является важным совершенствующимся инструментом для понимания рисков и разработки стратегий организации по управлению ими. Компании, занимающиеся международной торговлей, должны учитывать разнообразные факторы неопределенности при принятии решений и разработке своих бизнес-стратегий для успешного участия на мировых рынках.

2. Обзор факторов неопределенности, актуальных в современный период

Новые реалии 2024 года актуализируют целый ряд факторов общественно-политической жизни, влияющих на мировую экономику и соответственно международную торговлю.

К таким видным факторам, усиливающим неопределенность, можно отнести:

- расширение зоны международных военных конфликтов 2022-2024 гг., перспективы их усиления;
- изменения логистических маршрутов (блокирование традиционных следствие санкций и пиратства, закладка новых международных транспортных коридоров – Северный морской путь);
- увеличение доли цифровой экономики – рост доли сервиса и услуг над материальными продуктами, изменения паттернов поведения потребителей при изучении, заказе и выборе продукции;
- разворот глобализации на формирование макрорегионов, протекционизм, глокализация (локальная глобализация);
- перенос центра тяжести в Азиатско-тихоокеанский регион, перемещение центра тяжести совокупной экономической мощности из мира англосаксонской цивилизации (Северная Америка и Европа) на расступающие глобальные экономики БРИКС (доли мирового ВВП в 2024 г. (рис. 3)).

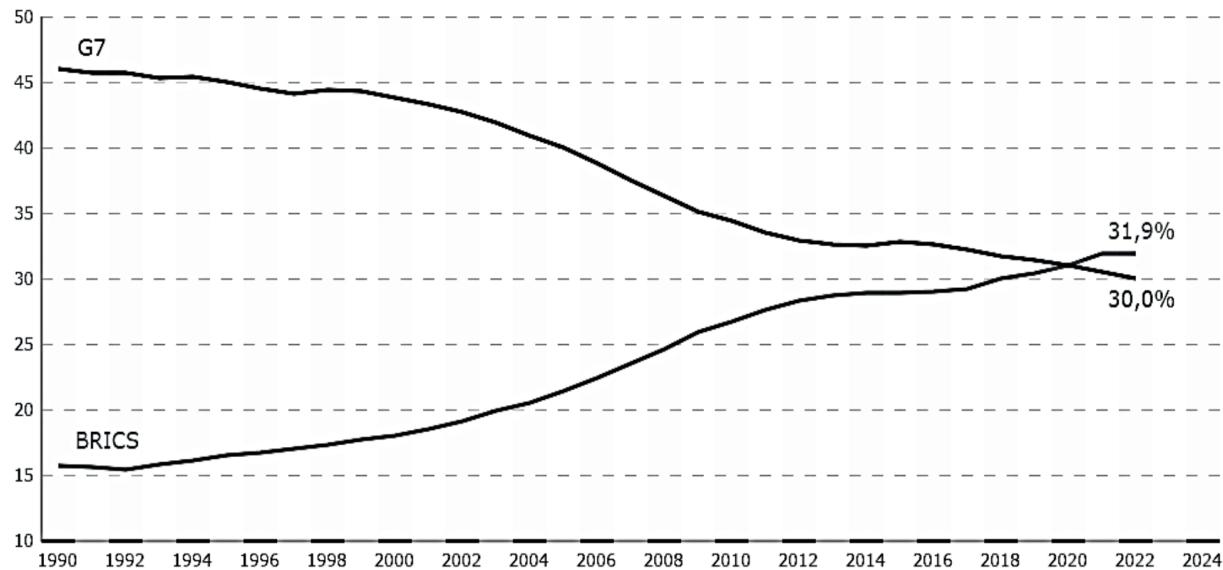


Рис. 3. Динамика долей ВВП стран G7 и БРИКС в мировой экономике (Всемирный банк)*

*Составлено по: [2].

Краткий обзор существующих факторов развития мировой торговли, увеличивающих неопределенность и снижающих уровень достоверного прогнозирования, приводит к выводу о необходимости применения новых методов и средств как для определения неопределенности, так и для минимизации урона от негативных последствий для деятельности компаний, а также для извлечения выгоды через адаптацию быстро меняющимся условиям. Каждая из выявленных категорий неопределенности требует своего специфического аппарата прогнозирования и оценки, а также принятия соответствующих мер по снижению негативных эффектов и использования новых открывающихся возможностей.

3. Методы определения факторов неопределенности мировой торговли

Как очевидно из вышеупомянутого обзора факторов неопределенности, влияющих на международную торговлю, они имеют разнообразную отраслевую и внутреннюю природу, сформированную из разных оснований, что требует подбора универсальных критериев, отражающих их специфические свойства. Определение факторов неопределенности для экономической дея-

тельности компании является важным этапом стратегического планирования и управления рисками.

Существуют давно признанные методы исследования, анализирующие экономическую ситуацию и факторы неопределенности применительно к менеджменту организации с ключевой деятельностью в рамках международной торговли. Ниже приведены ключевые методики, которые могут использоваться для определения этих факторов.

PEST-анализ (Political, Economic, Social, Technological) – это методика анализа внешней среды, которая используется для оценки политических, экономических, социальных и технологических факторов соответственно, которые могут повлиять на бизнес. Он может быть применен для оценки неопределенности экономической среды предприятия, так как позволяет выявить факторы [10].

Недостатки PEST-анализа включают ограниченность в определении конкретных мероприятий для достижения поставленных целей. Также он не может предсказать динамику изменения факторов, что может приводить к ошибкам в планировании.

SWOT-анализ (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) – это метод стратегического планирования, который заключается в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: сильные стороны (Strengths), слабые стороны (Weaknesses), возможности (Opportunities) и угрозы (Threats) соответственно. SWOT-анализ может быть использован для оценки неопределенности экономической среды предприятия, так как он позволяет выявить факторы, которые могут повлиять на бизнес, и определить, какие из них являются сильными сторонами, а какие – слабыми.

Недостатки SWOT-анализа включают ограниченность в определении конкретных мероприятий для достижения поставленных целей, а также то, что он показывает только общие факторы, без выявления основных и второстепенных. Кроме того, SWOT-анализ может быть ограничен в применении, так как он не учитывает специфические особенности отрасли или рынка [10].

Сценарный анализ – это метод стратегического планирования, который используется для оценки неопределенности внешней среды организации. Он позволяет определить предопределенные элементы и ключевые неопределенности, которые могут повлиять на бизнес, и сформулировать альтернативные сценарии будущего. Сценарный анализ может быть применен для оценки неопределенности экономической среды предприятия, так как он позволяет учесть различные варианты развития событий и оценить вероятность каждого из них, включая как оптимистичные, так и пессимистичные варианты. Это позволяет оценить вероятность различных исходов и подготовиться к ним.

Недостатками сценарного анализа являются ограничение на количество рассматриваемых сценариев ввиду трудоемкости, субъективность и неполнота информации при оценке вероятностей, невысокая точность из-за базовой основы на предположениях и приближениях.

Таким образом, отсутствие комплексной основы для классификации факторов неопределенности ограничивает способность компаний разрабатывать эффективные стратегии по нивелированию негативного воздействия неопределенности. Это создает серьезные проблемы для компаний, поскольку может повлиять на их способность прогнозировать рыночные тенденции, управлять рисками и принимать обоснованные решения. Для компаний в сфере международной торговли необходимы актуальные и адекватные методики выявления, оценки классификации факторов неопределенности для обеспечения успешной экономической деятельности.

3.1. Предсказуемость причин возникновения факторов влияния на международную торговлю, увеличивающих неопределенность

Рассматривая факторы, порождающие неопределенность, следует иметь в виду их принципиальную несводимость к единому знаменателю, так как причина возникновения и актуализация факторов неопределенности могут иметь различную природу.

При этом представляется возможным выделить определенные универсальные критерии для формирования типологии факторов неопределенности. Так, факторы неопределенности могут быть обусловлены развитием как длительных процессов (как результат устоявшейся тенденции развития, что поддается прогнозированию на стадии причинности), так и спонтанных внезапных действий, имеющих крайне ранее малый процент вероятности наступления.

Среди основных долгосрочных тенденций развития международной торговли можно выделить следующие:

– глобализация (процесс интеграции экономик разных стран в единую мировую экономику продолжается. Это приводит к увеличению объемов торговли и расширению рынков сбыта);

– развитие технологий: с развитием информационных технологий и интернета, международная торговля становится все более эффективной и доступной;

– развитие новых рынков (с ростом населения и экономическим развитием стран Азии и Африки, открываются новые рынки для международной торговли).

Событийные действия с непредсказуемым трендом развития даже в краткосрочной перспективе (до одного года) могут быть выражены в следующих явлениях:

– экономические (волатильность финансовых и сырьевых рынков, введение экономических санкций – срок определения имеет широкий диапазон от нескольких часов до нескольких месяцев и даже лет);

– природные (внезапные стихийные бедствия и природные катаклизмы – вулканы, цунами, землетрясение – срок определения за несколько часов до их наступления);

– пандемия (опыт развития пандемии согласно официальным источникам до введения первых значимых ограничений экономической деятельности – срок определения масштаба от нескольких дней до нескольких месяцев);

– военные конфликты;

– политическая турбулентность – смена политических режимов в результате выборов или незаконного свержения, внутриполитические кризисы.

Среди факторов неопределенности можно выявить следующее категориальное разделение по схеме «предсказуемость причин/последствий»:

1) изначально непредсказуемые действия – терроризм, пиратство на международных логистических маршрутах, природные катаклизмы;

2) социально-политические действия с непредсказуемым позитивным либо негативным эффектом – эпидемия/пандемия, смена политического режима (цветные революции, захват власти незаконным способом);

3) предсказуемые технологические изменения с непредсказуемым эффектом для отдельных отраслей экономики – цифровизация экономики, дистанционная онлайн-торговля, возрастание доли объема информационных услуг над материальными продуктами;

4) предсказуемые позитивные социальные изменения, меняющие сложившуюся культуру потребления, дающие предсказуемые экономические преимущества – формирование среднего класса в развивающихся странах, снижение среднего класса в развитых странах.

Для достижения цели исследования представляется целесообразным использовать модель квадранта Декарта (рис. 4), [11], в которой рассматриваются сопряжение причин и последствий по степени определенности/неопределенности, формирующих политико-экономический и технологический ландшафт мировой экономики.

Предварительный анализ позволяет выявить следующие причинно-следственные особенности действий и последствий, вызываемых факторами неопределенности:

1) предсказуемые события – предсказуемые последствия (малая степень неопределенности, предсказуемость);

2) предсказуемые события – непредсказуемые последствия (высокая степень неопределенности);

3) непредсказуемые события – предсказуемые последствия (высокая степень неопределенности);

4) непредсказуемые события – непредсказуемые последствия (полная неопределенность, «черный лебедь» [12]).

3.2. Предсказуемость последствий факторов неопределенности

Говоря о последствиях наступивших событий вне зависимости от их предсказуемости или непредсказуемости, можно выделить ряд эффектов, определенным образом влияющих на деятельность компаний в целом, а также на различные локализации и бизнес-процессы.

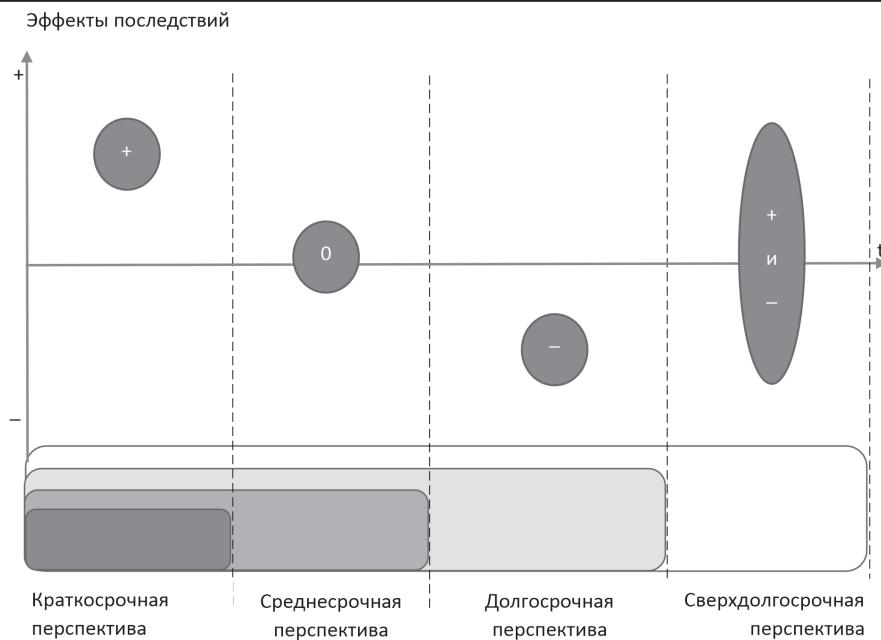


Рис. 4. Категоризация последствий по степени влияния на деятельность организации в системе мировой торговли *

*Составлено авторами.

На примере COVID-кризиса 2020–2021 гг. можно выделить несколько видов эффектов (последствий), опуская аспект отраслевых факторов их причинности (рис. 4):

1) негативный – снижение темпов мировой экономики, снижение покупательской способности, сокращение производства различной продукции;

2) амбивалентный – переключение внимания потребителей на товары определенной категории первой необходимости, что несет как минусы по снижению потребления определенной категории продукции, так и плюсы по увеличению потребления иной продукции, соответствующей интересам потребителей;

3) позитивный – увеличение сегмента интернет-торговли вследствие сокращения розницы, что формирует новые долгосрочные паттерны поведения и потребления потребителей в более экономически эффективном цифровом канале потребления информации (меньше затрат, больше оборотов).

Еще одной гранью сложности является времененная изменчивость – на различных горизонтах планирования могут прояв-

ляться различные типы эффектов, причем сменяя друг друга в разной последовательности. Более широкое обобщение последствий состоявшихся событий, оказывающих влияние на деятельность компаний в рамках мировой торговли, позволяет предложить следующий ряд (рис. 4), который не является исчерпывающим и может быть дополнен.

Исходя из представленной качественно-временной вариативности (рис. 4), наибольшую неопределенность и сложность оценки представляет анализ последствий с амбивалентной природой (то есть имеющих одновременно существенные как положительные, так и отрицательные стороны) на сверхдолгосрочной перспективе (свыше 20 лет).

Ответом на рост неопределенности является способность организаций прогнозировать возможные варианты негативных событий, то есть прогнозировать причины, а также использовать результаты быстро сменяющихся ситуаций, адаптируясь к новым условиям [13], то есть работа с последствиями: снижение негативных эффектов, раскрытие и активация потенциала позитивных эффектов и пр.

На основе проведенного исследования можно сделать вывод о важности учета факторов неопределенности в мировой торговле для компаний в этой сфере деятельности. Методика должна основываться на комплексном обзоре текущего состояния исследований неопределенности в торговле и учитывать конкретные потребности компаний. Методика также должна быть достаточно гибкой, чтобы приспосабливаться к изменениям на рынке и решать новые проблемы по мере их возникновения.

Выводы и заключение. Мировая торговля является показателем развития общественного блага и мировой экономики. На мировой торговле отражаются процессы не только мировых экономических агентов, но и общественно-политические процессы, цифровизация и пр.

Совокупность большого количества изменяющихся факторов, свойственных мировой торговле, может влиять на организации, задействованные в трансграничном экономическом взаимодействии. Если раньше организации мировой торговли компенсировали существующие значительные риски высокой маржой, то увеличение и без того высокой неопределенности мировой торговли оказывает негативное влияние на устойчивость извлечения прибыли. Это существенно повышает чувствительность организации к изменениям внешней среды, ставит под вопрос рентабельность и обоснованность ведения экономической деятельности в рамках сложных процессов мировой торговли.

Такая постановка вопроса требует разработки новых методических, организационных, инструментальных средств преодоления неопределенности на всех участках организации, задействованной в системе мировой торговли.

Результаты исследования подчеркивают важность разработки методологии классификации факторов неопределенности в мировой торговле. Полученные выводы и определенные наработки могут служить основой

для совершенствования подходов и стратегий управления рисками, методов и средств принятия обоснованных решений в условиях глобальной экономической нестабильности для организации сферы мировой торговли.

Список литературы

1. Тенденция в международной торговле, 2017–2022 гг. // Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). – URL: <https://news.un.org/ru/story/2022/02/1418402>. – Текст : электронный.
2. Мировой ВВП (в долларах США 2015 г.) // Всемирный банк. – 2024. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD?end=2022&start=2010&view=chart>. – Текст : электронный.
3. Власов, Ю. Н. Цифровые технологии транспортно-логистических услуг как механизм устойчивого развития региональной и отраслевой экономики / Ю. Н. Власов, С. В. Николаев. – Текст : непосредственный // Технические проблемы сервиса. – 2023. – № 4(66). – С. 58–63.
4. Мировой индекс неопределенности (WUI): Глобальный индекс. С 1 квартала 1990 г. по 4 квартал 2023 г. – URL: <https://worlduncertaintyindex.com/>. – Текст : электронный.
5. Кучиева, Н. Ю. Задачи антимонопольной политики России в условиях усиления экономических угроз / Н. Ю. Кучиева. – Текст : непосредственный // Социально-экономические предпосылки и результаты развития новых технологий в современной экономике : материалы V международной научной конференции (15 февраля 2023 года). – Нижний Новгород : Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, 2023. – С. 149–153.

6. Добкин, А. С. Стратегии развития промышленного предприятия в условиях нарастающей неопределенности и активизации цифровой трансформации / А. С. Добкин, В. А. Мордовец. – Текст : непосредственный // Теория и практика управления предпринимательскими структурами в современных условиях : сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции (16–17 февраля 2023 года) / под общей редакцией В. А. Мордовца. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2023. – С. 189–193.
7. Молодых, И. Е. Системы поддержки принятия решений – эволюция цифровых технологий и экономических перспектив на примере транспортного комплекса / И. Е. Молодых, С. В. Николаев. – Текст : непосредственный // Соискатель – приложение к журналу «Мир транспорта». – 2023. – № 4(15). – С. 90–103.
8. Kaplinsky, R. Global Value Chains: Where They Came From, Where They Are Going and Why This Is Important // Innovation, Knowledge, Development Working Papers. – 2013. – № 68.
9. Кузнецова, Г. В. Мировая торговля в условиях международной финансовой неопределенности Г. В. Кузнецова // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2023. – Т. 12. – № 3. – С. 33–39. – URL: <https://doi.org/10.12737/2306-627X-2023-12-3-33-39>. – Текст : электронный.
10. Маслов, Е. А. SWOT и PEST анализ организации. Преимущества и недостатки / Е. А. Маслов, О. М. Сядрова. – Текст : непосредственный // Экономика и социум. – 2021. – № 4-2(83). – С. 160–163.
11. Макулин, А. В. Социальные «оси координат» и координатное мышление в гуманитарных исследованиях / А. В. Макулин. – Текст : непосредственный // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2022. – Т. 22. – № 3. – С. 126–136. – DOI: 10.37482/2687-1505-V188.
12. Талеб, Н. Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / Н. Н. Талеб ; пер. с англ. В. Сонькина и др. – Изд. 2-е, доп. – Москва : Колибри, 2012. – Текст : непосредственный.
13. Сутугин, А. А. Влияние цифровизации экономики на международную торговлю / А. А. Сутугин. – Текст : непосредственный // Трансформация бизнеса и общественных институтов в условиях цифровизации экономики : сборник научных трудов V Национальной (российской) научно-практической конференции (13–14 апреля 2023 года) / под общей редакцией Е. Ф. Щипанова. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2023. – С. 357–361.

Sutugin A.A.

St. Petersburg University of the Technology of Management and Economics, Postgraduate Student
Elkina O.S.

North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and
Public Administration with the President of the Russian Federation, Doctor of Economics, Associate
Professor, Professor of the Chair of Security

ORGANIZATION MANAGEMENT IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL BUSINESS: SYSTEMATIZATION OF UNCERTAINTY FACTORS AND TOOLS FOR THEIR ASSESSMENT

Abstract. The purpose of the study is a detailed systematization of the uncertainty factors of the external environment, determination of relevant tools for their assessment to substantiate strategic decisions that contribute to improving the management efficiency of international trade organizations in the international market.

The methodological basis of the study was formed by system-analytical, static methods, as well as the results of current studies by economists, revealing individual problems of systematization and assessment of uncertainty factors in the management of an organization engaged in international trade.

Research results. The article systematizes general approaches to determining the uncertainty factors affecting organizations in international trade. Current approaches to determining uncertainty factors based on their industry segmentation are systematized. A new approach to classifying uncertainty factors based on cause-and-effect relationships is proposed, which increases the level of manageability of an organization in the context of international business based on Descartes' quadrant.

Conclusions. In order to increase the accuracy of building a management strategy for an organization participating in international trade, the study identifies the main long-term trends in the development of international trade: globalization, technological development and the development of new markets, which made it possible to systematize phenomena that are the result of event-driven actions with an unpredictable trend and classify uncertainty factors through categorical division according to the scheme: "predictability of causes/effects".

Keywords: organization management, international trade, uncertainty factors.

References

1. Tendenciya v mezhdunarodnoj torgovle, 2017-2022 gg. Konferenciya OON po torgovle i razvitiyu (YuNKTAD) [Trends in International Trade, 2017-2022 // United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)]. Retrieved from: <https://news.un.org/ru/story/2022/02/1418402>.

2. Mirovoj VVP (v dollarax SShA 2015 g.). Vsemirnyj bank, 2024 [World GDP (2015 US dollars). World Bank, 2024]. Retrieved from:

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD?end=2022&start=2010&view=chart>.

3. Nikolaev, S.V. Vlasov, Yu.N. (2023). Cifrovye tekhnologii transportno-logisticheskix uslug kak mehanizm ustojchivogo razvitiya regional'noj i otrazlevoj ekonomiki [Digital technologies of transport and logistics services as a mechanism for sustainable development of the regional and sectoral economy]. Tehniko-tekhnologicheskie problemy servisa [Technical and Technological Problems of the Service]. 4 (66), 58–63.

4. Mirovoj indeks neopredelennosti (WUI): Global'nyj indeks. S 1 kvartala 1990 g. po 4 kvartal 2023 g [World Uncertainty Index (WUI): Global Index. From Q1 1990 to Q4 2023]. Retrieved from: <https://worlduncertaintyindex.com/>.
5. Kuchieva, N.Yu. (2023) Zadachi antimonopol'noj politiki Rossii v usloviyakh usileniya e'konomicheskix ugroz [The tasks of Russia's antimonopoly policy in the context of increasing economic threats]. Social'no-e'konomicheskie predposylki i rezul'taty' razvitiya novy'x texnologij v sovremennoj e'konomike: Materialy' V mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii, Nizhniy Novgorod, 15 fevralya 2023 goda [Socio-economic prerequisites and results of the development of new technologies in the modern economy: Proceedings at the international scientific conference, Nizhny Novgorod, February 15, 2023]. Nizhniy Novgorod: N.I. Lobachevskiy Nizhniy Novgorod national Research State University. P. 149–153.
6. Dobkin, A.S., Mordovets, V.A. (2023). Strategii razvitiya promy'shlennogo predpriatiya v usloviyakh narastayushhej neopredelennosti i aktivizacii cifrovoj transformacii [Strategies for the development of an industrial enterprise in conditions of increasing uncertainty and intensification of digital transformation]. Teoriya i praktika upravleniya predprinimatel'skimi strukturami v sovremenny'x usloviyakh: Sbornik nauchny'x trudov II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, Sankt-Peterburg, 16–17 fevralya 2023 goda [Theory and practice of management of business structures in modern conditions: Collection of scientific papers of the II International scientific and practical conference, St. Petersburg, February 16-17, 2023]. Ed. by V.A. Mordovets. St. Petersburg: St. Petersburg University of the Technology of Management and Economics. P. 189–193.
7. Molodykh, I.E., Nikolaev, S.V. (2023). Sistemy' podderzhki prinyatiya reshenij – e'volyuciya cifrovyyx texnologij i e'konomicheskix perspektiv na primere transportnogo kompleksa [Decision support systems – evolution of digital technologies and economic prospects using the example of the transport complex]. Soiskatel' – prilozhenie k zhurnalu «Mir transporta» [Applicant – supplement to the magazine “World of Transport”]. 4 (15), 90–103.
8. Kaplinsky, R. (2013). Global value chains: where they came from, where they are going and why this is important. Innovation, Knowledge, Development Working Papers, 68.
9. Kuznetsova G.V. (2023). Mirovaya torgovlya v usloviyakh mezhdunarodnoj finansovoj neopredelennosti [Global trade in the context of international financial uncertainty]. Nauchny'e issledovaniya i razrabotki. E'konomika firmy [Scientific Research and Development. The Economics of the Company]. 12 (3), 33–39. Retrieved from: <https://doi.org/10.12737/2306-627X-2023-12-3-33-39>.
10. Maslov, E.A., Syardova, O.M. (2021). SWOT i PEST analiz organizacii. Preimushhestva i nedostatki [SWOT and PEST analysis of the organization. Advantages and disadvantages]. Ekonomika i socium [Economy and Society]. 4-2(83), 160–163.
11. Makulin, A.V. (2022). Social'nye «osi koordinat» i koordinatnoe my'shenie v gumanitarnyyx issledovaniyakh [Social "axes of coordinates" and coordinate thinking in humanitarian studies]. Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye i social'nye nauki. [Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: Humanities and Social Sciences]. 22 (3), 126–136.
12. Taleb, N.N. (2012). Chernyj lebed'. Pod znakom nepredskazuemosti [Black swan. Under the sign of unpredictability]. Tr. from English by V. Son'kin et al. 2nd rev. ed. Moscow: KoLibri.
13. Sutugin, A.A. (2023). Vliyanie cifrovizacii e'konomiki na mezhdunarodnyu torgovlyu [The impact of digitalization

of the economy on international trade]. Transformaciya biznesa i obshhestvenny'x institutov v usloviyakh cifrovizacii ekonomiki: Sbornik nauchny'x trudov V Nacional'noj (rossijskoj) nauchno-prakticheskoy konferencii, Sankt-Peterburg, 13–14 aprelya 2023 goda

[Transformation of business and public institutions in the context of digitalization of the economy]. Ed. by E.F. Shchipanov. St. Petersburg: St. Petersburg University of the Technology of Management and Economics. P. 357–361.

e-mail: phdelkina@mail.ru

ЭКОНОМИКА ТРУДА И ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ

УДК 005.95:338.24

DOI: 10.21295/2223-5639-2024-5-147-154

Виноградов А.С.

Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Санкт-Петербург), канд. юрид. наук, доцент, доцент кафедры гражданского и трудового права

Ворона А.А.

Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (г. Санкт-Петербург), канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента

ДЕФИЦИТ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ЛОГИСТИКИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Аннотация. В современных условиях все отрасли экономики, включая логистику, претерпевают кардинальные изменения под влиянием экономических и геополитических факторов. Логистическая отрасль является одной из стратегических для экономики страны, что, безусловно, приводит к необходимости своевременного реагирования на внешние и внутренние вызовы со стороны государства и бизнеса. Статья посвящена вопросам дефицита персонала в российской логистической сфере. Авторы отмечают, что в последние годы этой области приходится развиваться под давлением целого ряда факторов – от коронавирусной инфекции до зарубежных санкций, что вынудило логистическую сферу в оперативном порядке перестраиваться и адаптироваться под сложившиеся обстоятельства. Одной из значимых проблем, существенно отражающихся на результатах, в рассматриваемой области является кадровый «голод». В работе анализируются его причины, а также эффективность мер, которые предпринимают руководители логистических компаний в этом направлении. Цель исследования – провести анализ существующей ситуации с кадрами в сфере логистики, выявить факторы, влияющие на их дефицит, и предложить комплексные меры по решению возникающих проблем. При проведении исследования использовались статистические методы, методы обобщения фактических данных, сопоставление, а также изучение литературы и других источников информации по исследуемой теме. По результатам проведенного исследования авторы делают обоснованные выводы и на их основе строят прогнозы относительно дальнейшего развития ситуации, а именно, решение проблемы с дефицитом кадров в логистической сфере может быть достигнуто только комплексным путем.

Ключевые слова: логистика, дефицит персонала, кадровый потенциал, автоматизация, меры поддержки логистики.

Введение. В период с 2020 года по настоящее время на долю логистической сферы выпали серьезные испытания. Хронологически начало этого проблемного периода связано с ограничениями, вызванными распространением коронавирусной инфекции

COVID-19. В дальнейшем проблемы логистической отрасли оказались сопряжены с санкциями зарубежных государств в отношении России из-за осуществления специальной военной операции.

Безусловно, эти события оказали существенное влияние негативного характера на рынок перевозок и логистических услуг. Так, были разорваны многие логистические цепочки. Те компании-перевозчики, которые традиционно взаимодействовали с Россией, отказались от перевозок на ее территорию. В то же время были введены запреты на деятельность российских компаний-перевозчиков на территории европейских государств. В «пожарном» порядке российский логистический рынок был вынужден перепрофилироваться в сторону так называемых дружественных стран, прежде всего в восточном направлении. Сложившаяся ситуация, выражающаяся в обилии неблагоприятных факторов, которые в кратчайшие сроки проникли в отложенную сферу перевозок грузов, определила актуальность проведения исследований в направлении дальнейших перспектив развития логистической сферы.

Помимо указанных факторов, логистическая сфера в текущих условиях подвержена целому ряду рисков:

- простояивание складских помещений;
- кибератаки, нацеленные на инфраструктуру компаний-перевозчиков;
- возрастание дебиторских задолженностей контрагентов;
- трудности с осуществлением международных расчетов;
- специфика использования маркетплейсов, а именно: невыкуп или порча товара при доставке, мошеннические действия с возвратами и т.д.

Стоит отметить и интерес ученых-исследователей к логистической отрасли. Так, вопросам совершенствования понятийного аппарата посвящены работы Т.Н. Скоробогатовой, М.Ю. Ваховской [8], М.А. Барбалиной [2]. Направления развития логистической отрасли раскрыты в работах А.В. Павленко [5], А.А. Ворона., L. Istomin, S. Kalmykov, M. Lyashenko[1] и др. Вопросам кадрового дефицита в логистике посвящены труды С.Т. Мамедовой [4], А.Г. Тюрикова [9] и др.

Таким образом, вопрос обеспечения кадрами в логистической отрасли является актуальным и требует выявления проблемных моментов, связанных с нехваткой квалифицированных кадров.

Методы исследования. В целях проведения исследования авторами использовались общенаучные и специальные методы, а именно: экономического анализа, сбора и обработки фактических данных, метод экспертизы оценок и пр.

Результаты исследования. В условиях непростой внешнеполитической и экономической ситуации интересным представляется тот факт, что, несмотря на санкционное давление, экономика России показала в 2023 году неожиданно высокие результаты.

Так, по данным Минэкономразвития, ВВП российского государства вырос за 2023 г. на 4%. Позитивную динамику продемонстрировал и рост капиталовложений за счет различных источников средств – собственных (20%), кредитных (7%) и бюджетных (22%). При этом уровень безработицы был отмечен на показателе, который является минимальным с 2003 г., – 3,2%.

В то же самое время, несмотря на эти позитивные результаты, статистика отметила, что нехватка кадров (главным образом, операционного персонала) также оказалась рекордной и достигла в 2023 г. 4,8 млн человек. Для бизнеса, связанного с торговлей, а также производственного сектора такой дефицит сотрудников выступил ключевым ограничительным фактором с точки зрения развития.

Дефицит кадров почти в 5 млн человек можно назвать критическим, что позволяет спрогнозировать в течение ближайших трех лет наступление серьезных проблем в сфере операционной деятельности. Такие проблемы способны повлечь не только перебои в динамике развития бизнеса, но и поставить под угрозу его устойчивость в целом. В силу этого в последнее время к этим вопросам привлечено и внимание высших должностных лиц государства. Так, 25 апре-

ля 2024 Президент России Владимир Путин отметил, что образовавшийся в стране дефицит кадров не получится покрыть, в частности, за счет мигрантов, поэтому в данном отношении требуются новые решения, в числе которых на первое место выходят модернизация производственных процессов, а также повышение показателей производительности труда [6].

Как показывают исследования, среди различных сфер бизнеса особенно негативными выглядят перспективы предприятий промышленного комплекса, а также в сфере логистики. Отмечается, что на деятельности крупных коммерческих структур, где число сотрудников составляет больше 2 тыс. человек, кадровый голод отражается наиболее болезненно.

Согласно статистическим данным, в целом более 50% бизнес-компаний, действующих в логистической сфере, столкнулись с нехваткой линейного персонала. При этом максимальный дефицит кадров (20%) в 2023 году испытывали 18% логистических компаний.

В качестве основной причины сложившейся ситуации работники логистических компаний называют низкие конкурентные возможности относительно других работодателей по бюджетам, выделяемым на персонал (фонд оплаты труда плюс социальный пакет). Это относится и к операционному, и к линейному персоналу (например, к диспетчерам и водителям). Главным образом, такие проблемы испытывают транспортно-экспедиционные компании. Однако

с ними сталкиваются и компании, функционирующие в иных сферах, но в структуре которых имеется подразделение логистики.

Интересно, что сказанное распространяется на логистический персонал низового звена. В отношении специалистов узкого профиля действуют другие правила. Логистов-профессионалов в сфере, например, мультимодальных перевозок в России может быть всего несколько десятков. Как отмечает Т. Козлова, в силу этого крупные логистические компании таких специалистов не привлекают с рынка, так как это примерно в два раза дороже, а «возвращают» из своих рядов и затем удерживают посредством высокой оплачиваемости труда, премиальных и комфорtnого социального пакета [3].

Следующей по значимости причиной кадрового «голода» в области логистики можно назвать невысокий уровень использования технических средств автоматизации осуществляемых процессов. Физическая нагрузка, которая ложится на плечи сотрудника, делает его работу более энергозатратной, что в итоге в совокупности с невысокой оплачиваемостью труда также приводит к тому, что логистическая сфера проигрывает конкурентную борьбу другим сферам бизнеса, где инновационные технологии используются более активно.

Среди других причин, которые, как представляется, также оказывают влияние на тяжелую ситуацию с кадрами в логистической сфере (рис.):

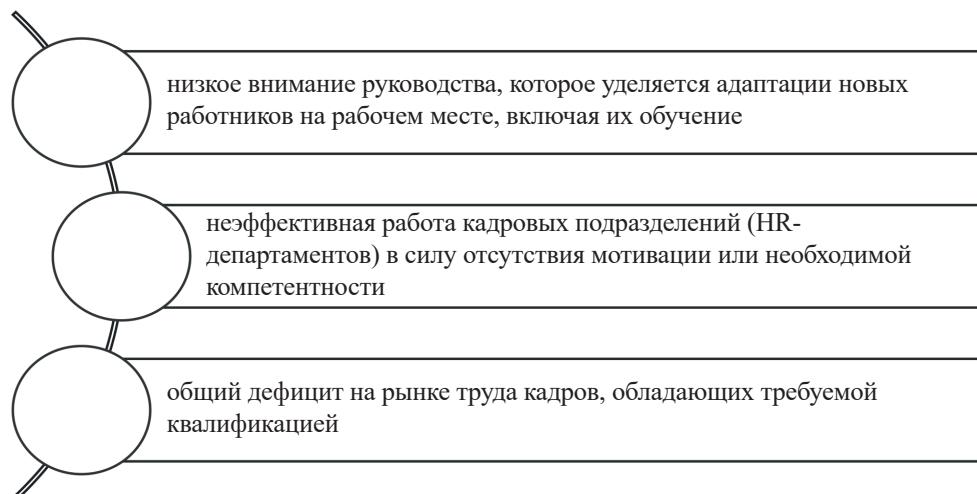


Рис. Причины, оказывающие влияние на тяжелую ситуацию с кадрами в логистической сфере

Ситуация с кадрами предстает в особенно негативном свете на фоне того, что в течение 2024 года, по прогнозам, ожидается рост товарооборота в сфере логистики вплоть до 20% относительно 2023 года. Обстановка же на рынке труда в логистике не позволяет дать обнадеживающих прогнозов касательно пропорционального этому прироста персонала. С учетом этого можно предположить, что в течение 2024 года большинство логистических компаний по причине дефицита кадров окажутся не готовы к увеличению товарооборота, что негативно отразится на всей логистической сфере, а как следствие – и на экономике страны.

Как показывает практика, те компании, для которых проблема дефицита кадров является наиболее актуальной (а это, как правило, организационно крупные логистические компании), в качестве решения предпринимают меры по активизации внедрения средств, позволяющих роботизировать выполнение тех или иных трудовых функций. Те же компании, где вопросы нехватки сотрудников стоят не особенно остро (в основном это компании с численностью персонала до 1000 человек), сохраняют зависимость от человеческого ресурса и концентрируются на совершенствовании механизмов повышения мотивации у работников, в том числе и путем повышения заработной платы. При этом во всех логистических компаниях внимание уделяется аспектам оптимизации решаемых задач и вытекающей из этого оптимизации структурных подразделений, что, как видится, выражаясь медицинским языком, является борьбой не с болезнью, а с симптомами.

Что касается мер по автоматизации логистических процессов, то здесь стоит сказать, что в 2021 году Стратегией цифровой трансформации транспортной отрасли РФ до 2030 года [7] были определены шесть направлений модернизации:

1. Дроны для пассажиров и грузов.
2. Зеленый цифровой пассажирский коридор.

3. Бесшовная грузовая логистика».
4. Цифровое управление транспортной системой Российской Федерации.
5. Цифровизация для транспортной безопасности.
6. «Цифровые аналоги объектов транспортной инфраструктуры».

Так, согласно данной концепции, в настоящее время уже реализована Государственная система электронных транспортных документов – ГИС ЭПД – в рамках развития направления «Бесшовная грузовая логистика». Эта система действует в трех аспектах:

- использование электронных навигационных пломб;
- создание электронных очередей;
- внедрение электронного документооборота на всех видах транспорта.

Помимо повышения заработной платы, что в логистической сфере является не самой популярной мерой противодействия оттоку кадров, в качестве таковых мер по итогам 2023 года предпринимались следующие:

1. Снижение квалификационных требований к претендентам (опыт работы, уровень образования). В то же время злоупотребление данной мерой способно привести к тому, что увеличение количества сотрудников отразится на снижении качества выполняемой ими работы. В условиях цифровизации персонал логистических компаний должен обладать определенными навыками и умениями (компетенциями), связанными с применением новых достижений науки и техники.

С учетом этого, как представляется, к кандидатам на трудоустройство в сфере логистики должны применяться следующие минимальные квалификационные требования:

- наличие компетентности в применении новейших цифровых технологий. Это крайне важный аспект, который прямым образом влияет на эффективность выполнения трудовых функций в сфере

логистики. Помимо информационной грамотности и умения работать с большими объемами данных, работник компании должен обладать такими качествами, как технологическая адаптивность и цифровое мышление;

- знание мер цифровой безопасности, наличие навыков защиты данных, так как нельзя исключать возможность нарушения приватности и безопасности информационных систем;

- умение решать проблемы технического характера, возникающие в ходе эксплуатации компьютерной техники;

- готовность к постоянному обучению и повышению квалификации. Так как на данный момент можно наблюдать стремительный прогресс технологий в логистической сфере, персоналу компаний необходимо быть максимально мобильным и способным быстро подстраиваться под изменяющиеся условия;

- обладание рядом необходимых личностных качеств, таких как: целенаправленность, заинтересованность, вовлеченность, системность и, безусловно, коммуникативность.

2. Совершенствование соцпакета (полис ДМС, трансфер дом-работа, оплата питания). Данные меры, однозначно, являются эффективными, однако необходимо учитывать, что с точки зрения психологии работника они носят второстепенный характер. Основным же критерием оценки привлекательности рабочего места в его глазах является заработка плата.

3. Задействование традиционно менее притягательных к оплате труда социальных категорий (мигрантов, студентов, пенсионеров). Однако, привлекая мигрантов, работодатель-логист должен помнить, что большинство трудовых функций в рассматриваемой сфере требует совершенного знания русского языка. При задействовании студентов и пенсионеров следует иметь в виду, что у данных категорий лиц может быть снижена трудовая мотивация.

4. Использование вахтового метода. Привлекательность данного метода для работника заключается в том, что, с одной стороны, у него на протяжении вахтового периода нет необходимости ежедневно тратить время и средства на дорогу из дома до работы и обратно, а с другой стороны, после окончания вахтового периода работник будет располагать продолжительным временем для отдыха.

5. Введение гибкой оплаты труда (с ежедневными или еженедельными выплатами) – такое решение, согласно социологическим данным, оценивается руководителями логистических компаний как наиболее эффективное для привлечения и удержания сотрудников.

Выводы и заключение. Таким образом, можно сделать вывод, что решение проблемы с дефицитом кадров в логистической сфере может быть достигнуто только комплексным путем. Привлечение к решению этой проблемы какой-то одной или даже нескольких из перечисленных выше мер не приведет к эффективному результату. Даже роботизация логистических процессов как наиболее очевидная мера для преодоления кадрового «голода», в свою очередь, имеет собственные проблемы, связанные как с отсутствием в условиях санкций необходимого оборудования и комплектующих, так и с той же самой проблемой недостатка квалифицированных специалистов по их монтажу, запуску и обслуживанию. Плюс к этому, привлекая новые трудовые ресурсы, необходимо помнить о том, что количество должно позитивно отражаться и на качестве, то есть к кандидатам на рабочие места должен предъявляться конкретный набор квалификационных требований. Мы позволим себе дать обнадеживающие прогнозы и предположить, что нехватка кадров будет носить для сферы логистики временный характер и в скором будущем разрешится посредством наращивания импортозамещения и позитивных реформ в сфере образования. Кроме того, хотя современная российская

логистика во многом и зависит от внешне-политических и макроэкономических факторов, катаклизмы в этих сферах никогда не бывают вечными.

Список литературы

1. Vorona, A. A. Process chart for customs logistics optimisation / A. A. Vorona, L. Istomin, S. Kalmykov, M. Lyashenko. – Текст : непосредственный // X International Scientific Siberian Transport Forum – TransSiberia 2022. Сеп. «Transportation Research Procedia». – 2022. С. 1891–1898. – DOI: 10.1016/j.trpro.2022.06.209.

2. Барбolina, М. А. К вопросу осущностипонятий: «закупочная логистика», «логистика снабжения» и «материально-техническое обеспечение». – Текст : непосредственный // Вектор экономики. – 2020. – № 12 (54). – С. 8.

3. Козлова, Т. Персонал в логистике / Т. Козлова // Наука и инновации. – 2014. – № 9(39). – С. 23. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/personal-v-logistike?ysclid=lyh2i0rt345169155>. – Текст : электронный.

4. Мамедова, С. Т. Направления устранения кадровой нехватки в логистической деятельности предприятия / С. Т. Мамедова // Логистические системы в глобальной экономике. – 2021. – № 11. – С. 225–227. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46466707>. – Текст : электронный.

5. Павленко, А. В. Основные функции и тенденции развития логистики / А. В. Павленко. – Текст : непосредственный // Экономика будущего: тренды, вызовы и возможности : материалы

Всероссийской научной конференции с международным участием под редакцией А. В. Гумерова, М. Ф. Сафаргалиева. – Казань, 2023. – С. 355–358.

6. Путин: дефицит кадров не получится покрыть миграцией, нужны другие подходы // Российская газета. – 25.04.2024. – URL: <https://rg.ru/2024/04/25/putin-deficit-kadrov-ne-poluchitsia-pokryt-migraciej-nuzhny-drugie-podhody.html> (дата обращения: 26.05.2024). – Текст : электронный.

7. Об утверждении Транспортной стратегии РФ до 2030 г. с прогнозом на период до 2035 г. : Распоряжение Правительства РФ от 27 ноября 2021 г. № 3363-р // Гарант. – URL: <https://base.garant.ru/403156321/?ysclid=lyh3wc103463583317> (дата обращения: 26.05.2024). – Текст : электронный.

8. Скоробогатова, Т. Н. О расширении понятийного аппарата логистики: аспект логистики как услуги / Т. Н. Скоробогатова, М. Ю. Ваховская // Логистика. – 2024. – № 4 (209). – С. 42–47. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=67225101> (дата обращения: 26.05.2024). – Текст : электронный.

9. Тюриков, А. Г. Региональный рынок труда: вызовы, проблемы и кадровая политика А. Г. Тюриков // Nomothetika: Философия. Социология. Право. – 2021. – Т. 46. – № 2. – С. 286–297. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46411535>. – DOI: 10.52575/2712-746X-2021-46-2-286-297 (дата обращения: 28.05.2024). – Текст : электронный.

Vinogradov A.S.

Northwestern Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Candidate of Law, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Civil and Labor Law

Vorona A.A.

Northwestern Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation, Candidate of Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Chair of Management

SHORTAGE OF PERSONNEL IN THE FIELD OF LOGISTICS: PROBLEMS AND SOLUTIONS

Abstract. In modern conditions, all sectors of the economy, including logistics, are undergoing drastic changes under the influence of economic and geopolitical factors. The logistics industry is one of the strategic sectors for the country's economy, which, of course, leads to the need for timely response to external and internal challenges from the state and business. The article is devoted to the issues of staff shortage in the Russian logistics sector. The authors note that in recent years this area has had to develop under the pressure of a number of factors – from coronavirus infection to foreign sanctions, which forced the logistics sector to quickly rebuild and adapt to the prevailing circumstances. One of the important problems that significantly affect performance in the field under consideration is the personnel "hunger". The paper analyzes its causes, as well as the effectiveness of measures taken by the heads of logistics companies in this direction. Based on the results of the study, the authors draw reasonable conclusions and, based on them, make forecasts regarding the further development of the situation, namely, solving the problem of personnel shortage in the logistics sector can only be achieved in an integrated way.

Keywords: logistics; staff shortage; human resources potential; automation; logistics support measures.

References

1. Vorona, A.A. et al. (2022). Process chart for customs logistics optimisation. In the collection: X International Scientific Siberian Transport Forum - TransSiberia 2022. Series "Transportation Research Proceedings". P. 1891-1898. DOI: 10.1016/j.trpro.2022.06.209.

2. Barbolina, M.A. (2020). K voprosu o sushchnosti ponyatiy: "zakupochnaya logistika", "logistika snabzheniya" i "material'no-tehnicheskoye obespecheniye" [On the issue of the essence of the concepts: "procurement logistics", "supply logistics" and "material and technical support"]. Vektor ekonomiki [Vector of Economics]. 12 (54), 8.

3. Kozlova, T. (2014). Personal v logistike [Personnel in logistics]. Nauka i innovatsii [Science and Innovation]. 9 (39), 23. <https://cyberleninka.ru/article/n/personal-v-logistike?ysclid=lyh2i0rt345169155>.

4. Mamedova, S.T. (2021). Napravleniya ustraneniya kadrovoy nekhvatki v logisticheskoy deyatel'nosti predpriyatiya [Directions for eliminating personnel shortages in the logistics activities of an enterprise]. Logisticheskiye sistemy v global'noy ekonomike [Logistics Systems in the Global Economy]. 11, 225-227. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46466707>.

5. Pavlenko, A.V. (2023). Osnovnyye funktsii i tendentsii razvitiya logistiki [Main

functions and development trends of logistics]. V sbornike: Ekonomika budushchego: trendy, vyzovy i vozmozhnosti. Materialy Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiyem [In the collection: Economy of the future: trends, challenges and opportunities. Proceedings of the All-Russian scientific conference with international participation]. Ed. by A.V. Gumerov, M.F. Safargaliev. Kazan. P. 355-358.

6. Putin: defitsit kadrov ne poluchitsya pokryt' migratsiyey, nuzhny drugiye podkhody [Putin: shortage of personnel cannot be covered by migration, other approaches are needed]. Rossiyskaya Gazeta, 04/25/2024. Retrieved from: <https://rg.ru/2024/04/25/putin-deficit-kadrov-ne-poluchitsia-pokryt-migraciej-nuzhny-drugie-podhody.html>.

7. Rasporyazheniye Pravitel'stva RF ot 27 noyabrya 2021 g. № 3363-r «Ob utverzhdenii Transportnoy strategii RF do 2030 g. s prognozom na period do 2035 g.» [Order of the Government of the Russian Federation of November 27,

2021 No. 3363-r "On approval of the Transport Strategy of the Russian Federation until 2030 with a forecast for the period until 2035"]. Garant. Retrieved from: <https://base.garant.ru/403156321/?ysclid=lyh3wc103463583317>.

8. Skorobogatova, T.N., Vakhovskaya, M.Yu. (2024). O rasshireniy ponyatiynogo apparata logistiki: aspekt logistiki kak uslugi [On the expansion of the conceptual apparatus of logistics: the aspect of logistics as a service]. Logistika [Logistics]. 4 (209), 42-47. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=67225101>.

9. Tyurikov A.G. (2021). Regional'nyy rynok truda: vyzovy, problemy i kadrovaya politika [Regional labor market: challenges, problems and personnel policy]. Nomothetika: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo [Nomothetika: Philosophy. Sociology. Law]. 46 (2), 286-297. Retrieved from: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46411535> DOI: 10.52575/2712-746X-2021-46-2-286-297.

e-mail: anastasiya_o@mail.ru

МАРКЕТИНГ, КОММЕРЦИЯ И ЛОГИСТИКА

УДК 339.138:659.443/.446

DOI: 10.21295/2223-5639-2024-5-155-163

Суворова Т.В.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», канд. пед. наук, доцент кафедры маркетинга

Филиппов М.В.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия», аспирант

ВЛИЯНИЕ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДИНГА НА УПРАВЛЕНИЕ ПРОДВИЖЕНИЕМ ЛИЧНОГО БРЕНДА

Аннотация. В современном мире сверхконкуренции многие компании понимают важность продвижения моно- или мультибрендов для привлечения покупателей. В то же время вопросы продвижения персонального бренда остаются актуальными и значимыми. В силу того, что готового шаблона продвижения личного бренда не существует, видится обоснованным применение эмоционального брендинга при управлении продвижением. Целью данной статьи является обзор теоретических подходов к понятию эмоционального бренда и выявление стратегии управления личным брендом через эмоциональный бренд, или «маркетинг впечатлений». В работе использованы методы анализа и синтеза, сравнения и обобщения. Основными результатами исследования стали: систематизация теоретических подходов специалистов и практиков в области брендинга к дефиниции и сущностным характеристикам эмоционального бренда, а также представление сравнительного анализа методов использования эмоционального и личного брендинга для управления продвижением. Авторы приходят к выводу о том, что, в отличие от традиционного подхода к развитию брендов, который делает акцент на функциональных характеристиках продукта/услуги, эмоциональный брендинг стремится вызвать у потребителей позитивные чувства и ассоциации с брендом. Обнаружена целесообразность использования распространенных в научных кругах подходов к эмоциональному брендингу для продвижения и управления продвижением личного бренда.

Ключевые слова: брендинг, эмоциональный брендинг, влияние, управление, личный бренд, продвижение, целевая аудитория, ценности.

Введение. Актуальность данной темы обусловлена быстрым ростом конкуренции за внимание целевой аудитории в условиях стремительного развития цифровых технологий. В современном мире продвижение личного бренда становится все более сложной задачей, а традиционные методы брендинга часто оказываются недостаточно эффективными. Проблематика исследования заключается в недостаточной глубине изучения влияния эмоционального брендинга на управление продвиже-

нием личного бренда. Существующие исследования в основном ориентированы на корпоративные бренды и коммерческие секторы, что ограничивает понимание особенностей и преимуществ эмоционального подхода.

Целью данной статьи является обзор теоретических подходов к сущности эмоционального бренда и определение силы влияния эмоционального брендинга на процесс позиционирования и продвижения личного бренда.

Методы исследования. В работе мы сравнили различные мнения авторов относительно сути эмоционального брендинга, а также применили сравнительный метод при анализе философии корпоративного бренда и личного бренда; использовали метод классификации для выделения элементов эмоционального брендинга, применимых для продвижения личного бренда, метод обобщения помог нам подвести итоги исследования.

Результаты исследования. В современных реалиях в теории маркетинга нет единого согласованного понятия «бренд». Филип Котлер дает достаточно четкое определение термина, подчеркивая, что бренд – это «кимя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от товаров и услуг конкурентов» [1, с. 201], то есть гуру маркетинга рассматривает бренд компании как набор отличительных и уникальных свойств товара, которые полностью соответствуют потребностям клиента. Данные свойства могут быть: функциональными, рациональными, осозаемыми или символическими, эмоциональными и неосозаемыми – несущими и передающими цели и миссии бренда.

Альтернативной точкой зрения является двухуровневая система Д. Аакера, включающая рациональные качества продукта и его применение и эмоциональный ряд ассоциаций потребителя. Главенствующую роль, по мнению известного исследо-

вателя, играют именно ассоциации при формировании бренда [2, с. 408].

Ряд исследований зарубежных специалистов подтверждает, что эмоциональный аспект играет ключевую роль в установлении глубоких эмоциональных связей между брендом и его аудиторией, что особенно важно в условиях информационного перенасыщения и конкуренции на рынке.

М. Гобе [3] в своей книге «Эмоциональный брендинг. Новая парадигма для связи брендов с людьми» освещает ключевые принципы и методы, которые могут быть использованы для создания эмоционально значимых брендов. Метод BrandFocus помогает компаниям выявлять тенденции и создавать уникальный образ бренда через интерактивное взаимодействие с сотрудниками и определение ключевых атрибутов, необходимых для эффективного позиционирования на рынке. SENCE – методика, объединяющая чувственное исследование с оценкой декларируемых потребностей, направленная на разработку визуальной территории бренда для точного понимания аудитории. Brand Presence® Management (BPM) – это оценочный инструмент, который анализирует уникальность бренда и его воздействие на аудиторию, фокусируясь на том, как сообщение бренда трансформируется в рыночное присутствие.

Другой точкой зрения выступает позиция Бернда Шмитта. В своей работе «Эмпирический маркетинг» [4] профессор из США разработал стратегический эмпирический модуль, основанный на типах потребительских переживаний (рис. 1).

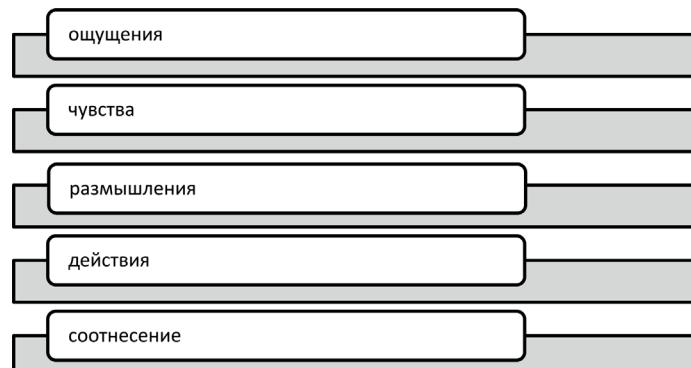


Рис. 1. Стратегические эмпирические модули (СЭМы)*

*Составлено по: [4].

Б. Шмитт полагает, что определенные переживания объясняют модели поведения потребителей при покупке.

Таким образом, М. Гобе и Б. Шмитт предлагают разные, но взаимодополняющие методы для формирования стратегии эмоционального брендинга. Стратегический подход к управлению брендом в эмоциональном брендинге предполагает акцент на создании и поддержании эмоциональных связей между брендом и его аудиторией. В отличие от традиционного подхода, который фокусируется на функциональных характеристиках продукта или услуги, эмоциональный брендинг стремится вызвать у потребителей определенные чувства, ассоциирующиеся с брендом.

Б. Шмитт определяет следующие различия между брендингом, ориентированным на свойства преимущества, и апостериорным брендингом. Так называемый опытный брендинг делает «акцент на эмпирический опыт и переживания потребителя, подход к потреблению как к комплексному явлению, признание как рациональных, так и эмоциональных мотивов потребления» [4, с. 17].

В традиционном подходе, согласно Ф. Котлеру, различают следующие методы

продвижения: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта и личная продажа [5, с. 751]. В эмоциональном брендинге выбор эмоций и способов воздействия на них становится основой стратегии продвижения. Например, использование эмоциональных триггеров, согласно Роберту Чалдини. Он считает, что существует шесть психологических способов побудить людей к требуемому действию: взаимность (например, дегустация продукции в магазине), приверженность и последовательность (любые обещания и обязательства в скриптах), симпатия (привлечение в рекламную кампанию знаменитостей), авторитет (сертификаты и документы от профессиональных ассоциаций), социальное доказательство (к примеру, сайты-отзовики) и исключительность продукта [6]. В одной из работ мы отмечали, что «бренд – это последовательный набор функциональных, эмоциональных, психологических и социальных обещаний целевому потребителю, которые являются для него уникальными и значимыми» [7, с. 75].

Проследим эволюцию развития брендинга:

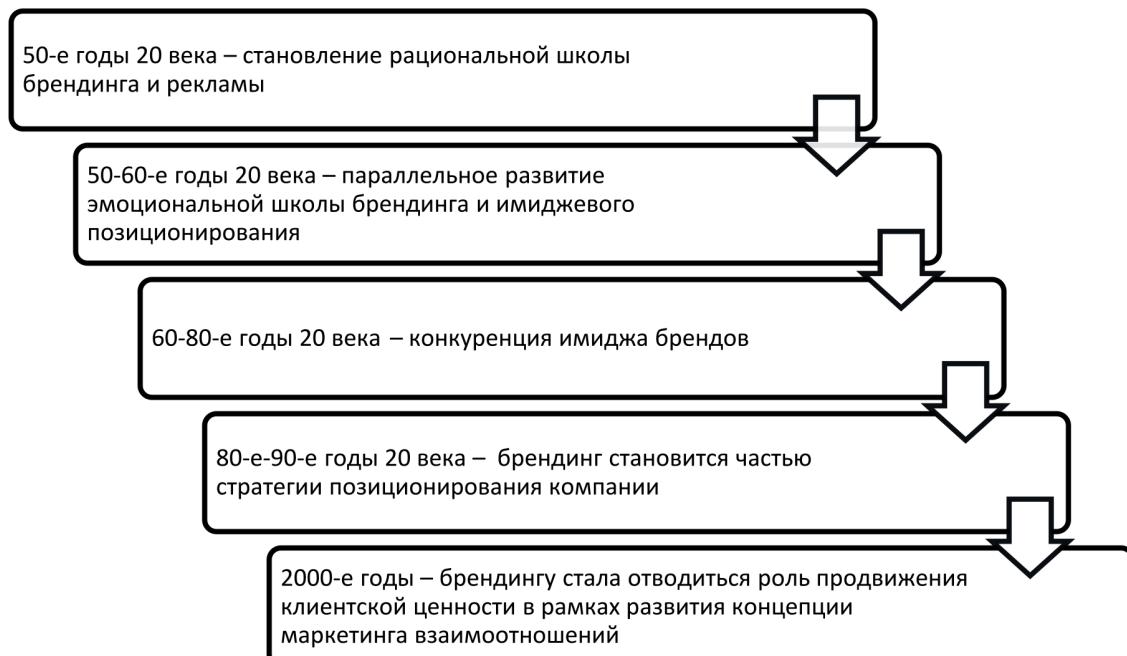


Рис. 2. Этапы развития брендинга*

*Составлено авторами.

Формирование личного бренда – это процесс создания уникального и узнаваемого имиджа или репутации личности, основанного на ее уникальных чертах, ценностях, достижениях и способностях. Оно направлено на установление и поддержание положительного восприятия и доверия со стороны целевой аудитории, что способствует достижению профессиональных и личностных целей.

В современной литературе концепция личного бренда рассматривается с различных точек зрения. Специалисты В. Макович и Л. Петров [8, с. 11] в своей работе подчеркивают, что личный бренд представляет собой уникальный комплекс качеств, черт характера и профессиональной компетентности человека. Авторы определяют составляющие личного бренда: знание, любовь, преданность, определяя суть личного бренда через чувства и эмоции, то есть на этапе создания личного бренда в него заложивается эмоциональный аспект личности.

А. Рябых, Н. Зебра [9] в своих исследованиях расширяют концепцию личного бренда, подчеркивая, что это не только самоопределение личности, но и интеграция ее внутреннего потенциала с внешними проявлениями. Авторы считают, что «главная задача персонального бренда – помочь целевой аудитории выбрать конкретного человека» [9, с. 17]. Точка зрения А. Рябых, Н. Зебра соответствует принципу «от идентичности – к индивидуальности» М. Гобе в эмоциональном брендинге, который подразумевает, что бренд должен не только заявлять о своих основных ценностях и характеристиках, но и выражать их таким образом, чтобы вызвать эмоциональный отклик у своей аудитории.

С помощью эмоционального брендинга продвижение личного бренда происходит через передачу персонализированных этических ценностей и принципов личности, соответствующих культурному воспитанию и нормам поведения в обществе, отражая

тем самым гражданскую позицию и создавая положительную репутацию в глазах аудитории. При формировании личного бренда, так же, как и для бренда компании, одним из ключевых моментов, который формирует тот самый бренд, является нахождение истинных ценностей человека. Ценности бренда служат основой для взаимодействия с клиентами и помогают выстроить отношения с публикой. Они помогают создать цельное и последовательное восприятие бренда, что является фундаментом успешной PR-стратегии через обсуждение о том, что важно для людей, и рассказы о том, чем и как живет бренд.

Согласно А. Савельеву, «ценностная составляющая, содержащаяся в формулировке миссии компании, должна соответствовать или не находиться в противоречии с философией бренда, отраженной в рекламных и информационных материалах» [10]. Это подразумевает, что то, что компания обещает своим клиентам и партнерам через свои маркетинговые материалы, должно отражать то, что она на самом деле достигает и поддерживает в своих действиях и стратегиях.

Подходы и акценты при передаче эмоциональных ценностей у корпоративных и личных брендов имеют как сходства, так и различия. Отличия между целями и миссиями компаний и личного бренда при стратегии эмоционального брендинга могут проявляться в более индивидуализированном и персонализированном подходе последнего. Личный бренд часто более непосредственно связан с личностью и уникальным жизненным опытом его создателя, что позволяет более глубоко и эмоционально связываться с аудиторией на персональном уровне. В то же время цели и миссии компаний могут быть более широкими и охватывать коллективные аспекты, такие как социальная ответственность и стратегические цели на рынке (табл. 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ философии корпоративного бренда и личного бренда*

Аспект сравнения	Корпоративный бренд		Личный бренд	
	Традиционный брендинг	Эмоциональный брендинг	Традиционный брендинг	Эмоциональный брендинг
Цели	Позиционирование на рынке, продажи, узнаваемость	Эмоциональная связь с аудиторией, лояльность аудитории	Карьерные возможности, узнаваемость, авторитет	Эмоциональная связь с аудиторией, поддержка, персонализация
Миссия	Стабильность бизнес-процессов, централизованное выполнение задач	Положительный отклик аудитории, передача ценностей и принципов	Самовыражение, личный вклад	Влияние, индивидуальные достижения, передача ценностей и принципов
Передача ценностей и принципов	Реклама, корпоративная культура, образ компании	Сторителлинг, символика компании, интерактивность	СМИ, взаимодействие с аудиторией, рекомендации других известных личностей	Персонализация, создание сообщества, интерактивность

*Составлено авторами.

Таким образом, стратегический подход к управлению брендом в парадигме бренда как эмоций предполагает акцент на создании и поддержании эмоциональных связей между брендом и потенциальным потребителем. В противоположность от традиционного подхода, который фокусируется на функциональных характеристиках продукта или услуги, эмоциональный брендинг стремится вызвать у потребителей определенные чувства, ассоциирующиеся с конкретным брендом.

На основе проведенного анализа мы выделили методы эмоционального брендинга, которые предлагаем использовать для продвижения личного бренда, а также рассмотрели предложенные методы в сравнении с методами традиционного брендинга (табл. 2).

Можно сделать важный вывод, что методы продвижения эмоционального брендинга обеспечивают более глубокое и значимое взаимодействие с аудиторией по сравне-

нию с традиционным брендингом, который в большей степени ориентирован на широкое распространение.

Жан Ноэль Капферер в своей работе «Новое стратегическое управление брендом» [11] указывает на необходимость интеграции эмоционального брендинга в стратегический процесс управления брендом.

Гуру брендинга предлагает компании активно использовать эмоциональные аспекты для усиления взаимодействия с аудиторией и создания уникального имиджа, способного выделить бренд на фоне конкурентов. «Цель брендинга заключается в донесении того имиджа и ценности, который важно донести, по мнению компании, до потребителей» [12]. Важным моментом является адаптация коммуникационных стратегий для передачи эмоциональных ценностей и принципов, которые соответствуют целям и миссии бренда.

Сравнительная характеристика методов традиционного и эмоционального брендинга, используемых при продвижении личного бренда

Эмоциональный брендинг	Традиционный брендинг
Создание контента с отражением личного опыта	Высококачественный контент
Сторителлинг	Позиционирование
Персонализация	Реклама и PR
Интерактивность контента	Мероприятия
Использование визуальных и вербальных элементов	SEO и контекстная реклама
Активное взаимодействие с аудиторией	Спонсорство
Демонстрация социальной ответственности: участие в благотворительных акциях и проектах	Product placement (скрытая реклама)
Коллаборации с известными личностями	Контент-маркетинг
«Живые» трансляции	Event-маркетинг

Здесь необходимо учитывать, что клиентов бренда нужно искать в сети Интернет, в том числе в соцсетях. «Выбор инструментов продвижения в сети «Интернет» должен соответствовать целям и задачам маркетингового продвижения и применяться в комплексе с другими маркетинговыми коммуникациями» [13, с. 34].

Ф. Котлер и К.Л. Келлер [14] представляют комплексный подход к стратегическому управлению брендом. Их стратегии включают четкую идентификацию ценностей и миссии бренда, акцент на позиционировании на рынке, адаптацию эффективных коммуникационных стратегий для передачи эмоциональных и ценностных аспектов, а также интеграцию современных цифровых технологий, таких как социальные сети и контент-маркетинг для усиления взаимодействия с аудиторией и формирования глубоких эмоциональных связей. Эти подходы обосновывают не только концептуальные основы управления брендом, но и способы их реализации в современном маркетинговом практикуме.

Выводы и заключение. Мы пришли к выводу, что эмоциональный брендинг важен не только при позиционировании компаний. При управлении продвижением личного бренда необходимо также делать акцент на эмоциональном брендинге.

В работе мы предлагаем использовать известные подходы и методы эмоционального брендинга для продвижения и управления продвижением личного бренда.

Теоретическая важность научной работы состоит в обобщении подходов зарубежных и отечественных авторов к парадигме эмоционального брендинга. Практическая значимость работы заключается в возможности использования результатов проведенного исследования для продвижения личного бренда бизнесменов, блогеров и других заинтересованных лиц. Основные выводы, полученные в ходе анализа, могут использоваться при дальнейших исследованиях влияния эмоционального бренда на восприятие потребителями маркетинговых активностей учреждений сферы культуры.

Список литературы

1. Kotler, P., Keller, K. L. Marketing Management. – Upper Saddle River, NJ : Pearson Education, 2012. – 824 p.
2. Aaker, D. A. Building Strong Brands. – New York : Free Press, 2010.
3. Gobé, M. Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People. – New York : Allworth Press, 2001. – 358 p.
4. Schmitt, B. Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate. – New York : Free Press, 1999. – 312 p.
5. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг, В. Вонг [и др.] ; пер. с англ. А. В. Назаренко, А. Н. Свирид. – Москва ; Санкт-Петербург ; Киев : Вильямс, 1998. – 1056 с. – Текст : непосредственный.
6. Чалдини, Р. Психология влияния / Р. Чалдини. – 5-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2022. – Текст : непосредственный.
7. Жукова, Е. Е. Клиентоориентированность как ключевая ценность современного конкурентоспособного бизнеса : монография / Е. Е. Жукова, Т. В. Суворова, В. В. Бурлаков. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 163 с. – ISBN 978-5-16-112646-2. – URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2157884> (дата обращения: 08.07.2024). – Режим доступа: по подписке. – Текст : электронный.
8. Петров, Л. Сделай себе имя! Построение личного бренда / Л. Петров, В. Макович. – Санкт-Петербург : Питер, 2013. – 176 с. – Текст : непосредственный.
9. Рябых, А. В. Персональный бренд: создание и продвижение. – Москва, 2015 – 298 с. – Текст : непосредственный.
10. Савельев, А. А. Миссия компании как философия бренда (на примере российского телекоммуникационного рынка) А. А. Савельев. – Текст : непосредственный // Вестник евразийской науки. – 2020. – Т. 12. – № 4. – С. 57.
11. Kapferer, J. N. The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. – Kogan page publishers, 2012. – 512 p.
12. Suvorova, T. V. Managing brand positioning on the internet among rapidly developing beauty standards // Human Progress. – 2024. – Том 10. – Вып. 3. – С 1-12. – URL: http://progresshuman.com/images/2024/Tom10_3/Suvorova.pdf. – DOI: 10.34709/IM.1103. – EDN WRLAUL. – Текст : электронный.
13. Жукова, Е. Е. Выбор инструментов маркетинговых коммуникаций в интернет-среде / Е. Е. Жукова, Л. Г. Богатырева. – Текст : непосредственный // На страже экономики. – 2023. – № 4(27). – С. 28–34. – DOI: 10.36511/2588-0071-2023-4-28-34. – EDN MWOEPM.
14. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : учебник / Ф. Котлер, К. А. Келлер. – Изд. 12-е, доп. – Санкт-Петербург, 2006. – 816 с. – Текст : непосредственный

Suvorova T.V.

Moscow Financial and Industrial University "Synergy" (University "Synergy"), Candidate of Pedagogy, Associate Professor, Chair of Marketing

Filipcov M.V.

Moscow Financial and Industrial University "Synergy" (University "Synergy"), Postgraduate Student

INFLUENCE OF EMOTIONAL BRANDING ON THE MANAGEMENT OF PERSONAL BRAND PROMOTION

Abstract. In today's hyper-competitive world, many companies understand the importance of promoting mono- or multi-brands to attract customers. At the same time, the issues of promoting a personal brand remain relevant and significant. Due to the fact that there is no ready-made template for promoting a personal brand, it seems reasonable to use emotional branding when managing promotion. The purpose of this article is to review theoretical approaches to the concept of emotional brand and identify strategies for managing a personal brand through an emotional brand or "experience marketing." The work used methods of analysis and synthesis, comparison and generalization. The main results of the study were: systematization of theoretical approaches of specialists and practitioners in the field of branding to the definition and essential characteristics of an emotional brand; and presenting a comparative analysis of methods for using emotional and personal branding to manage promotions. The authors conclude that, unlike the traditional approach to brand development, which focuses on the functional characteristics of the product/service, emotional branding seeks to evoke positive feelings and associations with the brand in consumers. The feasibility of using approaches to emotional branding common in scientific circles to promote and manage the promotion of a personal brand has been discovered.

Keywords: branding, emotional branding, influence, management, personal brand, promotion, target audience, values.

References

1. Kotler, P., Keller, K.L. (2012). Marketing management. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
2. Aaker, D.A. (2010). Building strong brands. New York: Free Press.
3. Gobé, M. (2001). Emotional branding: The new paradigm for connecting brands to people. New York: Allworth Press.
4. Schmitt, B. (1999). Experiential marketing: how to get customers to sense, feel, think, act, relate. New York: Free Press.
5. Kotler, P. et al. (1998). Osnovy marketinga Fundamentals of marketing. Tr. from English by A.V. Nazarenko, A.N. Svirid. M.; St. Petersburg; K.: Williams.

6. Cialdini, R. (2022). Psikhologiya vliyaniya [Psychology of influence]. 5th ed. Peter.
7. Zhukova, E.E., Suvorova, T. V., Burlakov, V. V. (2024). Kliyento riyentirovannost' kak klyuchevaya tsennost' sovremennoogo konkurentosposobnogo biznesa: monografiya [Customer focus as a key value of modern competitive business: monograph]. Moscow: INFRA-M. ISBN 978-5-16-112646-2. Retrieved from: <https://znanium.ru/catalog/product/2157884>.
8. Petrov, L., Makovich, V. (2013). Sdelay sebe imya! Postroyeniye lichnogo brenda [Make a name for yourself! Building a personal brand]. St. Petersburg: Peter.

-
9. Ryabykh, A.V. (2015). Nika Zebra Personal'nyy brend: sozdaniye i prodvizheniye [Nika Zebra Personal brand: creation and promotion]. Moscow.
10. Savelyev, A.A. (2020). Missiya kompanii kak filosofiya brenda (na primere rossiyskogo telekommunikatsionnogo rynka) [Company mission as a brand philosophy (Russian telecommunications market as a case study)]. Vestnik yevraziyskoy nauki [Bulletin of Eurasian Science]. 12 (4), 57.
11. Kapferer, J.N. (2012). The new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking. Kogan Page Publishers.
12. Suvorova, T.V. (2024). Managing brand positioning on the internet among rapidly developing beauty standards. Human Progress. 10 (3), 1-12. Retrieved from: http://progresshuman.com/images/2024/Tom10_3/Suvorova.pdf. DOI10.34709/IM.1103. EDN WRLAUL.
13. Zhukova, E.E., Bogatyreva, L.G. (2023). Vybor instrumentov marketingovykh kommunikatsiy v internet-srede [Selection of marketing communications tools in the Internet environment]. Na strazhe ekonomiki [On Guard of the Economy]. 4 (27), 28-34. DOI 10.36511/2588-0071-2023-4-28-34. EDN MWOEPM.
14. Kotler, P., Keller, K.L. (2006). Marketing menedzhment: uchebnik [Marketing management": textbook]. St. Petersburg. 12th rev. ed.

e-mail: suvori.suvorova@yandex.ru

Сотник А.П.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, ст. преподаватель кафедры гостинично-туристического сервиса, коммерции и рекламы

МАРКЕТИНГОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕНДЕНЦИЙ И ОСОБЕННОСТЕЙ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье отражена маркетинговая характеристика рынка туристских услуг Белгородской области, его особенности и тенденции. Индустрия туризма является частью региональной экономики, включающей в себя туристские, гостиничные, экскурсионные, промышленные, сельскохозяйственные, досуговые, транспортные и иные предприятия, позволяющие сформировать полноценный туристский продукт. Целью исследования явился анализ тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг. В ходе исследования тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг были применены методы теоретического (анализ и синтез) и эмпирического познания (наблюдение, сравнение и обобщение). Материалы и результаты исследования основаны на анализе экспертных мнений, исследований туристского рынка в условиях пандемии коронавируса и меняющейся политической обстановки, оценки динамики и трендов развития туризма на территории Белгородской области под влиянием внешних факторов в 2020–2022 гг. В статье отражены факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма в Белгородской области, а также определены его приоритетные виды. Наличие полноценной статистической информации о деятельности туристских фирм и движении туристских потоков позволило выявить проблемы регионального туризма, а также определить векторы его развития. На основании проведенного исследования были сформулированы выводы и предложены пути развития рынка туристских услуг Белгородской области.

Ключевые слова: туризм, Белгородская область, туристский рынок, туристский продукт, маркетинговые исследования.

Введение. Индустрия туризма является частью региональной экономики, включающей в себя туристские, гостиничные, экскурсионные, промышленные, сельскохозяйственные, досуговые, транспортные и иные предприятия, позволяющие сформировать полноценный туристский продукт.

Белгородская область расположена в южной части России и имеет приграничное положение, кроме того, регион обладает высокой степенью освоенности и заселенности территорий и развитой транспортной инфраструктурой, а также соседствует с экономически развитыми субъектами.

Белгородская область представляет собой яркий пример успешного развития региона Российской Федерации, реализация крупных инфраструктурных и социальных проектов, расширение логистической сети, решение кадровых вопросов и создание новых рабочих мест способствуют стабильному росту экономики и улучшению условий для жизни.

Активная поддержка правительства Белгородской области в создании новых производств и бизнеса, не характерных для данного региона, наглядно демонстрирует стремление к инновациям и разнообра-

зию в экономике, происходит плодотворное взаимодействие с крупными компаниями и высшими учебными заведениями с целью привлечения высококвалифицированных специалистов.

В Белгородской области реализуется последовательная экономическая и инвестиционная политика, нацеленная на развитие промышленного и сельскохозяйственного секторов, призванная стимулировать экономический рост и повышать конкурентоспособность региона как внутри страны, так и на мировой арене. Благодаря мощному научно-образовательному потенциалу и диверсификации экономики Белгородская область укрепляет свои позиции как один из ключевых регионов страны, способствует общему процветанию и благосостоянию жителей.

Теоретической и методологической основой исследования явились нормативные акты РФ в области совершенствования отечественной индустрии туризма. Вопросами исследования тенденций и особенностей развития регионального рынка туристских услуг занимались различные ученые, среди них: С.А. Быстров, С.К. Волков, Н.И. Гранин, Е.Л. Драчева, М.В. Ефремова, М.А. Жукова, Е.О. Золотарева, В.В. Лысенко [5], Е.И. Макринова [6, 7, 8], И.В. Роздольская [10], Т.Ю. Симонова, О.В. Шпырня [11] и другие.

Целью данного исследования явился анализ тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг Белгородской области.

Методы исследования. В процессе исследования тенденций и особенностей развития рынка туристских услуг были применены методы теоретического (анализ и синтез) и эмпирического познания (наблюдение, сравнение и обобщение). Материалы и результаты исследования основаны на анализе экспертных мнений, исследований туристского рынка в условиях пандемии коронавируса и меняющейся по-

литической обстановки, оценки динамики и трендов развития туризма на территории Белгородской области под влиянием внешних факторов в 2020–2022 гг.

Результаты исследования. В настоящее время на территории региона большое внимание направлено на развитие туризма, наиболее приоритетными видами которого являются промышленный, событийный, гастрономический, культурно-познавательный и агротуризм.

Важнейшей целью развития регионального туризма является возрождение и сохранение традиций и обычая, привлечение молодежи к освоению рабочих профессий и активизация продвижения национального туристского продукта.

В условиях рыночной экономики также следует отметить тот факт, что на данном этапе своего развития индустрия туризма не получила должного развития, чтобы существенно влиять на экономику региона. Несмотря на имеющийся природно-рекреационный и историко-культурный потенциал Белгородской области, развитие туризма здесь сталкивается с некоторыми трудностями. На рисунке 1 отражены факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма в Белгородской области.

Белгородская область – успешно развивающийся регион, где индустрия туризма является одним из наиболее приоритетных направлений развития. Туристские организации, оказывающие различные виды туристских услуг, в основном сосредоточены в более крупных городах региона (Белгород, Алексеевка, Валуйки, Губкин, Старый Оскол, Шебекино), а также в муниципальных образованиях (Белгородский, Борисовский, Волоконовский, Красногвардейский, Прохоровский, Ракитянский, Чернянский районы, Яковлевский, Грайворонский, Старооскольский, Алексеевский городские округа) [1, 2, 3, 9].

ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ



Рис. 1. Факторы, оказывающие воздействие на развитие туризма в Белгородской области

Нами был проведен анализ статистических показателей деятельности туристических компаний Белгородской области за период 2020–2022 гг.

На протяжении исследуемого периода число туристских предприятий постоянно колебалось, что объясняется вли-

янием пандемии Covid-19 и специальной военной операции (рис. 2). Однако необходимо отметить, что в общем количестве туристских организаций большую долю составляют именно турагентские компании, туроператорские же остаются в меньшинстве.

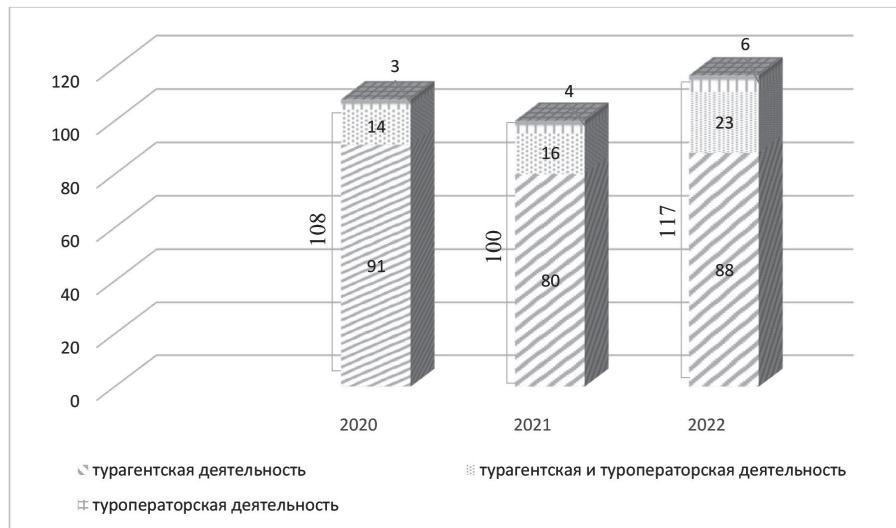


Рис. 2. Динамика количества туристических организаций, действующих на территории Белгородской области в разрезе видов деятельности, за 2020–2022 гг., ед.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

По данным Федеральной службы государственной статистики по Белгородской области, в 2020 году на территории региона свою деятельность осуществляло 108 туристических компаний, из них: 91 единица осуществляла турагентскую деятельность, 14 – совмещали функции туроператора и турагента и 3 организации функционировали как туроператоры.

В 2021 году численность туристских компаний сократилась и составила 100 единиц: 80 – турагенты, 16 компаний осуществляли функции туроператоров и турагентов, 4 – оказывали исключительно туроператорские услуги.

Сравнивая данные за 2020 и 2022 годы, можно отметить увеличение количества туристических компаний на 9 единиц, что в общей численности составило 117. Также наблюдается рост числа туроператорских компаний и фирм, которые занимаются как туроператорской, так и турагентской деятельностью. В то же время количество турагентских компаний сократилось с 91 единицы до 88.

Рассмотрим динамику числа туроператорских компаний в разрезе видов туризма (рис. 3).

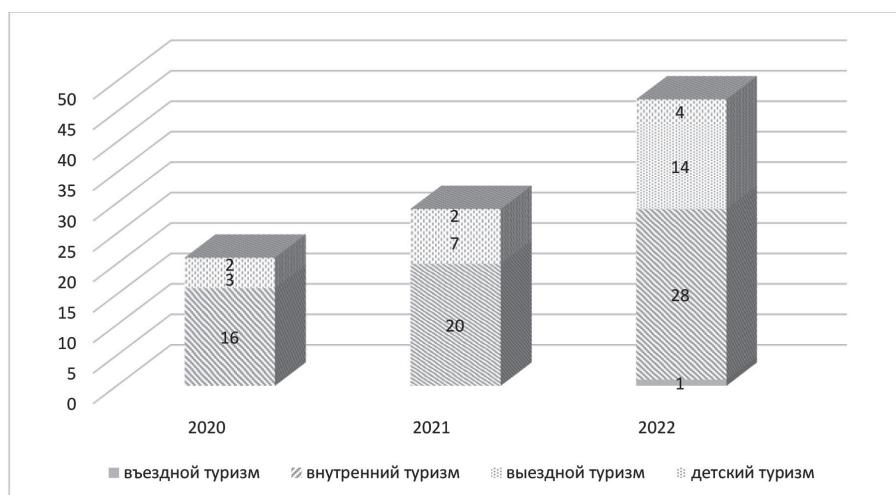


Рис. 3. Динамика числа туроператорских компаний в разрезе видов туризма, ед.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

За период с 2020 по 2022 год количество туроператоров (с учетом компаний, осуществляющих свою деятельность как в качестве туроператоров, так и турагентов) увеличилось с 21 единицы до 47. Основная часть туроператорских компаний осуществляет свою деятельность в сфере внутреннего туризма, что доказывает важность и актуальность данного направления.

Наличие полноценной статистической информации о деятельности туристских фирм и движении туристских потоков позволяет выявить проблемы регионального туризма, а также определить векторы его развития.

Проанализируем статистические данные численности туристов, обслуженных туристскими компаниями Белгородской области за 2020–2022 гг. (рис. 4).

В 2020 году число обслуженных турфирмами туристов составило 19262 человека

ка, что в общей численности населения Белгородской области лишь 1,24%, из них: 9634 человека совершили путешествия по России и 9620 человек по зарубежным странам.

В 2021 году количество обслуженных туристов увеличилось до 28099 человек, или 1,82 % от общей численности населения. Такой рост обусловлен снятием «ковидных» ограничений и частичным открытием границ, в связи с чем наблюдается существенное превышение числа зарубежных путешествий (18300 человек) над поездками внутри страны (9799 человек).

В 2022 году данный показатель снизился до отметки в 25932 человека, что в процентном соотношении от общей численности населения Белгородской области – 1,71. Произошла переориентация туристского спроса с зарубежных направлений – 111661 человек, на отечественные – 14271 человек.

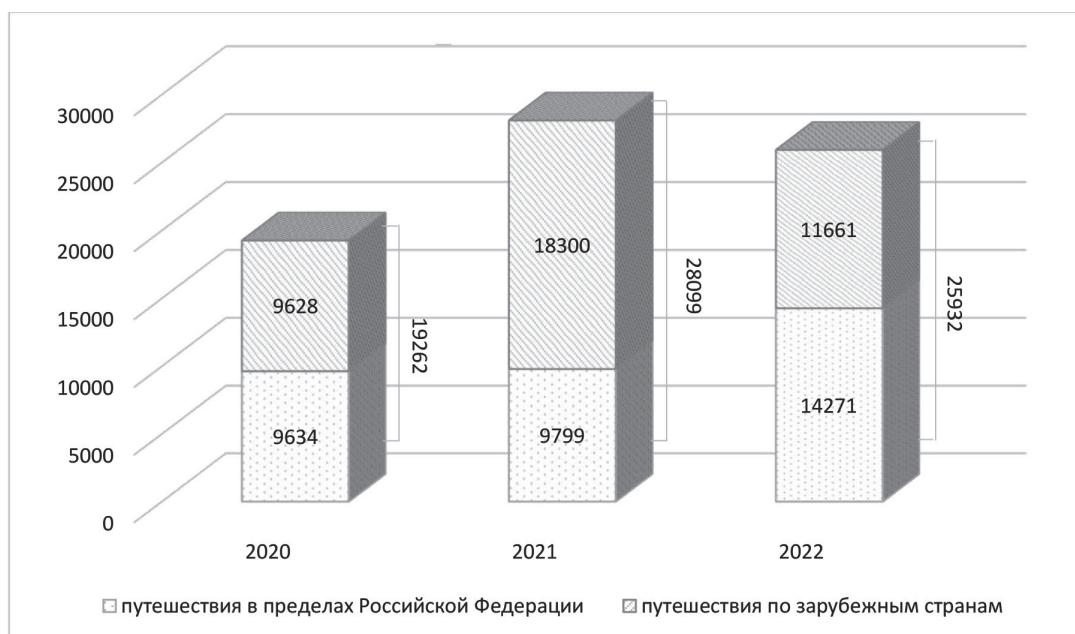


Рис. 4. Динамика численности обслуженных туристскими компаниями жителей Белгородской области, чел.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

Стоит отметить, что в представленных расчетах не учтены туристы, предпочитающие планировать свои путешествия самостоятельно.

Такие изменения числа обслуженных туристов туристическими компаниями Белгородской области связаны с влиянием последствий пандемии Covid-19, санкционной

политики некоторых зарубежных стран по отношению к Российской Федерации, а также началом специальной военной операции.

Изучение структуры объема расходов туристов и расчет вклада предприятий ин-

дустрии туризма в становление экономики Белгородской области и государства в целом являются неотъемлемой составляющей в исследовании тенденций и особенностей развития регионального туристского рынка (рис. 5).

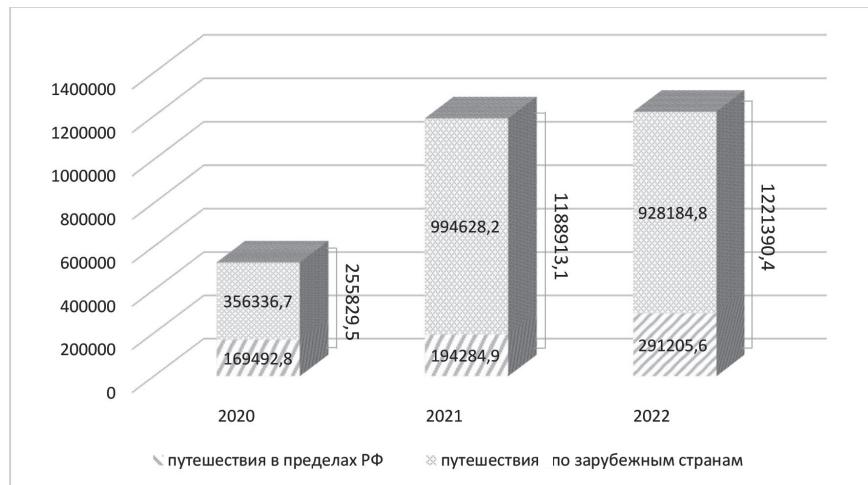


Рис. 5. Динамика расходов туристов на путешествия за 2020–2022 гг., тыс. руб.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

В 2020 году расходы жителей Белгородской области на путешествия составили 525829,5 тыс. руб., из них: 169492,8 тыс. руб. – в пределах страны и 356336,7 тыс. руб. – по зарубежным странам.

В 2021 году данный показатель увеличился более чем в два раза и составил 1188913,1 тыс. руб., на путешествия по России туристы потратили 194284,9 тыс. руб. и 994628,2 тыс. руб. – на поездки по странам

мира. Увеличение затрат связано в первую очередь с ростом числа туристов, повышением цен на транспортные и гостиничные услуги, а также колебанием курса валют.

На протяжении исследуемого периода менялась и средняя стоимость одного турпродукта, связано это с увеличением стоимости гостиничных и транспортных услуг, а также с повышением спроса на внутренние туристские продукты (рис. 6).

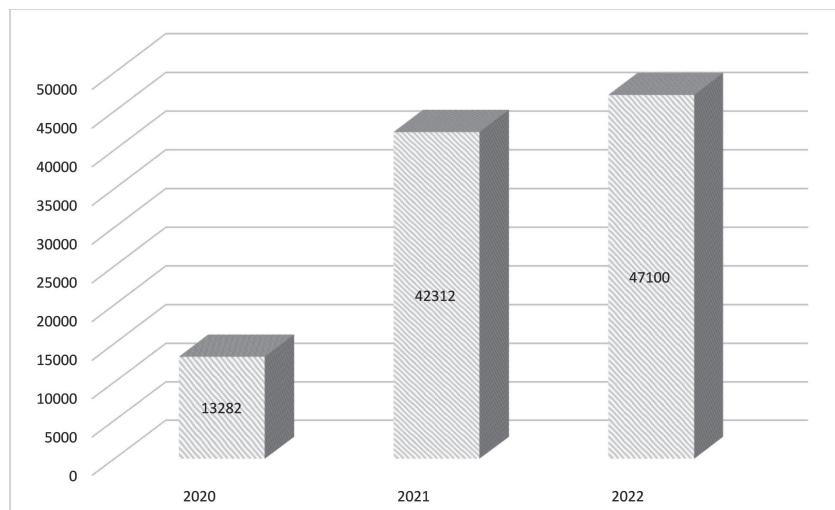


Рис. 6. Динамика средней стоимости одного турпродукта за 2020–2022 гг., тыс. руб.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

В 2020 году в связи с пандемией Covid-19 поток туристов резко сократился и основная часть путешествий была в пределах Российской Федерации, а средняя стоимость одного турпродукта составила 13282 руб. В 2021 году данный показатель увеличился до 42312 руб. за единицу по отношению к 2020 году, в 2022 средняя стоимость одного турпродукта увеличилась на 11,3% и составила 47100 руб.

В 2022 году, несмотря на сокращение потока туристов, их расходы на путеше-

шествия в целом увеличились и составили 1221390,4 тыс. руб., из них: 291205,6 тыс. руб. – путешествия внутри страны и 928184,8 тыс. руб. – путешествия по зарубежным странам.

На протяжении всего исследуемого периода оставались неизменными популярные туристские направления. Чаще всего жители Белгородской области посещали такие страны, как Турция, Египет, ОАЭ, Таиланд и др. (рис. 7).

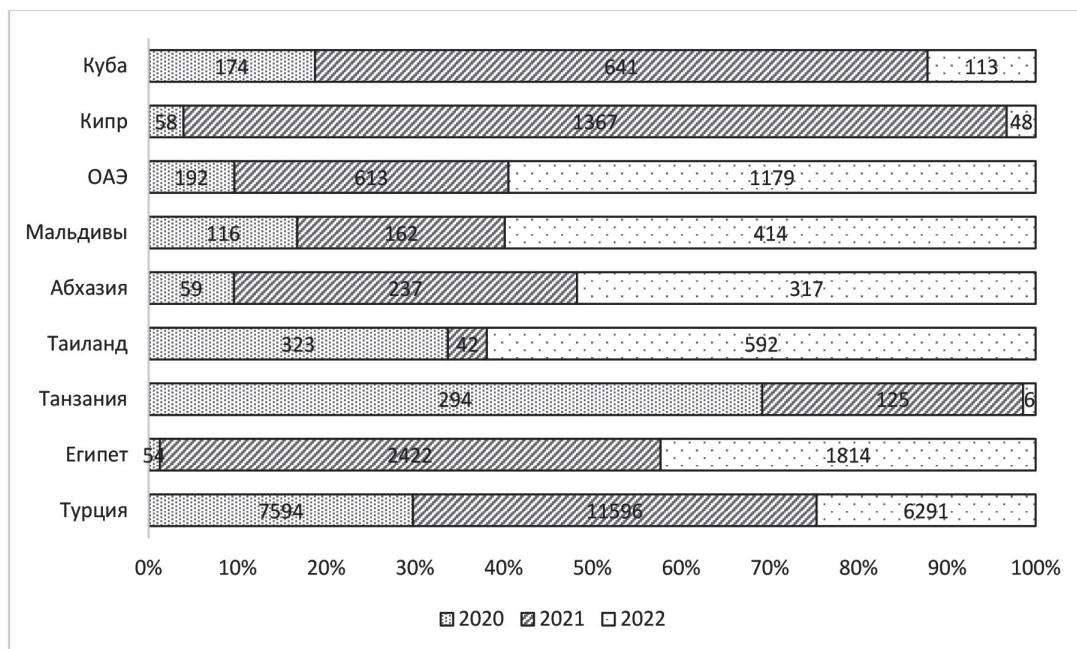


Рис. 7. Популярные зарубежные направления среди туристов Белгородской области за 2020–2022 г., чел.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

Как видно из рисунка, в 2022 году произошло резкое сокращение числа поездок по всем направлениям.

Краснодарский край является бесменным лидером по количеству туристских поездок среди жителей Белгородской области, также популярными направлениями являются: Республика Крым, города федерального значения Москва, Санкт-Петербург и Севастополь, Ставропольский край и др. (рис. 8).

Ввиду закрытия границ в 2022 году произошло значительное увеличение туристского потока по многим отечественным направлениям.

Следует отметить, что путешествия внутри региона становятся все более популярными, это связано с появлением новых туристских направлений, совершенствованием инфраструктуры, а также с развитием новых видов туризма.

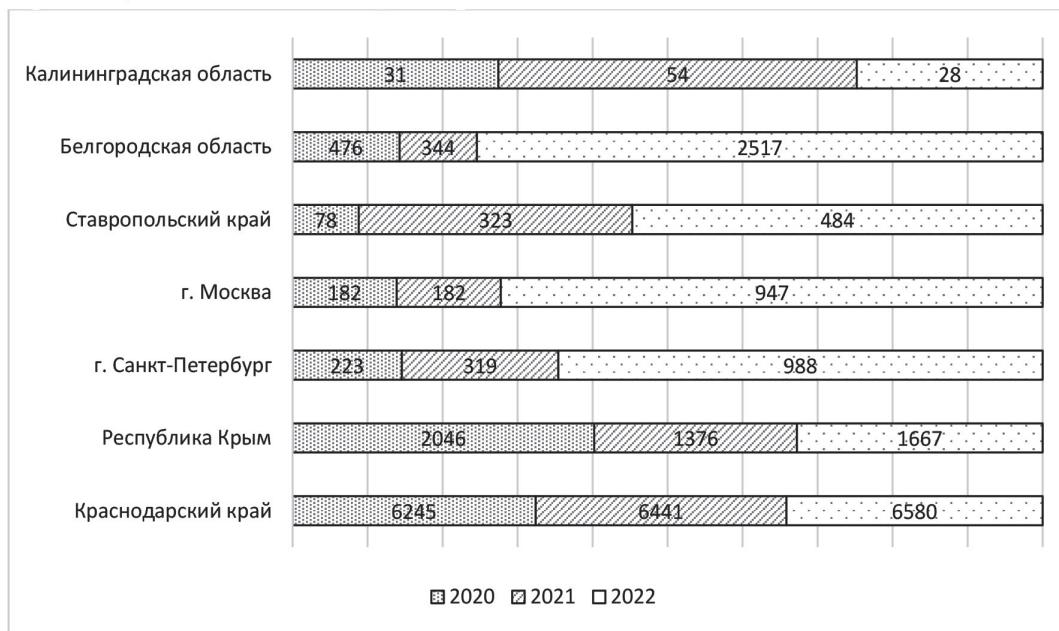


Рис. 8. Популярные отечественные направления среди туристов Белгородской области за 2020 – 2022 гг., ед.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

Кроме того, с целью стимулирования развития внутреннего туризма была разработана и внедрена государственная программа «Туристический кэшбэк», что также способствовало увеличению туристского потока в пределах Российской Федерации.

Неотъемлемой частью индустрии туризма является рынок гостиничных услуг. Рассмотрим ключевые показатели его развития (табл.).

Таблица

Ключевые показатели развития рынка гостиничных услуг Белгородской области за 2020–2022 гг.*

Показатель	Годы			Отклонение 2022/2020	
	2020	2021	2022	=, –	%
Среднесписочная численность работников, чел.	2903	2863	2732	-171	94,1
Численность размещенных лиц, чел.	216343	322299	298510	82167	137,9
Среди них:					
граждане РФ	208642	309251	281918	73276	135,1
иностранные граждане	7701	13048	16592	8891	215,5
Доходы от реализации услуг размещения, тыс. руб.	1357670,0	2016408,2	2198298,0	840628	161,9
Число коллективных средств размещения, ед.	186	182	184	-2	98,9

*Составлено по: [1, 2, 3].

За период 2020–2022 гг. произошло сокращение среднесписочной численности работников, что напрямую связано с сокра-

щением количества коллективных средств размещения (рис. 9).

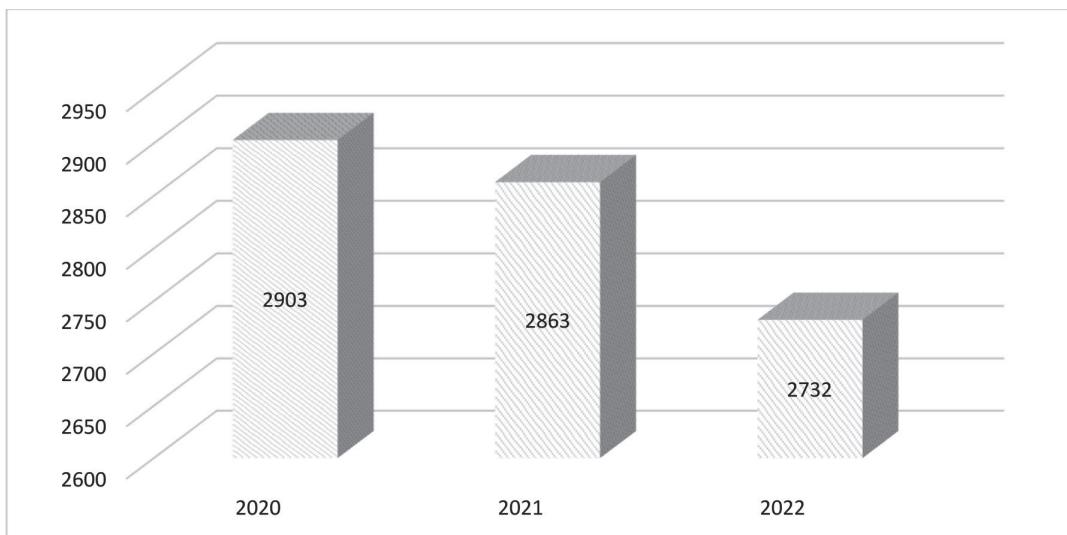


Рис. 9. Динамика среднесписочной численности работников коллективных средств размещения Белгородской области за 2020–2022 гг., чел.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

Следует отметить, что на протяжении всего периода наблюдался рост доходов коллективных средств размещения, что связано с увеличением стоимости услуг проживания.

Также наблюдался рост численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения (рис. 10).



Рис. 10. Динамика численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения Белгородской области, чел.*

*Составлено по: [1, 2, 3].

Увеличение численности лиц, размещенных в коллективных средствах размещения Белгородской области, связано с переселением в целях безопасности граждан РФ из приграничных территорий, а также притоком иностранных граждан.

Выводы и заключение. Проведенное исследование маркетинговых характеристик рынка туристских услуг Белгородской области позволяет выявить положительные тенденции и особенности его развития.

Определение проблем развития регионального туризма подчеркивает необходимость проведения дальнейших научных исследований в этой области. Для повышения обоснованности разрабатываемых и реализуемых региональных программ развития туристического сектора необходимо использовать точные статистические данные и эмпирические методы, учитывая их влияние на социально-экономическое развитие региона.

В условиях жесткой конкуренции на туристском рынке Белгородской области крайне важно обладать глубоким пониманием потребностей туристов в конкретный момент времени.

В настоящее время Белгородская область испытывает трудности в развитии туризма, это связано с последствиями пандемии Covid-19 и нестабильной экономической и политической ситуации, в связи с чем необходимо искать новые пути становления регионального рынка туристских услуг.

Проблемами развития регионального рынка туристских услуг являются: слабое информационное освещение туристских событий, цифровое неравенство и отсутствие у представителей бизнеса понимания необходимости реализации маркетинговых мероприятий.

Для успешного развития туризма в Белгородской области необходима консолидация усилий всех участников рынка туристских услуг: Управления по туризму Белгородской области, Белгородского центра туризма, туроператорских и турагентских

компаний, средств размещения, музеиных и досуговых предприятий. Особое внимание следует обратить на использование инструментов маркетингового планирования и сопровождения рекламных кампаний регионального туристского продукта.

Список литературы

1. Белгородская область в цифрах (2020) : краткий статистический сборник / Белгородстат. – Белгород, 2020. – 244 с. – Текст : непосредственный.
2. Белгородская область в цифрах (2021) : краткий статистический сборник / Белгородстат. – Белгород, 2021. – 240 с. – Текст : непосредственный.
3. Белгородская область в цифрах (2022) : краткий статистический сборник / Белгородстат. – Белгород, 2022. – 236 с. – Текст : непосредственный.
4. **Волков, С. К.** Маркетинговое управление продуктом на рынке туристских услуг РФ : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук : специальность 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности, в т.ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями; региональная экономика; логистика; экономика труда; экономика народонаселения и демография; экономика природопользования; экономика предпринимательства; маркетинг; менеджмент; ценообразование; экономическая безопасность; стандартизация и управление качеством продукции; землеустройство; рекреация и туризм)» / Волков Сергей Константинович. – Волгоград, 2010. – 168 с. – Текст : непосредственный.
5. **Лысенко, В. В.** Использование маркетингового подхода в продвижении туристской территории / В. В. Лысенко, А. П. Сотник. – Текст : непосредственный // Актуальные проблемы коммерции,

логистики и маркетинга в условиях // трансформации современной экономики : сСборник научных статей международной научно-практической конференции (Гомель, 20 октября 2022 года) / редколлегия : Е. П. Багрянцева [и др.] ; под научной редакцией Е. П. Багрянцевой. – Гомель : Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2022. – С. 83–86.

6. **Макринова, Е. И.** Направления развития электронной коммерции в туризме и гостеприимстве: тренды и новые решения / Е. И. Макринова, Т. Ю. Симонова, Е. О. Святая. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2021. – № 3(88). – С. 209–217. – DOI 10.21295/2223-5639-2021-3-209-217.

7. **Макринова, Е. И.** Белгородский стандарт гостеприимства как объективный показатель привлекательности объектов гостинично-туристического бизнеса региона: методический инструментарий и результаты конкурсной аналитики / Е. И. Макринова, Е. О. Золотарева, Т. Ю. Симонова. – Текст : непосредственный // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2023. – Т. 9, № 4. – С. 98–110. – DOI 10.18413/2408-9346-2023-4-0-8.

8. **Макринова, Е. И.** Маркетинговое и аналитическое сопровождение внедрения

региональных стандартов гостеприимства / Е. И. Макринова, Е. О. Святая, И. Я. Подзолкова. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 5(96). – С. 123–137. – DOI 10.21295/2223-5639-2022-5-123-137.

9. Методические рекомендации «Стандарт гостеприимства Белогорья». – URL:https://visitbelgorod.ru/media/site_platform_media/2022/8/15/metodicheskie-rekomendatsii-standart-gostepriimstva-belogorya.pdf (дата обращения: 04.07.2024). – Текст : электронный.

10. **Роздольская, И. В.** Информативно-целевое назначение конгрессно-выставочного туризма в новой реальности развития региона / И. В. Роздольская, М. Е. Ледовская, В. В. Лысенко, И. С. Болотова. – Текст : неспосредственный // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – Т. 11, № 1(71). – С. 109–124. – DOI 10.22412/1995-042X-11-1-10.

11. **Шпырня, О. В.** Новые технологии развития рынка туристских услуг / О. В. Шпырня, М. В. Коренева. – Текст : непосредственный // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – № 4(28). – С. 113–116. – DOI 10.31775/2305-3100-2019-4-113-116.

Sotnik A.P.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Senior lecturer, Chair of Hotel and Tourist Services, Commerce and Advertising

MARKETING CHARACTERISTICS OF TRENDS AND FEATURES OF THE TOURISM SERVICES MARKET DEVELOPMENT OF BELGOROD REGION

Abstract. The article reflects the marketing characteristics of the tourist services market of the Belgorod region, its features and trends. The tourism industry is part of the regional economy, including tourism, hotel, excursion, industrial, agricultural, leisure, transport and other enterprises that allow you to form a full-fledged tourist product. The purpose of the study was to analyze the trends and features of the development of the tourist services market. In the course of the study of trends and features of the development of the tourist services market, the methods of theoretical (analysis and synthesis) and empirical knowledge (observation, comparison and generalization) were used. The materials and results of the study are based on the analysis of expert opinions, research of the tourism market in the context of the coronavirus pandemic and the changing political situation, assessment of the dynamics and trends in tourism development in the Belgorod region under the influence of external factors in 2020-2022. The article reflects the factors influencing the development of tourism in the Belgorod region, and also identifies its priority types. Availability of full statistical information on the activities of tourist companies and the movement of tourist flows allowed to identify the problems of regional tourism, as well as to determine the vectors of its development. Based on the conducted research, conclusions were formulated and ways of development of the tourist services market of the Belgorod region were proposed.

Keywords: tourism, Belgorod region, tourist market, tourist product, marketing research.

References

1. Belgorodskaya oblast' v tsifrakh (2020): kratkiy statisticheskiy sbornik [Belgorod region in figures (2020): brief statistical collection]. Belgorodstat. Belgorod, 2020.
2. Belgorodskaya oblast' v tsifrakh (2021): kratkiy statisticheskiy sbornik [Belgorod region in figures (2021): brief statistical collection]. Belgorodstat. Belgorod, 2021.
3. Belgorodskaya oblast' v tsifrakh (2022): kratkiy statisticheskiy sbornik [Belgorod region in figures (2022): brief statistical collection]. Belgorodstat. Belgorod, 2022.
4. Волков, С.К. (2010). Marketingovoye upravleniye produktom na rynke turistskikh uslug RF: spetsial'nost' 08.00.05 «Ekonomika i upravleniye narodnym khozyaystvom (po otraslyam i sferam deyatel'nosti, v t.ch.: ekonomika, organizatsiya i upravleniye

predpriyatiyami, otraslyami, kompleksami; upravleniye innovatsiyami; regional'nay a ekonomika; logistika; ekonomika truda; ekonomika narodonaseleniya i demografiya; ekonomika prirodopol'zovaniya; ekonomika predprinimatel'stva; marketing; menedzhment; tsenoobrazovaniye; ekonomiceskaya bezopasnost'; standartizatsiya i upravleniye kachestvom produktsii; zemleustroystvo; rekreatsiya i turizm»): dissertatsiya na soiskaniye uchenoy stepeni kandidata ekonomiceskikh nauk [Marketing product management in the Russian tourist services market: specialty 08.00.05 "Economics and management of the national economy (by industries and areas of activity, including: economics, organization and management of enterprises, industries, complexes; innovation management; regional economics; logistics; labor economics; population economics and

demography; economics of natural resource management; economics of entrepreneurship; marketing; management; pricing; economic security; standardization and product quality management; land management; recreation and tourism)": dissertation for the degree of candidate of economic sciences]. Volgograd.

5. Lysenko, V.V., Sotnik, A.P. (2022). Ispol'zovaniye marketingovogo podkhoda v prodvizhenii turistskoy territorii [Using a marketing approach in promoting a tourist territory]. Aktual'nyye problemy kommersii, logistiki i marketinga v usloviyakh transformatsii sovremennoy ekonomiki: Sbornik nauchnykh statey mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Gomel', 20 oktyabrya 2022 goda [Actual Problems of Commerce, Logistics and Marketing in the Context of Transformation of the Modern Economy: Collection of Scientific Articles from the International Scientific and Practical Conference, Gomel, October 20, 2022]. Gomel: Byelorussian Trade and Economics University of Consumer Cooperation P. 83-86. EDN BKCVQC.

6. Makrinova, E.I., Simonova, T.Yu., Svyataya, E.O. (2021). Napravleniya razvitiya elektronnoy kommersii v turizme i gostepriimstve: trendy i novyye resheniya [Directions of development of electronic commerce in tourism and hospitality: trends and new solutions]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (88), 209-217. DOI 10.21295/2223-5639-2021-3-209-217. EDN GLHCWC.

7. Makrinova, E.I., Zolotareva, E.O., Simonova, T.Yu. (2023). Belgorodskiy standart gostepriimstva kak ob"yektivnyy pokazatel' privlekatel'nosti ob"yektor gostinichno-turisticheskogo biznesa regiona: metodicheskiy instrumentariy i rezul'taty konkursnoy analitiki [Belgorod hospitality standard as an objective indicator of the attractiveness of hotel and

tourism business facilities in the region: methodological tools and results of competitive analytics]. Nauchnyy rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa [Scientific Result. Business and Service Technologies]. 9 (4), 98-110. DOI 10.18413/2408-9346-2023-4-0-8. EDN UWNYVW.

8. Makrinova, E.I., Svyataya, E.O., Podzolkova, I.Ya. (2022). Marketingovoye i analiticheskoye soprovozhdeniye vnedreniya regional'nykh standartov gostepriimstva [Marketing and analytical support for the implementation of regional hospitality standards]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 5 (96), 123-137. DOI 10.21295/2223-5639-2022-5-123-137. EDN XGDITE.

9. Metodicheskiye rekomendatsii «Standart gostepriimstva Belgor'ya» [Methodological recommendations "Standard of hospitality of Belgorodeye"]. Retrieved from: https://visitbelgorod.ru/media/site_platform_media/2022/8/15/metodicheskie-rekomendatsii-standart-gostepriimstva-belgoroda.pdf.

10. Rozdol'skaya, I.V. et al. (2017). Informativno-tselevoye naznacheniye kongressno-vystavochnogo turizma v novoy real'nosti razvitiya regiona [Information and target purpose of congress and exhibition tourism in the new reality of regional development]. Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]. 11-1(71), 109-124. DOI 10.22412/1995-042X-11-1-10. EDN YFUVPJ.

11. Shpyrynya, O.V., Koreneva, M.V. (2019). Novyye tekhnologii razvitiya rynka turistskikh uslug [New technologies for development of the tourist services market]. Nauchnyy vestnik Yuzhnogo instituta menedzhmenta [Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management]. 4 (28), 113-116. DOI 10.31775/2305-3100-2019-4-113-116. EDN VRVVDH.

Грановская И.Ю.

Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону), преподаватель

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Аннотация. Возможности стратегического управления в системе корпоративного управления компаний расширяются за счет реализации интегрирующей функции управления ИМК на внутрикорпоративном уровне, с делегированием персоналу отдельных маркетинговых функций, и на внешнем контуре предприятий, с использованием влияния целевых аудиторий на потребительское поведение. В качестве актуальной задачи всей системы управления ИМК специалисты рассматривают идею генерирования эффективной коммуникации, благодаря которой мнение о бренде или о продукте складывается у покупателей еще до посещения точки продажи. Это позволяет компании заявить о наличии у нее своей целевой аудитории и о своем позиционировании на выделенном сегменте рынка товаров или услуг. Цель исследования – в преодолении проблемы малоизученности интегрированных маркетинговых коммуникаций и получении практических рекомендаций для формирования системы управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями в компании. Методологической основой исследования выступили диалектика, научный подход, общенаучные и специальные методы познания. В числе общенаучных приемов познания применялись абстрагирование, конкретизация, индукция, дедукция, аналогия.

Внедрение системы управления ИМК в структуру корпоративного управления компаний образует единую совокупность маркетингового и корпоративного управления организациями. Данная совокупность способна решать стратегические задачи управления экономической деятельностью компаний, обеспечивает условия гибкости корпоративного управления за счет возможности быстро реагировать на конкретный запрос, на флуктуации рынка, оперативно менять концепцию взаимоотношений с клиентами и партнерами, что служит целям достижения конкурентоспособности, устойчивого и долгосрочного развития. В результате особенности менеджмента ИМК определяются интегрирующей функцией управления ИМК, которая обеспечивает функциональные преимущества достижения стратегических целей управления компаниями за счет расширения и мобилизации внутренних возможностей компаний и структурирования их целевых аудиторий на внешнем контуре как механизм интерактивного мотивационного воздействия социума на потребителей.

Ключевые слова: интегрированные маркетинговые коммуникации, управление ИМК, формирование системы управления, формирование эффективной коммуникации.

Введение. В основе формирования системы управления ИМК лежит идеология достижения согласованности, создание единого корпоративного и методического подхода, исключение противоречий между отдельными маркетинговыми продук-

тами, интеграция их в один общий посыл целевому субъекту, единой коммуникации, сфокусированной не на продукции, а на потребителе, на эффективном диалоге с выборочными целевыми группами, взаимодействие с которыми значимо для компаний.

Появляется возможность индивидуализации потребительской аудитории и связанная с ней возможность корректировки коммуникационных средств воздействия.

Структурная схема управления ИМК позволяет аккумулировать и координировать информационные потоки на всех этапах рыночного воспроизведения – от идеи создания товара и его позиционирования до окончательной реализации.

Концепция управления ИМК направлена на убеждение потребителя в правильности выбора и рентабельности вложения капитала, на стимулирование поведенческих мотиваций потребителя для приобретения заданного продукта (услуги), а при условии внедрения инновационного инструментария нейромаркетинга – на возможность подсознательного управления потребительским выбором.

При этом усложнение поисковых алгоритмов в области современных коммуникаций является еще одним вызовом для специалистов-маркетологов. Действительно, формирование эффективной коммуникации предполагает усложнение поисковых алгоритмов, потребует внедрения инновационных разработок, что может стать непреодолимым препятствием для практикующих маркетологов. Проблема состоит в дефиците практикоориентированных приемов и инструментов системы управления ИМК, в недостатке навыков применения современных форм и методов ИМК, в отсутствии инновационной готовности компаний. Для хозяйствующего субъекта внедрение системы управления ИМК означает необходимость решения ряда социальных и управленческих задач в условиях недостатка профессиональной подготовки специалистов, без надлежащей инновационной готовности персонала к трансформации привычной системы маркетинговых технологий. Социальная проблематика усугубляется дефицитом, либо полным отсутствием разработанных универсальных, надежных, научно обоснованных и проверенных практических реко-

мендаций по координации смежных или разнородных каналов коммуникаций. Не менее значимым фактором являются риски потери маркетинговой инициативы в условиях напряженного конкурентного поля, что легко прогнозируется при реформировании системы. В своей совокупности указанные обстоятельства не способствуют развитию инноваций и на практике стимулируют отказ от внедрения системы управления ИМК, несмотря на научно доказанную и обоснованную исследователями эффективность данной методологии.

Таким образом, в условиях запроса на развитие алгоритмов решения коммуникационных задач представляется актуальным внедрение инновационных методов в системы коммуникаций. В качестве одного из передовых инструментов управления ИМК рассматривается метод нейромаркетинга, который открывает новое перспективное направление в маркетинге, является результатом последних научных изысканий, недостаточно освоен маркетологами. Его внедрение требует поиска и опробования новых приемов и инструментов для формирования современных эффективных коммуникаций.

Актуальность темы исследования определяется потребностью внедрения инноваций в маркетинге, диктуется конкурентными условиями рынка, острой реальной и инвестиционных задач. При этом пока не сложилось понимания природы управления ИМК, задач эффективной коммуникации и философии процесса создания и внедрения инноваций маркетинговой политики. Проблема состоит в упрощенном восприятии интегрированной коммуникации как способа оптимизации рекламных продуктов товаров (услуг), без ее взаимосвязи с концепциями позиционирования компаний на рынке и моделями потребительского поведения. Значимым является преодоление недостатка управленческих алгоритмов по внедрению системы управления ИМК в компании.

Степень изученности проблемы. Теоретической и методологической основой исследования системы управления ИМК являются результаты фундаментальных и прикладных работ в области маркетинговых коммуникаций, стратегического управления, маркетинг-менеджмента следующих российских и зарубежных ученых: Н.С. Барковская, В.М. Баутин, В.М. Бачуриной, Н.В. Благих, А.Ф. Валиуллина, Е.А. Вырыпанова, А.И. Гашенина, Е. Н. Голубкова, К.В Гринченко, Д. Б. Жирнова, Н.А. Задорожнюк, А.С. Захарченко, Е.М. Земляная, Е. М. Романова, А.Д. Климашева, А.Б. Красильников, А.Р. Мазепа, Е.И. Мазилкина, С.Ю. Мычка, Л.В. Нефедова, И.К. Низамутдинов, Е.А. Сотникова, М.А. Шаталов, О.В. Юдина; иностранных авторов - К. Бэрри, Т. Дункан, К. Кейвуд, Ф. Котлер, Д. Льюис, М. Линдстром, Г. Пинегар, П. Смит.

Цель исследования – в преодолении проблемы малоизученности интегрированных маркетинговых коммуникаций и получении практических рекомендаций для формирования системы управления интегрированными маркетинговыми коммуникациями в компании.

Методы исследования. Методологической основой исследования выступили диалектика, научный подход, общенаучные и специальные методы познания. В числе общенаучных приемов познания применялись абстрагирование, конкретизация, индукция, дедукция, аналогия и др.

Результаты исследования. По результатам теоретического исследования механизмов управления ИМК уточнена концепция управления ИМК как совокупность систем корпоративного менеджмента и маркетинг-менеджмента ИМК. Конкретизирована рыночно-ориентированная специфика указанной совокупности систем менеджмента по ее способности решать стратегические задачи управления экономической деятельностью компаний, обеспечивать условия гибкости корпоративного управления за счет быстрого реагирования на конкретный запрос или флуктуации рынка, оперативно менять концепцию взаимоотношений с клиентом и партнерами. Эти особенности управления обусловлены интегрирующей функцией управления ИМК, что способствует трансформации традиционной системы управления (рис. 1).



Рис. 1. Традиционная система управления в компании

Управление ИМК подразумевает управленаческую деятельность, реализуемую на основе интеграции маркетинговых возможностей различных структурных

служб компании, с перенаправлением их коммуникативных возможностей и информационных функций во внешнюю среду [6]. Внедрение системы управления ИМК

приводит к трансформации менеджмента компании, что достигается управленческим воздействием на организационную структу-

ру, механизм управления и управленческие функции в исходной системе корпоративного менеджмента (рис. 2).

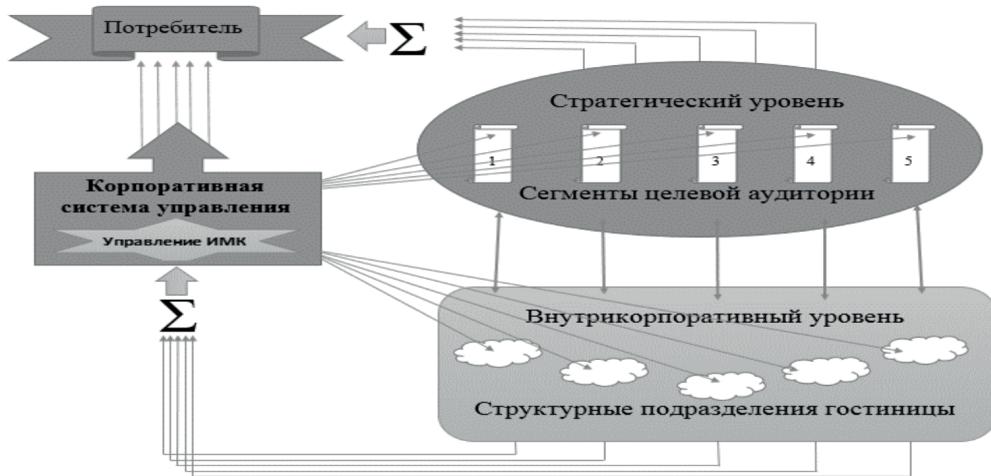


Рис. 2. Совокупная система управления в компаниях при внедрении ИМК (управленческая инновация)

На внутрикорпоративном уровне функциональные преимущества управления ИМК достигаются за счет привлечения к анализу внешней среды большого числа сотрудников различного профиля, путем делегирования всем подразделениям компании обязанности применения маркетинговых инструментов анализа внешней среды с последующей интеграцией информационных ресурсов каждой из функциональных зон предприятия. На внешнем контуре компаний (гостиничных предприятий) преимущества управления ИМК достигаются за счет создания и использования многосекторных целевых аудиторий путем интегрирования потенциальных возможностей отдельных сегментов целевой аудитории для интерактивной мотивации спроса, интерактивного формирования и развития структуры спроса и продвижения гостиничных услуг [2].

Представленные преобразования производятся для повышения эффективности коммуникации в системе управления ИМК, одним из значимых элементов в условиях конкурентного рынка выступает качество управления комплексом маркетинга. Для создания конкурентно-ориентирован-

ного комплекса маркетинга перспективна модель консолидации. Она позволяет суммировать возможности предприятия. Такое суммирование может реализоваться в форме координации функциональных зон. Например, согласование внутреннего маркетинга (зоны управления трудовыми ресурсами) с результатами маркетинговых исследований (зона изучения рынка). Уникальность маркетинговой стратегии обеспечивается также особым сочетанием товарных показателей – свойств продукта, дизайна, комплектации, условий доставки, качества постреализационного сопровождения, модернизации, общей стоимости – привлекательных для целевой группы потребителей. Информация об особом суммировании возможностей является основой эффективной коммуникации.

Значимость коммуникации – в ее способности обеспечить устойчивое положение компании на рынке за счет созданной целевой аудитории. В поиске новых методов, целей, принципов, инструментария ИМК маркетологи обращаются к передовым научным исследованиям в области маркетинговых коммуникаций, одно из которых посвящено изучению нейромаркетинга.

Формирование системы управления ИМК направлено на создание и поддержание двусторонних отношений с целевой аудиторией, объединяя основные направления продвижения товара: маркетинг, рекламу и связи с общественностью.

Основной принцип ИМК «одно видение – один голос» позволяет доносить информацию о компании в обобщенном виде. Создается и пропагандируется единое сообщение для всех участников, прямо или косвенно влияющих на процесс организации купли-продажи товаров (услуг) – клиентов (покупателей), стейкхолдеров, поставщиков, производителей, работодателей, менеджеров, маркетологов, инвесторов, мерчендайзеров, субконтракторов, конкурентов, проектировщиков и лицензоров, также учитывается влияние органов власти и движение общественных групп населения. По закону синергии данный принцип трансформируется в принцип «согласованного голоса». При помощи определенного алгоритма одно и то же сообщение адресуется разным аудиториям, не теряя при этом смысловой и информационной нагрузки [7].

В современных условиях компании все чаще практикуют систематическое комбинированное использование всей доступной совокупности информационных связей. Каждый хозяйствующий субъект проходит путь поиска рыночной информации для обоснования (формирования) идентичности, выбора собственного рыночного сегмента, выстраивания каналов сбыта, определения оптимальных условий по реализации продукции. Логика экономического развития предполагает наступление периода создания положительного образа (имиджа) – деловой репутации компании, для чего потребуется надежная целевая аудитория.

При этом понятие «интегрирование» является более сложной категорией, чем простое сложение известных средств воздействия, что обусловлено взаимодействием инструментов внутри комплекса. Цель интеграции – воздействие на потенциально-

го покупателя продукции, сотрудничество со всеми участниками рыночного сегмента, направленное на получение максимальной, в условиях текущей рыночной макросреды, экономической эффективности [5].

Комплексный подход системы управления ИМК предусматривает поиск оптимального сочетания элементов и организацию маркетинг-менеджмента, полноценно управляющего процессами продвижения товаров (услуг) для целей единой маркетинговой стратегии. К препятствиям внедрения системы управления ИМК относят функциональную обособленность, временные внутренние конфликты, недостаток управленческих алгоритмов, которые преодолеваются правильным прогнозированием и определением рыночной макросреды, созданием корпоративного стиля, согласованной работой подразделений, правильной оценкой уровня спроса и выявлением целевой аудитории, правильным информированием об условиях реализации товаров (услуг), организацией единой коммуникационной системы в работе всех подразделений, организацией мониторинга степени интеграции, своевременной корректировкой системы в соответствии с целями деятельности предприятия.

Возможность интегрированного управленческого решения при реализации системы управления ИМК имеет объективные преимущества – позволяет обеспечить согласованность различных инструментов маркетинга, их успешное функционирование и результативность их последовательного применения в совместной цепочке [1].

Современные концепции продвижения товаров (услуг) формируются в условиях основной парадигмы – смещения интересов от массового к целевому маркетингу, а также развития коммуникационных каналов и инструментов продвижения товаров. Применение интегрированных маркетинговых коммуникаций предполагает формирование тщательно продуманного посыла, который является результатом компиляции многочи-

сленных каналов коммуникации и координации работы подразделений предприятия. Работа по координации каналов предполагает прогнозирование роли каждого средства воздействия и планирование длительности и условий его применения. На практике это потребует ведения списков и расписания отдельных мероприятий; учета эффекта дополнительных капиталовложений в средства продвижения продукта; оценки затрат на оплату работы персонала, привлеченного для реализации системы интегрированных коммуникаций и его подготовку [3]. Выбор способа коммуникации связан с текущими коммуникационными целями компании. Каждый из них обладает своим набором преимуществ и недостатков. Результат использования каждого из видов коммуникации будет определяться правильным выбором метода и модели интегрированного подхода.

К одним из значимых препятствий организации системы менеджмента ИМК относят недостаток управлеченческих алгоритмов [4]. В первую очередь это касается практикующих маркетологов, деятельность которых связана в основном с задачей реализации товара. При создании в компании системы управления ИМК предполагается необходимым внедрение комплекса унифицированных управлеченческих алгоритмов.

Внедрение в компанию системы управления ИМК предполагает внедрение передовых технологий, имеет инновационный характер, требует повышенной инновационной активности организации. Инновационная активность – деятельность по моделированию и построению структур, основанных на научных знаниях, готовность к внедрению инноваций, к преодолению рисков и своевременность таких действий. Потребность внедрения инноваций диктуется конкурентными условиями рынка, остротой репутационных и инвестиционных задач. Своевременность инновационной деятельности определяется развитием научных прикладных методов, готовностью персонала и потребителей к восприятию инноваций,

уровнем социально-экономического развития региона.

Выводы и заключение. В результате проведенного исследования сформулируем основные выводы.

1. Повышение конкурентоспособности компании возможно не только путем грамотного управления финансовой, производственной, коммерческой деятельностью, но и путем принятия формирования эффективной маркетинговой стратегии.

2. Преимущества системы управления ИМК создают условия повышения конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности, способствуют укреплению деловой репутации – важные составляющие коммерческого успеха компании. В качестве основного механизма воздействия на целевую аудиторию выступает эффективная маркетинговая коммуникация.

3. Потребность в модернизации стратегии маркетинга определяется пониманием в компании важности формирования своей целевой аудитории в рамках любого возможного контакта потребителя с ее продуктом, брендом или услугой. При разработке алгоритма воздействия компания интегрирует все внутренние и внешние коммуникации, которые направлены на заинтересованную в ее продукции аудиторию – потребителей, партнеров, инвесторов, контролирующих органов, СМИ. При этом должна учитываться структура коммуникационного сообщения и проводиться мониторинг эффективности и рентабельности мероприятий по продвижению продукции.

4. Решению проблемы недостатка управлеченческих алгоритмов для внедрения системы менеджмента ИМК может помочь внедрение унифицированных алгоритмов, представленных в данной статье. В условиях запроса на развитие алгоритмов решения коммуникационных задач представляется актуальным внедрение инновационных методов в системы коммуникаций. Представляются перспективными поиск и разработка управлеченческих решений по внедрению

и реализации системы менеджмента ИМК, доступных для практикующих маркетологов, с применением когнитивно-поведенческая психологических технологий, предназначенных для каждого элемента в структуре целевой аудитории компании.

Список литературы

1. Ахмедов, А. Э. Механизм реализации инновационной маркетинговой деятельности предприятий АПК на основе коммуникативной политики / А. Э. Ахмедов, И. В. Смольянинова. – Текст : непосредственный // Островские чтения. – 2017. – № 1. – С. 165–168.
2. Бедяева, Т. В. Развитие инновационных процессов в гостиничном бизнесе / Т. В. Бедяева, Е. В. Сандрина, А. А. Зеленская. – Текст : непосредственный // ЭВ. – 2021. – № 2 (25). – С. 60–62.
3. Благих, Н. В. Проблема оценки эффективности деятельности специалистов по интегрированным маркетинговым коммуникациям / Н. В. Благих. – Текст : непосредственный // Сервис в России и за рубежом. – 2017. – С. 38–40.

4. Вырыпанова, Е. А. Инновационные подходы к интегрированным маркетинговым коммуникациям / Е. А. Вырыпанова, Л. В. Нефедова. – Текст : непосредственный // Экономика, менеджмент и сервис: современный взгляд на актуальные проблемы. – 2018. – С. 28–31.
5. Жерегеля, А. В. Управление бизнес-процессами организации в контексте цифровой трансформации / А. В. Жерегеля. – Текст : непосредственный // Управление. – 2023. – № 1. – С. 105–112.
6. Кетова, Н. П. Концепция эффективных интегрированных маркетинговых коммуникаций как элемент управления инновационной системой современной компании / Н. П. Кетова. – Текст : непосредственный // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 2. – С. 381–396.
7. Клишашева А. Д. Эволюция концепций маркетинга / А. Д. Клишашева. – Текст : непосредственный // Научное сообщество студентов XXI столетия. экономические науки : сборник статей по материалам VII международной студенческой научно-практической конференции. – 2017. – № 9(57). – С. 37.

FORMATION OF A MANAGEMENT SYSTEM OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS

Abstract. The possibilities of strategic management in the corporate governance system of companies are expanding due to the implementation of the integrating management function of the IMC at the internal corporate level, with the delegation of certain marketing functions to personnel, and on the external contour of enterprises. As an urgent task of the entire IMC management system, experts consider the idea of generating effective communication, thanks to which customers form an opinion about a brand or product even before visiting the point of sale. The purpose of the study is to overcome the problem of poorly understood integrated marketing communications and to obtain practical recommendations for the formation of an integrated marketing communications management system in the company. The combination is able to solve strategic tasks of managing the company's economic activities, provides conditions for flexibility in corporate governance due to the ability to quickly respond to a specific request, market fluctuations, and promptly change the concept of relationships with customers and partners, which serves the goals of achieving competitiveness, sustainable and long-term development. As a result, the features of BMI management are determined by the integrating BMI management function, which provides functional advantages of achieving strategic goals of company management by expanding and mobilizing internal capabilities of companies, as a mechanism for interactive motivational impact of society on consumers.

Keywords: integrated marketing communications, management of IMC, formation of a management system, formation of effective communication.

References

1. Akhmedov, A.E., Smolyaninova, I.V. (2017). Mekhanizm realizatsii innovatsionnoy marketingovoy deyatel'nosti predpriyatiy APK na osnove kommunikativnoy politiki [The mechanism for implementing innovative marketing activities of agricultural enterprises based on communication policy]. Ostrovskiye chteniya [Ostrovsky Readings]. 1, 165-168.
2. Bedyaeva, T.V., Sandrina, V.E., Zelenskaya, A.A. (2021). Razvitiye innovatsionnykh protsessov v gostinichnom biznese [Development of innovative processes in the hotel business]. EV. 2 (25), 60-62.
3. Blagikh, N.V. (2017). Problema otsenki effektivnosti deyatel'nosti spetsialistov po integrirovannym marketingovym kommunikatsiyam [The problem of assessing the effectiveness of integrated marketing communications specialists]. Servis v Rossii i za rubezhom [Service in Russia and Abroad]. P. 38-40.
4. Vyrypanova, E.A., Nefedova, L.V. (2018). Innovatsionnyye podkhody k integrirovannym marketingovym kommunikatsiyam [Innovative approaches to integrated marketing communications]. Ekonomika, menedzhment i servis: sovremenyy vzglyad na aktual'nyye problem [Economics, Management and Service: Modern Look at Current Issues]. Moscow. P. 28-31.
5. Zheregelya, A.V. (2023). Upravleniye biznes-protsessami organizatsii v kontekste tsifrovoy transformatsii [Management of business processes of the organization in the context of digital transformation]. Upravleniye [Management]. 1, 105-112.
6. Ketova, N.P., Granovskaya, I.Yu., Sunde, V.V. (2022). Kontsepsiya

effektivnykh integrirovannykh marketingovykh kommunikatsiy kak element upravleniya innovatsionnoy sistemoy sovremennoy kompanii [Concept of effective integrated marketing communications as an element of managing the innovation system of a modern company]. Kreativnaya ekonomika [Creative Economics]. 16 (2), 381-396.

7. Klimasheva, A.D. (2017). Evolyutsiya kontseptsiy marketinga

[Evolution of marketing concepts]. Nauchnoye soobshchestvo studentov XXI stoletiya. ekonomicheskiye nauki: sb. st. po mat. LVII mezhdunar. stud. nauch.-prakt. konf. [Scientific community of students of the XXI century. economic sciences: collection of articles on proceedings of the LVII international student scientific and practical conference]. 9 (57). P. 37.

e-mail: irinagran5@mail.ru

Теванян Г.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

ОГРАНИЧЕНИЯ И НЕДОСТАТКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА

Аннотация. В данной статье рассмотрены основные ограничения интернет-маркетинга; проанализированы актуальные кейсы и представлены практические примеры из деятельности онлайн-маркетинговой компании TGASG, которые смогут наглядно проиллюстрировать каждое из ограничений и/или недостатков инструментов онлайн-маркетинга. Также в статье представлены возможные способы преодоления ограничений.

В ходе исследования использовались труды ученых в области интернет-маркетинга, применялись общенаучные и экономико-математические методы обработки данных, проводился анализ научных публикаций в сфере использования цифровых инструментов маркетинга хозяйствующими субъектами.

В статье выделены несколько ключевых факторов, препятствующих достижению целей онлайн-маркетинга или же требующих комбинирования интернет-маркетинга с дополнительными маркетинговыми усилиями, не связанными с онлайн-инструментарием. К таковым факторам относятся: ограниченные возможности сегментации целевой аудитории, низкая конверсия, ограниченные возможности персонализации, зависимость от алгоритмов.

В статье предложены стратегии преодоления ограничений, связанных с целевой аудиторией – исследования рынка, анализ данных, тестирование; определены направления увеличения конверсии, преодоления ограниченных возможностей персонализации и зависимости от алгоритмов.

Ключевые слова: инструменты интернет-маркетинга, сегментация, целевая аудитория, конверсия, персонализация.

Введение. С развитием технологий и цифровизации бизнеса интернет-маркетинг стал основным инструментом продвижения товаров и услуг. Однако, несмотря на его неоспоримые преимущества, существуют ограничения и недостатки, которые могут оказать негативное влияние на результаты.

В данной статье рассмотрены основные ограничения интернет-маркетинга, проанализированы актуальные кейсы и представлены практические примеры из деятельности онлайн-маркетинговой компании TGASG, которые смогут наглядно проиллюстрировать каждое из ограничений и/или недостатков инструментов онлайн-маркетинга. Также в статье представлены возможные способы преодоления ограничений.

В статье выделены несколько ключевых факторов, препятствующих достижению целей онлайн-маркетинга или же требующих комбинирования интернет-маркетинга с дополнительными маркетинговыми усилиями, не связанными с онлайн-инструментарием. К таковым факторам относятся: ограниченные возможности сегментации целевой аудитории, низкая конверсия, ограниченные возможности персонализации, зависимость от алгоритмов.

Исследование инструментов интернет-маркетинга посвящены труды отечественных и зарубежных ученых [1–7]. Однако в условиях развития цифровой экономики и расширения перечня инструментов маркетинга для продвижения компаний необходимо

димо углубление исследований по данной проблематике применительно к отдельным субъектам рынка.

Методы исследования. В ходе исследования использовались труды ученых в области интернет-маркетинга, применялись общенаучные и экономико-математические методы обработки данных, проводился анализ научных публикаций в сфере использования цифровых инструментов маркетинга хозяйствующими субъектами.

Результаты исследования. Ограничные возможности сегментации целевой аудитории – это одно из ключевых ограничий интернет-маркетинга, которое может существенно повлиять на эффективность рекламных кампаний.

Целевая аудитория (ЦА) – это группа людей, наиболее вероятно заинтересованных в продукте или услуге компании. Важно понимать, что не вся аудитория Интернета является потенциальными клиентами. На-

пример, если компания предлагает услуги по пластической хирургии, ее Целевая аудитория будет состоять из людей, заинтересованных в таких процедурах, а не просто из всех пользователей Интернета. Если ни один из инструментов в том или ином случае не позволит сегментировать аудиторию, то будет невозможно достичь приемлемого уровня эффективности расходования рекламного бюджета.

Демографические, психографические, материальные и географические характеристики играют важнейшую роль в определении Целевой аудитории.

Ниже приведен пример оценки Целевой аудитории и инструментов продвижения для клиента компании TGASG, клиники пластической хирургии (табл. 1). Данный анализ проводился в начале работы с клиентом и лег в основу разработки и реализации стратегии продвижения услуг клиента.

Таблица 1

Анализ характеристик Целевой аудитории клиники пластической хирургии с оценкой потенциальной эффективности инструментов онлайн-маркетинга

Характеристики ЦА	Признаки ЦА в рамках данных характеристик	Инструменты, позволяющие сегментировать ЦА по данным признакам	Инструменты, НЕ позволяющие сегментировать ЦА по данным признакам
Возраст	Услуги пластической хирургии чаще интересуют людей в возрасте 25-55 лет. Молодежь может не задумываться о таких процедурах, а пожилые люди могут иметь другие приоритеты	Таргетированная реклама в социальных сетях: на данный момент в РФ – только ВКонтакте. Яндекс (РСЯ): можно задавать возрастные группы в настройках таргетинга	SEO: не предоставляет возможности таргетировать по возрасту напрямую. Реклама у агентов влияния
Пол	Некоторые более популярны среди определенного пола (например, женщины чаще интересуются косметическими процедурами)	Социальные сети: позволяют выбирать целевую аудиторию по полу. Яндекс РСЯ: можно таргетировать рекламу на мужчин или женщин	Контент-маркетинг: обычно не позволяет выделять аудиторию по полу

Характеристики ЦА	Признаки ЦА в рамках данных характеристик	Инструменты, позволяющие сегментировать ЦА по данным признакам	Инструменты, НЕ позволяющие сегментировать ЦА по данным признакам
Уровень дохода	Высокая стоимость услуг может ограничивать аудиторию только теми, кто имеет достаточный доход для их оплаты	Таргетинг в Яндекс (РСЯ), в социальных сетях. (Условная эффективность, не всегда точные данные)	Любые прочие инструменты
Географические ограничения	Клиенты только из Воронежской области	Все платформы PPC	SEO, агенты влияния, контент-маркетинг
Интересы	Люди, интересующиеся модой и красотой, более склонны рассматривать пластическую хирургию как способ улучшения своего внешнего вида	Нет полностью эффективных инструментов сегментации для данной ниши	
Ценности	Некоторые группы людей могут придерживаться определенных ценностей, например, естественности или здоровья, что может повлиять на их отношение к хирургическим вмешательствам	Нет полностью эффективных инструментов сегментации для данной ниши	

Как правило, ограничения инструментов в части сегментации Целевой аудитории могут приводить к следующим проблемам:

- недостаточный охват: если реклама направлена на слишком узкую группу людей, это может привести к недостаточному количеству лидов и низкой конверсии;
- неправильная сегментация: неверно определенная Целевая аудитория может привести к тому, что реклама будет показываться людям, которые не заинтересованы в услуге.

В частности, в примере с клиникой пластической хирургии ключевой сложностью в части сегментации служил тот факт, что одни инструменты, такие как поисковая реклама и SEO, будучи единственными точными путями к Целевой аудитории, имели крайне высокую стоимость из-за высокой конкуренции на платформах, а другие инструменты не давали высокого КПД использования маркетингового бюджета. Данные ограничения, однако, возможно преодолеть.

Чтобы преодолеть ограничения, связанные с целевой аудиторией, компании могут использовать несколько стратегий:

- исследование рынка: проведение опросов и фокус-групп для понимания потребностей и предпочтений потенциальных клиентов;
- анализ данных: использование аналитических инструментов для отслеживания поведения пользователей и выявления наиболее активных сегментов Целевой аудитории;
- тестирование рекламных кампаний: запуск А/В-тестирования для определения наиболее эффективных сообщений и каналов продвижения;
- комбинированный подход: использование как онлайн-, так и оффлайн-методов для расширения охвата и взаимодействия с клиентами.

В примере с клиникой пластической хирургии наилучшие результаты были получены после повышения эффективности таргетированной рекламы при помощи А/В тес-

стирования, создания посадочных страниц в рамках SEO под географические запросы, а также использования наружной рекламы, которая впоследствии, согласно опросам

клиентов, повышала результативность рекламы в поисковых системах и картах Яндекса за счет эффекта второго касания.



Рис. 1. Рост органического трафика с поисковых запросов после внедрения региональных посадочных страниц на сайте клиники пластической хирургии в апреле 2023 года

Ограниченные возможности инструментов по сегментации целевой аудитории являются важным аспектом интернет-маркетинга, который требует тщательного анализа и понимания. Компании должны учитывать демографические, географические и психографические факторы при разработке своих стратегий, чтобы максимально эффективно достигать своих потенциальных клиентов и увеличивать конверсию.

В числе ключевых факторов, препятствующих достижению целей онлайн-маркетинга, наряду с ограниченными возможностями сегментации Целевой аудитории, была выделена низкая конверсия.

Несмотря на высокие показатели посещаемости сайтов, конверсия может оставаться низкой. Средняя конверсия в сфере здравоохранения составляет около 2–3%. Это означает, что даже при большом количестве посетителей только небольшая часть из них становятся клиентами [8].

Низкая конверсия – это проблема, с которой сталкиваются многие компании, особенно в сфере интернет-маркетинга. Конверсия определяется как процент пользователей, которые выполняют желаемое действие на сайте или в приложении, например, покупку, подписку на рассылку или заполнение формы. Низкий уровень конверсии может свидетельствовать о различных проблемах в стратегии маркетинга или UX-дизайне или же являться специфической характеристикой работы онлайн-инструментов в той или иной нише.

Ниже представлены основные причины низкой конверсии (табл. 2).

Последствия низкой конверсии очевидны. Низкая конверсия напрямую влияет на прибыль компании. Если конверсия низкая, компании вынуждены тратить больше на рекламу для достижения тех же результатов. Низкая эффективность маркетинговых усилий приводит к снижению возврата на инвестиции (ROI) [6].

**Факторы низкой конверсии, их причины
и способы повышения конверсии***

Фактор	Причина	Способы повышения конверсии
Неэффективный целевой трафик	<ol style="list-style-type: none"> Привлечение неподходящей аудитории, которая не заинтересована в продукте или услуге. Использование неправильно настроенных рекламных кампаний, что приводит к низкому качеству трафика 	<ol style="list-style-type: none"> Проведение исследований для понимания потребностей и предпочтений пользователей. Настройка рекламных кампаний для привлечения более релевантного трафика
Проблемы с UX/UI	<ol style="list-style-type: none"> Сложная навигация по сайту. Долгое время загрузки страниц. Неинтуитивный интерфейс, который затрудняет выполнение действий 	<ol style="list-style-type: none"> Упрощение навигации и структуры сайта. Ускорение загрузки страниц и улучшение мобильной версии. Тестирование различных вариантов дизайна с помощью А/В-тестирования
Низкое качество контента	<ol style="list-style-type: none"> Отсутствие ясного и убедительного предложения. Неправильное позиционирование продукта или услуги. Слабые или неэффективные призывы к действию (СТА) 	<ol style="list-style-type: none"> Создание ясного и убедительного предложения, которое решает проблемы пользователей. Оптимизация призывов к действию (СТА) – использование ярких кнопок и четких формулировок
Недостаток доверия	<ol style="list-style-type: none"> Отсутствие отзывов и рейтингов. Непрозрачные условия возврата и доставки. Неясность в отношении безопасности платежей 	<ol style="list-style-type: none"> Добавление отзывов клиентов и кейсов успешного использования продукта. Обеспечение прозрачности условий покупки и возврата. Использование сертификатов безопасности на сайте
Проблемы с мобильной оптимизацией	<ol style="list-style-type: none"> Неподходящий дизайн для мобильных устройств. Ошибки в отображении контента на мобильных платформах 	<ol style="list-style-type: none"> Регулярное проведение А/В-тестов для определения наиболее эффективных элементов сайта. Анализ поведения пользователей с помощью инструментов веб-аналитики (например, Google Analytics)
Конкуренция	<ol style="list-style-type: none"> Высокий уровень конкуренции в нише может привести к тому, что пользователи выбирают более привлекательные предложения 	<ol style="list-style-type: none"> Использование данных о пользователях для создания персонализированного опыта (например, рекомендации товаров). Настройка контента в зависимости от интересов и поведения пользователя

*Составлено по: [10].

Примером успешного кейса повышения конверсии является работа команды TGASG над сайтом компании-оператора медицинского туризма. Следующие шаги помогли добиться увеличения конверсии посещений в запросы с 3 до 8% сразу же после внедрения изменений:

- А/В-тестирование различных версий целевых страниц выявило, что простая форма оставления запроса с меньшим количеством полей значительно увеличивает конверсию;
- добавление раздела с отзывами клиентов и их фотографиями: увеличение доверия и, как следствие, повышение уровня конверсии;
- доработка дизайна, улучшение контента, повышение удобства мобильной версии.

При этом, говоря в целом об ограничениях онлайн-маркетинга, для примера, в такой нише, как медицинский туризм, конверсия в реальные продажи продуктов компании через клиентов, привлеченных онлайн, практически в два раза ниже, чем продаж через физические офисы компании и ее партнеров.

Низкая конверсия – это серьезная проблема для бизнеса, которая требует комплексного подхода к ее решению. Понимание причин низкой конверсии и применение эффективных стратегий для ее повышения могут значительно улучшить результаты интернет-маркетинга и увеличить прибыль компаний.

В качестве важного фактора, препятствующего достижению целей онлайн-маркетинга, также определены ограниченные возможности персонализации. Хотя инструменты интернет-маркетинга позволяют сегментировать аудиторию, они не всегда могут обеспечить глубокую персонализацию. Например, автоматизированные рассылки могут не учитывать индивидуальные предпочтения клиентов, что снижает их эффективность.

Персонализация – это мощный инструмент, который позволяет компаниям адаптировать свои предложения и коммуникации под конкретные потребности пользователей. Однако многие бизнесы сталкиваются с ограниченными возможностями в этой области, что может негативно сказаться на их эффективности. Ограниченнная персонализация может возникать из-за недостатка данных о пользователях, устаревших технологий или отсутствия стратегического подхода к сбору и анализу информации [7].

Одной из главных причин ограниченной персонализации является нехватка качественных данных. Многие компании не собирают достаточно информации о своих клиентах или не используют доступные данные для создания персонализированного опыта. Результатом является то, что пользователи получают общие предложения, которые не соответствуют их интересам и потребностям. В результате уровень вовлеченности и конверсии может оставаться низким.

Также технологии, используемые для персонализации, могут быть устаревшими или недостаточно развитыми. Например, отсутствие интеграции между различными системами (CRM, аналитика и т.д.) может затруднить создание целостного представления о клиенте, что ограничивает возможность предлагать актуальные и релевантные рекомендации и снижает шансы на успешное взаимодействие с пользователями.

Наконец, отсутствие стратегического подхода к персонализации может привести к неэффективному использованию ресурсов. Без четкого понимания целевой аудитории и ее потребностей предприятия могут тратить время и деньги на неэффективные кампании. Важно разработать стратегию, основанную на анализе данных и тестировании различных подходов, чтобы максимально использовать возможности персонализации и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Что особенно важно в понимании ограниченности возможностей онлайн-инструментария, так это то, что создание полноценной и эффективной персонализации рекламных посланий, доводимых до ЦА посредством онлайн-каналов, возможно лишь при грамотно выстроенной работе в офлайн: общении менеджера с клиентами, сборе и систематизации данных о предыдущих покупках клиентов и т.д.

Зависимость от алгоритмов также является важным фактором, препятствующим достижению целей онлайн-маркетинга. Многие интернет-маркетинговые инструменты зависят от алгоритмов поисковых систем и социальных сетей, которые могут изменяться без предупреждения, что может приводить к резкому падению видимости и трафика.

Такие алгоритмы определяют, как и когда контент будет отображаться пользователям, что делает их критически важными для успешной маркетинговой стратегии. Однако такая зависимость может иметь как положительные, так и отрицательные последствия.

Алгоритмы поисковых систем, таких как Яндекс, и социальные сети, такие как ВКонтакте и ОК, играют ключевую роль в том, как пользователи находят информацию. Если маркетологи не понимают, как работают эти алгоритмы, они рисуют потерять видимость своего контента. Например, изменения в алгоритмах могут привести к тому, что ранее успешные рекламные кампании перестанут приносить результаты, что требует постоянного мониторинга и адаптации стратегий. Такая адаптация может включать изменение подходов к SEO (поисковой оптимизации), пересмотр контента или изменение форматов рекламы. Например, если алгоритм социальной сети начинает отдавать предпочтение видеоконтенту, компаниям придется пересмотреть свои рекламные материалы и инвестировать в создание видеороликов.

Зависимость от внешних алгоритмов также приводит к потере контроля над маркетинговыми кампаниями. Маркетологи могут тщательно планировать свои действия, но изменения в алгоритмах могут неожиданно изменить правила игры, что создает неопределенность и риски для бизнеса, так как компании могут оказаться в ситуации, когда их контент не достигает целевой аудитории.

Что особенно важно, алгоритмы часто работают как «черные ящики», и многие компании не понимают, как именно они влияют на их контент. Более того, с момента, когда, например, разработчики поисковой системы внедрили изменения в алгоритмы ранжирования поисковой выдачи, и до момента, когда специалисты компании смогут понять, как именно стал работать новый алгоритм, может пройти достаточно большое количество времени, что в отдельных случаях приводит к критическим для бизнеса потерям.

На рисунке 2 показано падение органического трафика сайта магазина автозапчастей с поисковых запросов после изменения алгоритмов Яндекса в 2024 г.

На представленном ниже графике видно заметное падение количества переходов на сайт клиента TGASG в середине высокого сезона (в мае) ниже уровня низкого сезона. Таким образом, компания потеряла основной прирост клиентов, который традиционно случался в высокий сезон, в то время как выяснение обстоятельств падения и техническая адаптация под новые алгоритмы были завершены только к концу сезона.

Таким образом, зависимость инструментов онлайн-маркетинга от алгоритмов поисковых систем и социальных сетей является важным аспектом современного бизнеса. Компании должны быть готовы адаптироваться к изменениям и постоянно улучшать свои стратегии, чтобы оставаться конкурентоспособными в динамичной среде цифрового маркетинга.



Рис. 2. Падение органического трафика сайта магазина автозапчастей с поисковых запросов после изменения алгоритмов Яндекса в 2024 г.*

*Составлено по: [6].

Выводы и заключение. Онлайн-маркетинг имеет множество преимуществ, но также сталкивается и с ограничениями. Такие факторы, как недостаточная сегментация целевой аудитории, низкий уровень конверсии, недостаточная персонализация и зависимость от алгоритмов, рассмотренные в данной статье, могут негативно сказываться на результатах маркетинговых кампаний. Компании должны активно анализировать данные, регулярно мониторить конверсию и искать способы ее повышения, работать над улучшением персонализации и удовлетворенности клиентов и быть готовыми к изменениям в алгоритмах.

Список литературы

1. Исаенко, Е. В. Направления маркетингового продвижения организаций сферы услуг в сети Интернет / Е. В. Исаенко, Е. Е. Тарасова, Г. А. Теванян. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 1 (98). – С. 120–134. – ISSN 2223-5639.

2. Тарасова, Е. Е. SEO-продвижение как важный инструмент маркетинга / Е. Е. Тарасова, Г. А. Теванян. –

Текст : непосредственный // Приоритетные направления развития экономики в условиях цифровизации : материалы Международной научно-практической конференции (14–18 марта 2022 года) : в 2-х частях ; АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». – Белгород : Изд-во БУКЭП, 2022. – Часть 2. – С. 17–27.

3. Тарасова, Е. Е. Направления реализации программы маркетинговой деятельности вуза на основе использования интернет-технологий / Е. Е. Тарасова, Е. А. Шеин. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 4 (48). – С. 27–35.

4. Тарасова, Е. Е. Разработка и реализация стратегии продвижения в цифровой среде / Е. Е. Тарасова, Г. А. Теванян. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2023. – № 5 (102). – С. 150–160. – ISSN 2223-5639.

5. Теванян, Г. А. Использование инструментов DIGITAL-маркетинга в процессе стратегического продвижения компаний / Г. А. Теванян. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и

права. – 2023. – № 3 (100). – С. 224-235. – ISSN 2223-5639.

6. **Россихин, Е. С.** Влияние охватной рекламы на воронку продаж и совершение покупок / Е. С. Россихин. – Текст : непосредственный // Коммуникология: электронный научный журнал. – 2021. – № 2.

7. Chandra S., Verma S., Lim W. M., Kumar S., Donthu N. Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward // Psychology & Marketing. 2022. № 39. P. 1529–1562

8. Digital 2022: another year of bumper growth. URL: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2> (дата обращения: 09.09.24).

9. J Serrano-Malebrán, J Arenas-Gaitán. GECONTEC: Revista Internacional De Gestión Del Conocimiento Y La Tecnología, 2019.

10. Usage statistics of traffic analysis tools for websites. URL:https://w3techs.com/technologies/overview/traffic_analysis (дата обращения: 11.09.24).

Tevanyan G.A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student Gulizade Bahrama

LIMITATIONS AND DISADVANTAGES OF USING INTERNET MARKETING TOOLS

Abstract. This article discusses the main limitations of Internet marketing, analyzes current cases and presents practical examples from the activities of the online marketing company TGASG, which can clearly illustrate each of the limitations and / or shortcomings of online marketing tools. The article also presents possible ways to overcome the limitations.

The study used the works of scientists in the field of Internet marketing, general scientific and economic-mathematical methods of data processing, an analysis of scientific publications in the field of using digital marketing tools by business entities.

The article highlights several key factors that hinder the achievement of online marketing goals, or require combining Internet marketing with additional marketing efforts not related to online tools. Such factors include: limited capabilities for segmenting the target audience, low conversion, limited personalization, dependence on algorithms.

The article proposes strategies for overcoming limitations associated with the target audience, market research, data analysis, testing, identified areas for increasing conversion, overcoming limited personalization and dependence on algorithms.

Keywords: Internet marketing tools, segmentation, target audience, conversion, personalization.

References

1. Isaenko, E.V., Tarasova, E.E., Tevanyan, G.A. (2023). Napravleniya marketingovogo prodvizheniya organizatsiy sfery uslug v seti internet [Directions of marketing promotion of service organizations on the Internet]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 1 (98), 120-134. ISSN 2223-5639.
2. Tarasova, E.E., Tevanyan, G.A. (2022). SEO-prodvizheniye kak vazhnyy instrument marketinga [SEO promotion as an important marketing tool]. Prioritetnyye napravleniya razvitiya ekonomiki v usloviyakh tsifrovizatsii: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (14-18 marta 2022 goda): v dvukh chastyakh [Priority areas of economic development in the context of digitalization: proceedings of the International scientific and practical conference (March 14-18, 2022): in two volumes]. Belgorod: Published by bUKEP. 2, 17-27.
3. Tarasova, E.E., Shein, E.A. (2013). Napravleniya realizatsii programmy marketingovoy deyatel'nosti vuza na osnove ispol'zovaniya internet-tehnologiy [Directions for the implementation of the program of marketing activities of the university based on the use of Internet technologies]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 4 (48), 27-35.
4. Tarasova, E.E., Tevanyan, G.A. (2023). Razrabotka i realizatsiya strategii prodvizheniya v tsifrovoy srede [Development and implementation of a promotion strategy in the digital environment]. Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 5 (102), 150-160. ISSN 2223-5639.

5. Tevanyan, G.A. (2023). Ispol'zovaniye instrumentov DIGITAL-marketinga v protsesse strategicheskogo prodvizheniya kompanii [Using DIGITAL marketing tools in the process of strategic promotion of the company]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Herald of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law]. 3 (100), 224-235. ISSN 2223-5639.
6. Rossikhin, E.S. (2021). Vliyaniye okhvatnoy reklamy na voronku prodazh i soversheniye pokupok [Impact of coverage advertising on the sales funnel and purchases]. *Kommunikologiya: elektronnyy nauchnyy zhurnal* [Communicology: Electronic Scientific Journal]. 2.
7. Chandra, S., Verma, S., Lim, W.M., Kumar, S., Donthu, N. (2022). Personalization in personalized marketing: Trends and ways forward. *Psychology & Marketing*. 39, 1529–1562.
8. Digital 2022: another year of bumper growth. Retrieved from: <https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2>.
9. Serrano-Malebrán, J., Arenas-Gaitán, J. (2019). GECONTEC. *Revista Internacional De Gestión Del Conocimiento Y La Tecnología*.
10. Usage statistics of traffic analysis tools for websites. Retrieved from: https://w3techs.com/technologies/overview/traffic_analysis.

e-mail: george.a.t@yandex.ru

УДК 338.43(470+571)

DOI: 10.21295/2223-5639-2024-5-197-207

Кононенко Р.В.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой экономики

Гулизаде Б.А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права, аспирант

РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА РОССИИ В ИНТЕРЕСАХ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Аннотация. Важнейшей целью государства является формирование условий для обеспечения населения в продуктах питания. Производство продуктов питания на территории страны в объемах, обеспечивающих наиболее полное удовлетворение потребностей населения, с учетом доступности по цене, представляет собой важнейший элемент экономической безопасности страны и характеризуется как продовольственная безопасность. Достигнуты положительные результаты проводимой в России работы, направленной на обеспечение продовольственной безопасности в стране, однако в развитии АПК имеются существенные недостатки, которые могут снизить возможности по обеспечению продовольственной безопасности страны. Целью представленной статьи является выявление тенденций развития сельскохозяйственного производства в России в интересах обеспечения продовольственной безопасности и определения направлений по устойчивому повышению. В статье проведено исследование, позволившее выявить значимость обеспечения продовольственной безопасности страны как элемента экономической безопасности. Проведен ретроспективный анализ тенденций в обеспечении продовольственной безопасности России. На основе изучения статистических данных был проведен сравнительный анализ, результаты которого позволили охарактеризовать тенденции развития сельскохозяйственного производства в России. Проведена оценка уровня самообеспеченности по основным видам продуктов питания в России. На основе обобщения полученных результатов были выявлены направления развития сельскохозяйственного производства в России в интересах обеспечения продовольственной безопасности.

Ключевые слова: продовольственная безопасность, обеспечение продовольственной безопасности, сельское хозяйство, продукция растениеводства, продукция животноводства, импорт продовольствия.

Введение. Важнейшей целью государства является обеспечение экономической и национальной безопасности. Важнейшей составляющей этой деятельности является создание условий для обеспечения населения страны в продуктах питания с учетом их соответствия безопасности по-

требления и экономической доступности. Производство продуктов питания в объемах, обеспечивающих количественные параметры потребности в них населения, с учетом доступности по цене, представляет собой важнейший элемент экономической безопасности государства и характеризуется как

продовольственная безопасность. Безусловно, технологический, финансовый и другие элементы экономической безопасности также важны, но отсутствие возможности обеспечивать население продуктами питания собственного производства, как показывает практика, чрезвычайно негативно влияет на уровень экономической, а также национальной безопасности. Наша страна имеет опыт, который позволил осознать высокую значимость обеспечения продовольственной безопасности. В результате на уровне государства была поставлена и в значительной степени была решена задача по обеспечению продовольственной безопасности. При этом необходимо отметить, что достижение нормативно установленного уровня обеспечения по отдельным видам продуктов питания не может свидетельствовать о решении вопроса по обеспечению продовольственной безопасности государства. Для ее обеспечения на уровне страны необходимо использовать комплексный подход, основанный на развитии собственного производства, что позволит в долгосрочной перспективе обеспечивать продовольственную независимость, являющуюся важным элементом продовольственной безопасности.

Достижение указанной стратегической цели невозможно без всеобъемлющего развития АПК страны, в том числе за счет использования всех имеющихся ресурсов (земельных, трудовых, материально-технических и т.п.). Разработка научных основ формирования условий для обеспечения продовольственной безопасности в России посвящены работы И.Г. Ушачева, А.В. Гордеева [1], Н.И. Шагайда [8], В.Я. Узуна, Е.Н. Поличкиной, А.А. Тенетко [5], О.А. Медянской [3], Н.П. Пасешник и др.

Развитие аграрного сектора России в условиях необходимости обеспечения условий для продовольственной безопасности свидетельствует о положительных результатах как в наращивании самообеспечения по важнейшим видам продовольствия, так и формировании экспортных возможностей

по различным видам продовольствия и сельскохозяйственного сырья. Однако, как показывает практика, в развитии АПК имеются существенные недостатки, которые могут сформировать угрозы выполнению задачи по обеспечению продовольственной безопасности страны, в их числе: высокая зависимость отечественных сельскохозяйственных производителей от импортных технологий, сельскохозяйственной техники и оборудования по переработке сельхозпродукции, зависимость от использования импортного посадочного материала по целому ряду значимых сельскохозяйственных культур, низкая производительность труда в аграрном секторе в результате высокой доли ручного труда, неустойчивость структуры сельскохозяйственных производителей (сельскохозяйственные предприятия, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйства населения) как важного элемента устойчивости системы обеспечения продовольственной безопасности. Наличие этих проблем требует обоснованного поиска направлений по повышению стабильности сельскохозяйственного производства в интересах повышения продовольственной безопасности России.

Рабочая гипотеза. Увеличение объемов собственного производства сельскохозяйственной продукции будет способствовать сокращению импортных продуктов питания, что в свою очередь создаст предпосылки к обеспечению продовольственной безопасности в России.

Цель – выявление тенденций развития сельскохозяйственного производства в России в интересах обеспечения продовольственной безопасности и определения направлений по устойчивому повышению.

Для достижения указанной цели в рамках представленного исследования были сформулированы основные исследовательские задачи:

- выявить значение обеспечения продовольственной безопасности страны как элемента экономической безопасности;
- охарактеризовать тенденции разви-

тия сельскохозяйственного производства в России;

– оценить уровень самообеспечения по основным видам продуктов питания в России;

– выявить направления развития сельскохозяйственного производства в России в интересах обеспечения продовольственной безопасности.

Методы исследования. В рамках достижения цели при решении поставленных задач в исследовании были использованы следующие методы: диалектический, метод теоретического обобщения и сравнения, логический, метод сравнительных характеристик, анализа и синтеза.

Результаты исследования. Учитывая природно-климатические условия и обширность территорий, Россия всегда позиционировалась как государство с экономикой, в значительной степени ориентированной на аграрное производство. Данный подход к позиционированию обосновывался наличием благоприятных природно-климатических условий для развития производства сельскохозяйственной продукции. Важными элементами благоприятных природных условий выступало наличие значительных площадей наиболее плодородной почвы для производства сельскохозяйственной продукции – черноземов. Также положительную роль играло наличие достаточных водных ресурсов в виде крупных речных систем. Однако отсталость применяемых аграрных технологий и неэффективная организация сельскохозяйственного производства до 30-х годов 20-го века препятствовали организации высокопродуктивного товарного сельского хозяйства [3].

После окончания Второй мировой войны генеральным направлением развития аграрного сектора было восстановление аграрного производства в европейской части страны, сельское хозяйство которой было наиболее продуктивным и играло значимую роль в обеспечении страны продуктами питания, а производства – сырьем. В период с 40-х по 60-е годы прошлого века сельское

хозяйство стало рассматриваться как элемент агропромышленного комплекса, что позволило активизировать технологический аспект развития аграрного производства за счет усиления механизации производства, активного использования химических удобрений, использования мелиорации для улучшения почв и повышения их урожайности. В интересах расширения сельскохозяйственных площадей осуществлялось вовлечение в сельскохозяйственный оборот целинных и залежных земель. Данный доход стал основным, учитывая имеющиеся на тот период возможности по развитию аграрного производства на основе экстенсивного развития.

К концу 70-х годов АПК СССР представлял собой крупный сектор экономики, обладающий существенным потенциалом, как за счет природно-климатических условий, так и за счет накопленного капитала. Однако преимущественно экстенсивное развитие привело к проявлению большого количества проблем с позиции организации производства и взаимодействия элементов АПК, а также стало причиной неэффективной экономической деятельности элементов аграрного сектора экономики, что особенно проявлялось в рамках их взаимодействия как в горизонтальных, так и вертикальных связях. В результате возникли существенные проблемы, оказавшие негативное влияние на состояние сельскохозяйственного производства и обеспечение населения страны продуктами питания. Отсутствие комплексной стратегии привело к отсталости и низкой эффективности материально-технической базы сельского хозяйства (низкая мощность сельскохозяйственной техники, что требовало ее большого количества). В перерабатывающей промышленности это проявлялось в низкой производительности, малом выходе переработанной продукции и т.п. Рентабельность в предприятиях аграрного сектора была низкой, и при этом производственные затраты были высокими, что требовало государственной поддержки. Техническое несовершенство материально-технической базы и устарев-

шие технологии как в транспортировке, так и в хранении приводили к значительным потерям сельскохозяйственной продукции (по данным ряда авторов потери составляли до 70%, тогда как за рубежом этот показатель не превышал 10-15%) [3]. Результатом накопительного эффекта этих негативных явлений стало сокращение объема отечественной продукции сельского хозяйства и продуктов питания. Также негативную роль сыграло увеличение доходов от продажи сырьевых ресурсов, что создало предпосылки к наращиванию объема импортной продукции на рынке продуктов питания СССР.

В результате в 80-х годах вследствие устойчивого дефицита собственной продукции сельского хозяйства, вызванного низким уровнем производства и отсталостью используемых аграрных технологий, сложилась обстановка устойчивого дефицита отечественного продовольствия, что потребовало наращивания импорта продуктов питания из-за границы. В течение 80-х данная проблема усугублялась в результате деградации экономической организации производства продуктов питания. В результате к 1988 г. импорт продовольствия и сельскохозяйственного сырья в стоимостном выражении в сравнении с началом 80-х годов увеличился в шесть раз и достиг 10 млрд руб. [8]. В результате замены отечественного продовольствия на рынке импортным происходило ухудшение экономического положения хозяйствующих субъектов, что привело к снижению эффективности их экономической деятельности, прекращению работы в направлении устранения технической отсталости, разработки и внедрения современных технологий и т.п. Кроме того, на закупку продуктов питания тратились значительные средства, которые могли быть направлены на развитие, а не на потребление.

В период раз渲ла единого экономического пространства бывшего СССР состояние всех участников аграрного сектора России ухудшилось. В результате либерализации внешней торговли на рынок про-

довольствия страны вышли новые игроки (транснациональные корпорации), обладавшие значительными возможностями. Также сократилась поставка продовольствия из республик (ставших самостоятельными государствами), которые ранее были важными элементами обеспечения продовольствия за счет специфики своих аграрных производств. Отечественный аграрный сектор продолжал деградировать, что стало следствием снижения производственных возможностей как вследствие отсутствия финансирования так и по причине отсутствия возможностей сбыта своей продукции и ее неконкурентоспособности. Результатом этих процессов стало сокращение с 80% в 1989 г. до 50% в 1992 г. фактической обеспеченности населения продуктами питания по отношению к научно обоснованным нормам их потребления. По некоторым оценкам уровень обеспечения продуктами питания в 90-х годов соответствовал уровню 60-х годов [3].

Кроме того, зависимость обеспечения продовольствием от импорта оказала негативное влияние на экономическое и внешнеполитическое положение страны. В результате попытки избежать социальных волнений в результате нехватки продовольствия руководство страны было вынуждено идти на компромиссы во внешней политике, которые ухудшили положение России в мировой политике.

Учитывая, что аграрный сектор в 90-х годах пребывал в плачевном состоянии, отечественные производители составить конкуренцию импортному продовольствию на рынке России не могли. Только после накопления капиталов к концу второй половины 90-х годов начало наблюдаться некоторое оживление сельскохозяйственного производства. После дефолта 1998 года вложения в аграрный сектор, как в производство, так и в переработку сельскохозяйственной продукции и производство продуктов питания стали приобретать более массовый характер. Однако наиболее существенное развитие аграрный сектор России получил после 2005 года, когда в стране

начал реализовываться нацпроект «Развитие АПК» [1]. Важнейшими направлениями этого национального проекта стало ускоренное развитие животноводства с целью увеличить объем производства мяса и молока, важнейших продуктов питания. Государство осуществило значительные инвестиции в рамках национального проекта. За 2006-2007 годы совокупные инвестиции составили почти 35 млрд руб. Учитывая, что для наращивания производства мяса необходимо значительное количество кормов, произведенных из продукции растениеводства, в первую очередь зерновых, также активно стала развиваться и эта сфера сельского хозяйства.

Одной из важнейших целей государства в рамках реализации национального проекта «Развитие АПК», а также в ходе реализации других приоритетных проектов стало создание условий для обеспечения продовольственной безопасности. В результате проведенной работы параметры деятельности аграрного сектора существенно улучшились. Так, в 1992 г. посевные площади

составляли 108,7 млн га [7]. В дальнейшем используемые посевные площади сократились до 75,18 млн га. в 2010 г., что было следствием сокращения хозяйственной деятельности в аграрной сфере, а также активным выводом земель из сельскохозяйственного оборота и их перевода в другие предназначения, в том числе промышленно-гражданское строительство. Начиная с 2011 г. наблюдался постепенный возврат части неиспользуемых земель сельскохозяйственного назначения, в том числе в качестве посевных площадей. Максимальное значение используемых посевных площадей было достигнуто в 2022 г., когда было использовано 82,29 млн га.

Соответственно происходило увеличение производства основных видов сельскохозяйственной продукции в растениеводстве и животноводстве.

За период с 1990 по 2023 г. валовый сбор основных сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий в России существенно увеличился, что видно из представленных на рисунке 1 данных.

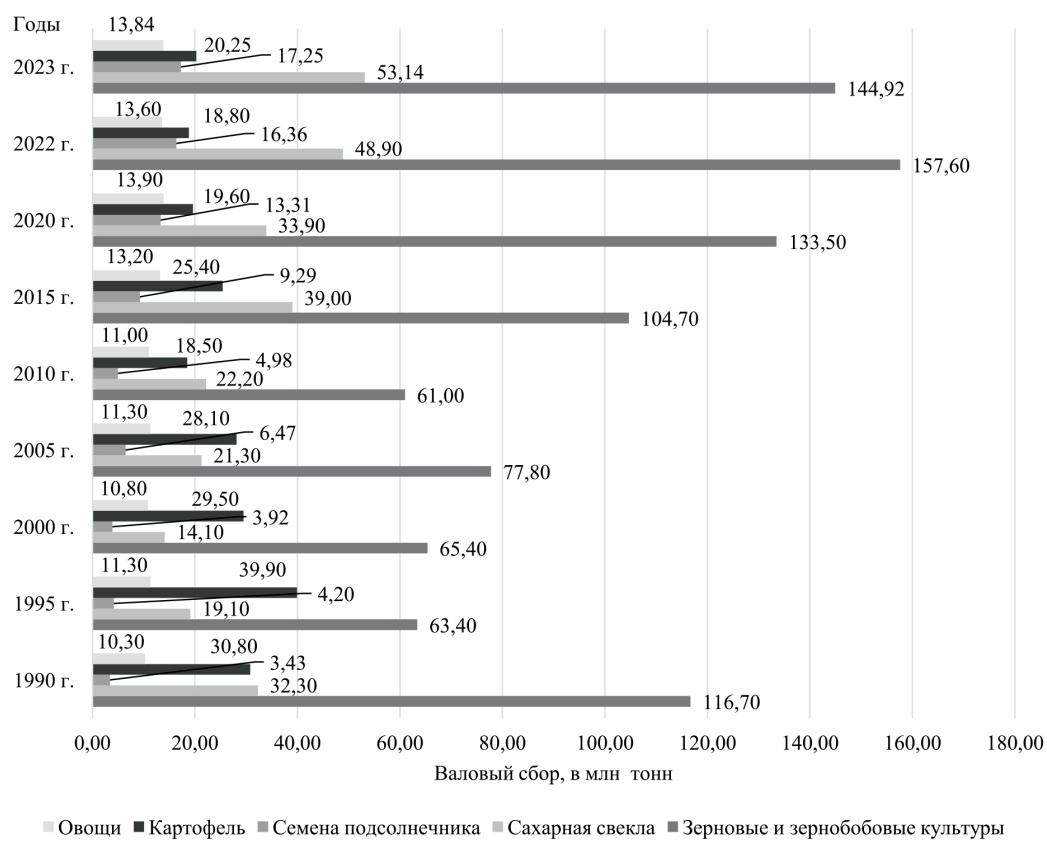


Рис. 1. Динамика валового сбора основных видов сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий в России за 1990–2023 гг*.

*Составлено по: [4].

Как видно из представленных данных, в период с 1990 по 2005 г. по зерновым и зернобобовым, а также сахарной свекле и картофелю наблюдалось сокращение объемов производства. В дальнейшем произошел существенный рост валового сбора продукции по всем видам, за исключением картофеля. Наиболее существенно увеличился объем производства семян подсолнечника, за период исследования более чем в 5 раз в физическом объеме. Также существенный рост наблюдался по валовому сбору сахарной свеклы (прирост валового сбора 64,5%), овощей (прирост валового сбора 34,4%). Если в целом за период исследования валовый сбор зерна и зернобобовых вырос только на 24,2%, то при сравнении значений показателей в 2023 г. с 2000 г. уве-

личение выглядит существенным, за этот период валовый сбор зерна вырос в 2,2 раза. Картофель стал единственным из основных видов продукции растениеводства, объем производства которого за 1990–2023 годы сократился. В целом за период исследования валовый сбор картофеля в хозяйствах всех категорий сократился на почти на 35%. Однако данное изменение объясняется в большей степени изменением рациона питания населения страны.

Объем производства основной продукции животноводства в России за период с 90-х годов по настоящее время также претерпел существенные изменения. Однако по большинству видов до сих пор не достиг уровня 1990 г., что видно из данных, представленных на рисунке 2.

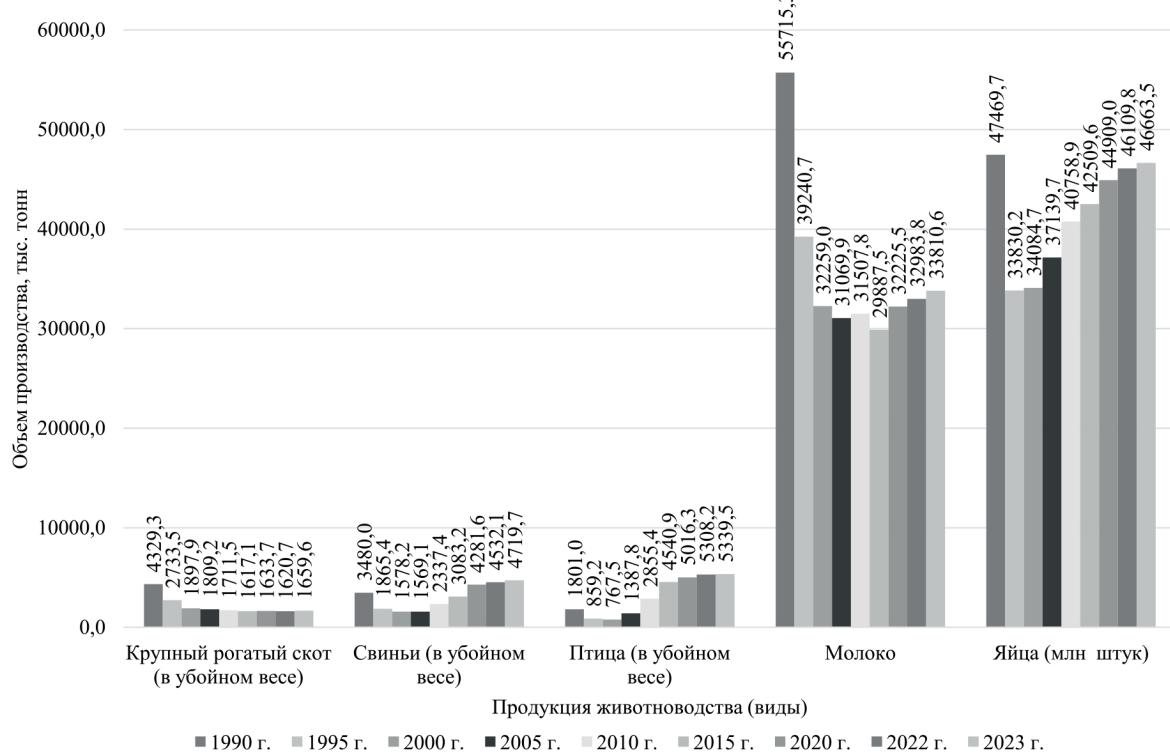


Рис. 2. Динамика объема производства основных видов продукции животноводства в хозяйствах всех категорий в России за 1990–2023 гг.*

*Составлено по: [4].

Наибольшие успехи за период исследования были достигнуты в производстве мяса птицы и мяса свиней. За 1990–2023 г. объем производства мяса птицы в убойном

весе увеличился почти в 3 раза и составил 5339,5 млн тонн. Объем производства мяса свиней в убойном весе увеличился за период исследования на 35,6%. Наихудшие

результаты наблюдались по мясу крупного рогатого скота и молоку. За 1990–2023 годы производство этих видов продукции животноводства сократилось на 61,66% и 39,32% соответственно. Производство яиц в России вышло практически на уровень 1990 г. При этом прирост объема производства по всем видам продукции животноводства начал увеличиваться после 2010 г.

Результатом наращивания объема производства сельскохозяйственной продукции стало увеличение отечественной продукции на рынке, а также формирование экспортного потенциала. Однако наиболее значимым результатом, по нашему мнению, стало достижение по большинству видов продуктов питания самообеспечения. В интересах обеспечения нормативной базы и формирования регламентов индикации параметров продовольственной безопасности в 2020 г. была принята Доктрина продовольственной безопасности РФ (утверженная Указом Президента РФ от 21.01.2020 г. № 20). Разработка и принятие Доктрины стали и логическим развитием большой работы Правительства РФ по созданию условий для обеспечения продовольственной безопасности в стране. В рамках утвержденной Доктрины были регламентированы параметры количественной оценки показателей продовольственной безопасности в интересах мониторинга состояния продовольственной независимости.

По результатам оценки обеспеченности продуктами питания собственного производства по большому числу видов было достигнуто самообеспечение к началу 2023 г. Наиболее существенные успехи были достигнуты по продукции растениеводства – зерну и маслу растительному. По зерну обеспеченность составила 185,4%, что почти в 2 раза превышает значение, установленное для этого вида продукции в Доктрине продовольственной безопасности РФ. Существенным достижением ста-

ло обеспечение растительным маслом на 211,1%, что в 2,3 раза превышает установленный норматив. Также обеспеченность собственным производством превышала по сахару (на 103,2%, что больше установленного норматива на 13,2 п.п.). Однако необходимо отметить, что по овощам и бахчевым культурам обеспеченность составила только 89,2%, что на 0,8 процентного пункта меньше установленного значения. Аналогичная ситуация складывалась по фруктам и ягодам (44,9%, что на 15,1 п. п. меньше норматива), а также картофелю (93,4%, что на 1,6 п.п. меньше нормативного значения).

По продукции животноводства положение было заметно хуже, что проявилось в низких значениях достигнутых результатов. Так, по мясу и мясопродуктам на начало 2023 г. обеспеченность составила 101,6%, в результате нормативное значение, указанное в Доктрине по этому виду продукции, было превышено на 16,6 п. п. Ожидается, что при сохранении темпов роста производства мяса и мясопродуктов в 2023 году потребление мяса составит 80 кг на человека, что превысит уровень потребления этих продуктов питания в сравнении с 2000 г. в 1,7 раза. По молоку и молокопродуктам было достигнуто значение на 4,3 п.п. ниже норматива, что составило 85,7%. По молоку и молокопродуктам в 2023 году ожидается потребление на уровне 249 кг на человека, что позволит достичь уровня 1995 г.

Достигнутые результаты позволили существенно снизить зависимость от импортных продуктов питания, что подтверждается динамикой удельного веса в импорте РФ продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (кроме текстильного), а также удельного веса продовольственных товаров, поступивших по импорту в структуре товарных ресурсов различной торговли РФ. Динамика указанных показателей представлена на рисунке 3.

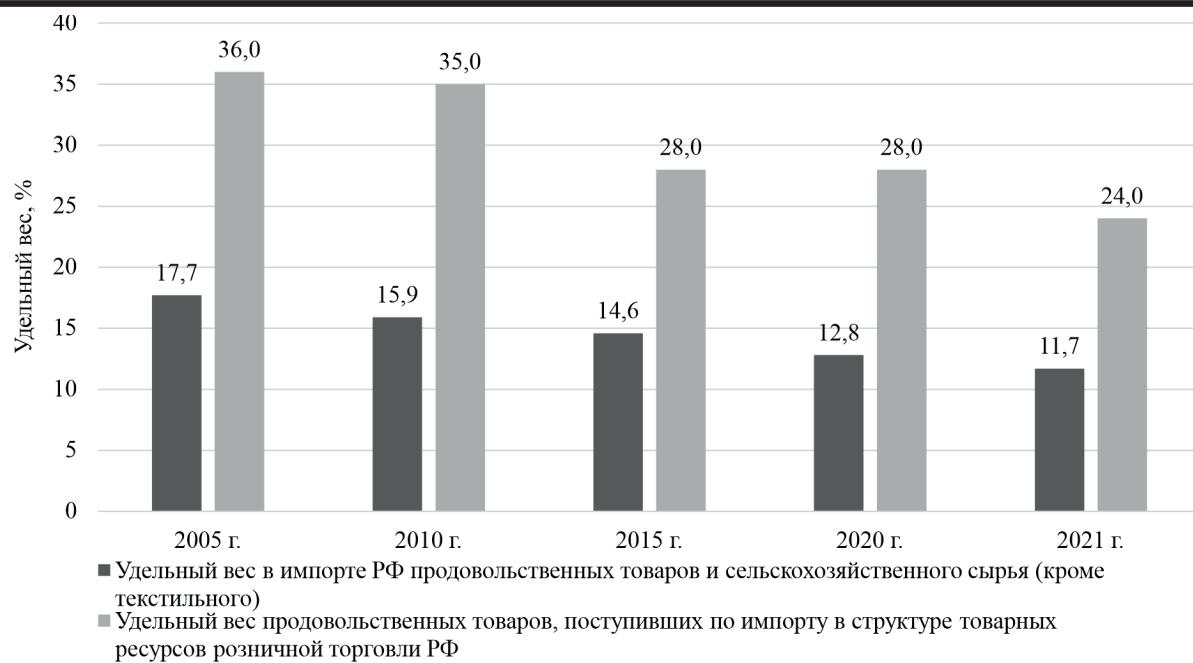


Рис. 3. Динамика удельного веса в импорте РФ продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (кроме текстильного) и удельного веса продовольственных товаров, поступивших по импорту, в структуре товарных ресурсов розничной торговли РФ за 2005–2021 гг.*

*Составлено по: [6].

За период исследования оба показателя существенно сократились, что свидетельствует о снижении зависимости от импорта продуктов питания в РФ и соответственно создания условий для обеспечения продовольственной безопасности. Так, удельный вес продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья (кроме текстильного) в импорте РФ сократился с 17,7% в 2005 г. до 11,7% в 2021 г. Соответственно, удельный вес продовольственных товаров, поступивших по импорту, в структуре товарных ресурсов розничной торговли РФ также сократился с 36,0% в 2005 г. до 24% в 2021 г.

Как видно из представленных результатов исследования, в целом за период исследования наблюдается положительный тренд, характеризующийся наращиванием внутреннего производства продовольствия в России, что привело к росту собственных ресурсов продуктов питания и сокращению их импорта. Однако по ряду важнейших видов продуктов питания обеспеченность не была достигнута. Среди них важные виды продовольствия, такие как мясо крупного рогато-

го скота, молоко и молочные продукты, овощи и бахчевые культуры, фрукты и ягоды.

Выводы и заключение. Основываясь на полученных результатах, можно говорить о том, что в целом в России работа по обеспечению продовольственной безопасности может быть признана успешной. По ряду важнейших видов продовольствия достигнуто самообеспечение, а по некоторым из них объем производства существенно превышает потребности, что формирует экспортный потенциал. Однако можно признать, что по ряду значимых продуктов (мяса крупного рогатого скота, молока и молочных продуктов, овощей и бахчевых культур, а также фруктов и ягод) самообеспеченность не достигнута, что требует усиления работы в этом направлении как за счет увеличения инвестирования, так и за счет формирования условий для наращивания производства этих видов продукции. Таким образом, важное значение для обеспечения продовольственной безопасности страны имеет поиск условий для наращивания объема производства продовольствия

указанных видов, что позволит сбалансировать систему обеспечения продовольственной безопасности и ее устойчивость к негативным влияниям внешней среды.

Особое внимание, по нашему мнению, должно быть отведено формированию условий для наращивания производства овощей и бахчевых культур, а также фруктов и ягод. На значительной территории России природно-климатические условия не позволяют обеспечивать их производство, особенно это характерно для северных территорий. При этом имеются резервы по их выпуску на территориях с более благоприятным климатом. Также резервом производственных возможностей по этим видам продукции могут стать хозяйства населения, которые за последние годы существенно сократили объем своей производственной деятельности [2]. Стимулирование хозяйств населения к производству овощей и бахчевых культур, а также фруктов и ягод, по нашему мнению, позволит сформировать дополнительные ресурсы этих видов сельскохозяйственных культур, что обеспечит повышение самообеспеченности этими видами продуктов питания, а также будет способствовать повышению устойчивости системы обеспечения продовольственной безопасности в России.

Список литературы

1. Гордеев, А. В. Национальный проект «Развитие АПК» переломный этап в современной агропродовольственной политике России / А. В. Гордеев // Вестник ОрелГАУ. – 2007. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnyy-proekt-razvitiye-apk-perelomnyy-etap-v-sovremennoy-agropodolstvennoy-politike-rossii> (дата обращения: 03.09.2024). – Текст : электронный.

2. Кононенко, Р. В. Развитие сельскохозяйственной кооперации России как фактор обеспечения продовольственной безопасности / Р. В. Кононенко, А. А. Фирсова,

Б. А. Гулизаде. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородский университет кооперации, экономики и права. – 2023. – № 5(102). – С. 203–216.

3. Медянская, О. А. Продовольственная безопасность России: технологический аспект / О. А. Медянская, Е. Н. Поличкина // Теория и практика общественного развития. – 2016. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodovolstvennaya-bezopasnost-rossii-tehnologicheskiy-aspekt> (дата обращения: 27.08.2024). – Текст : электронный.

4. Сельское хозяйство в России. 2023 : стат. сб. / Росстат. – Москва, 2023. – 103 с. – Текст : непосредственный.

5. Тенетко, А. А. Государственное регулирование продовольственной безопасности Российской Федерации / А. А. Тенетко, Н. П. Пасешник // Управление в современных системах. – 2018. – № 2 (18). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovaniye-prodovolstvennoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 03.09.2024). – Текст : электронный.

6. Торговля в России. 2023 : стат. сб. / Росстат. – Москва, 2023. – 230 с. – Текст : непосредственный.

7. Ушачев, И. Г. Обеспечение продовольственной безопасности первоочередная задача Российской экономики / И. Г. Ушачев // Вестник ОрелГАУ. – 2008. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-prodovolstvennoy-bezopasnosti-pervochednaya-zadacha-rossiyskoy-ekonomiki> (дата обращения: 03.09.2024). – Текст : непосредственный.

8. Шагайда, Н. И. Продовольственная безопасность в России: мониторинг, тенденции и угрозы / Н. И. Шагайда, В. Я. Узун. – Москва : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. – 110 с. – (Научные доклады: экономика). – Текст : непосредственный.

Kononenko R.V.

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

Gulizade Bahrama Abil oglы

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Postgraduate Student, Chair of Economics

DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL PRODUCTION IN RUSSIA IN THE INTERESTS OF ENSURING FOOD SECURITY

Abstract. The most important goal of the state is to create conditions for providing the population with food. Food production in the country in volumes that ensure the most complete satisfaction of the needs of the population, taking into account affordability, is the most important element of the country's economic security and is characterized as food security. Positive results have been achieved in the work carried out in Russia aimed at ensuring food security in the country, but there are significant shortcomings in the development of the agro-industrial complex that can reduce the ability to ensure food security in the country. The purpose of this article is to identify trends in the development of agricultural production in Russia in the interests of ensuring food security and identifying areas for sustainable improvement. The article contains a study that revealed the importance of ensuring food security in the country as an element of economic security. A retrospective analysis of trends in ensuring food security in Russia was conducted. Based on the study of statistical data, a comparative analysis was carried out, the results of which made it possible to characterize the trends in the development of agricultural production in Russia. An assessment of the level of self-sufficiency in the main types of food products in Russia was carried out. Based on the generalization of the results, directions for the development of agricultural production in Russia in the interests of ensuring food security were identified.

Keywords: food security, ensuring food security, agriculture, crop products, livestock products, food imports.

References

1. Gordeyev, A.V. (2007). Natsional'nyy proyekt «Razvitiye APK» perelomnyy etap v sovremennoy agroprodovol'stvennoy politike Rossii [National project "Development of the agro-industrial complex" - a turning point in the modern agro-food policy of Russia]. *Vestnik OrelGAU* [Bulletin of OrelSAU]. 6. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnyy-proekt-razvitiye-apk-perelomnyy-etap-v-sovremennoy-agroprodovolstvennoy-politike-rossii>.
2. Kononenko, R.V., Firsova, A.A., Gulizade, B.A. (2023). Razvitiye sel'skokhozyaystvennoy kooperatsii Rossii kak faktor obespecheniya prodovol'stvennoy bezopasnosti [Development of agricultural cooperation in Russia as a factor in ensuring food security]. *Vestnik BUKEP* [Herald of BUKEP]. 5 (102), 203-216.
3. Medyanskaya, O.A., Polichkina, E.N. (2016). Prodovol'stvennaya bezopasnost' Rossii: tekhnologicheskiy aspekt [Food security of Russia: technological aspect]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Social Development]. 5. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodovolstvennaya-bezopasnost-rossii-tehnologicheskiy-aspekt>.
4. Sel'skoye khozyaystvo v Rossii. 2023: Stat. sb. Rosstat [Agriculture in Russia. 2023: Stat. collection. Rosstat]. M., 2023.
5. Tenetko, A.A., Paseshnik, N.P. (2018). Gosudarstvennoye regulirovaniye

prodovol'stvennoy bezopasnosti Rossiyskoy Federatsii [State regulation of food security of the Russian Federation]. Upravleniye v sovremennykh sistemakh [Management in Modern Systems]. 2(18). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennoe-regulirovanie-prodovolstvennoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii>.

6. Torgovlya v Rossii. 2023: Stat. sb. Rosstat [Trade in Russia. 2023: Rosstat Statistical Collection]. M., 2023.

7. Ushachev, I.G. (2008). Obespecheniye prodovol'stvennoy bezopasno-

sti pervoocherednaya zadacha Rossiyskoy ekonomiki [Ensuring food security is the primary task of the Russian economy]. Vestnik OrelGAU [Bulletin of OrelSAU]. 5. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-prodovolstvennoy-bezopasnosti-pervoocherednaya-zadacha-rossiyskoy-ekonomiki>.

8. Shagayda, N.I., Uzun, V.Ya. (2015). Prodovol'stvennaya bezopasnost' v Rossii: monitoring, tendentsii i ugrozy [Food security in Russia: monitoring, trends and threats]. M.: Publishing house Delo, RANHiGs.

e-mail: rkononenko@mail.ru

Чистякова О.А.

Сибирский университет потребительской кооперации (г. Новосибирск), канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой бухгалтерского учета, анализа и аудита

ЭВОЛЮЦИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ УСЛУГ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Аннотация. Устойчивость является той первопричиной, которая способна изменяться, развиваться за счет повышения своей экономической эффективности. При всем многообразии научных трудов по устойчивости экономических субъектов в различных отраслевых и многоотраслевых комплексах вопросы эволюции устойчивости потребительской кооперации не раскрыты учеными в едином понимании. Целью статьи является исследование эволюции устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг Российской Федерации. При проведении исследования использовались ресурсно-воспроизводственный и системный подходы, а также общепринятые научные методы. В статье приводится авторский подход, характеризующий основные этапы эволюции устойчивости субъектов хозяйствования на основе парадигмы развития экономических теорий. Выделены особенности развития концепции устойчивого развития в трех плоскостях: научной, политической, практической. Основными положениями эволюции устойчивости в рамках теории экономического роста и развития в зависимости от объяснения их основы и времени появления являются следующие: индустриальная концепция, теория конвергенции, постиндустриальная теория, ресурсная концепция. Новые современные уклады обозначили три составляющие устойчивости: социальную, экономическую, экологическую. Автор также рассмотрела и обобщила вопросы классификации устойчивости развития, что логично в силу ее содержания как динамичного процесса по критерию «уровень принятия концепции устойчивого развития». Определены факторы устойчивости потребительской кооперации, позволяющие изучать будущее развитие системы не только в узком смысле – экономическую позицию, но и в широком – с позиции устойчивого рынка.

Ключевые слова: рынок услуг, устойчивость, устойчивое развитие, концепция устойчивости, потребительская кооперация.

Введение. Глобализация экономики, усиление запросов общества по отношению к бизнесу в части решения социальных и экологических проблем привели к зарождению и формированию концепции устойчивости. Данный подход к развитию любых социально-экономических систем берет начало с древних веков и продолжает развиваться в соответствии с изменениями в обществе.

Исследование любого процесса, в первую очередь, заключается в проверке наличия или отсутствия его устойчивости.

Поскольку процесс развития организаций потребительской кооперации, как и любого хозяйствующего субъекта, всегда находится в зоне интереса, то устойчивость ее развития выступает ключевой проблемой в рамках данного исследования. Более того, нас интересует не просто устойчивость развития организации, а непосредственно устойчивый рост [1].

Поскольку экономичный рост обеспечивает выполнение социальной миссии потребительской кооперации, то, прежде

всего, следует создать все условия для успешного экономического развития этих организаций.

В течение становления экономики в настоящее время ученые-экономисты, общество, общественность заняты поиском эффективных путей экономического роста, социального развития и экологической безопасности жизнедеятельности населения. Потребительская кооперация, пройдя длительный исторический путь, имеет богатую практику и подкреплена надежным теоретическим базисом.

Поэтому исследование эволюции устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг играет важную роль.

Научных работ, посвященных изучению устойчивости потребительской кооперации как системы, недостаточно. Большое распространение получило изучение достижения целей устойчивого развития, где кооперативы вносят существенный вклад в глобальный и национальный валовый продукт [2].

Теория устойчивости систем на сегодняшний день достаточно развита в общем виде и представлена работами таких ученых, как А.Х. Авезов [3], Р.И. Бунеева [4], А.И. Карпович, А.В. Никифорова, А.Н. Полетайкин [5], Л.Г. Куракин, В.И. Юдович [6], Е. Пестель, М. Месарович [7], О. Харт, Дж. Мур [8] и др.

Проблема устойчивости потребительской кооперации как системы достаточно сложна и требует более глубокого изучения. В связи с этим возникает объективная необходимость продолжения ее научной и практической разработки, дальнейших обоснованных предложений в области эволюции концепции устойчивости, особенно в отраслях потребительской кооперации, к числу которых относятся оптовая торговля, розничная торговля, общественное питание.

Цель данной работы заключается в исследовании эволюции устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг.

Задачи, выполнение которых обеспечит достижение цели исследования:

- рассмотреть сущностные характеристики категории «устойчивость» в разрезе экономических теорий;
- определить этапы формирования концепции устойчивого развития;
- выявить подходы к классификации устойчивого развития;
- определить содержание устойчивости развития в потребительской кооперации с позиции системного и ресурсно-воспроизводственных подходов.

Методы исследования. Для достижения цели поставленного исследования использованы ресурсно-воспроизводственный и системный подходы. Также автором использовались научные публикации по вопросам теории устойчивости, которые рассмотрены с применением методов обработки, обобщения, сравнения в историческом контексте.

Результаты исследования. По мнению А.Х. Авезова [3, с. 23], рассматривающего устойчивость в широком и узком смысле, «в широком смысле определить понятие устойчивости невозможно». В узком смысле, применительно к социально-экономическим процессам, «устойчивость происходит из теории систем, где экономические объекты рассматриваются как системы, устойчивость которых раскрывается через их внутренние, отражаемые внешней средой характеристики» [3, с. 23].

Вопросы устойчивости социально-экономических систем впервые раскрывались в контексте равновесия рынка при совершенной конкуренции в трудах таких известных экономистов, как Л. Вальрас, Дж. Р. Хикс, П. Самуэльсон, А. Вальд, а устойчивость рынка – как процесс приближения ситуации к равновесию цены спроса и предложения [9, 10, 11, 12]. А.И Карпович выделяет в экономической теории два подхода к пониманию устойчивости рынка: равновесие цены и сбалансированность интересов субъектов [5]. В первом случае,

в соответствии с теорией Л. Вальраса, устойчивость рынка – это способность рыночной системы достигать некоторого ценового равновесия или сбалансированности в ходе саморегулирования. Во втором случае – ситуация на рынке, которую невыгодно самостоятельно изменять ни одному участнику рыночных отношений (теория Дж. Нэша) или в которой рыночным участникам невыгодно отделяться друг от друга и распределять между собой доход (теория Ф. Эджуорта) [5]. Дальнейшее развитие устойчивость социально-экономических систем получила в рамках теории организаций.

В контексте проводимого исследования устойчивость социально-экономической системы принимается как результат ее устойчивого развития.

По мнению А.В. Григорьева [13, с. 77], в научной литературе авторами выделяются различное количество этапов эволюции концепции устойчивого развития – от двух (по А.Н. Пасенову [14, с. 157]: этап формирования положений концепции и этап нормативного закрепления дальнейшего совершенствования концепции) до пяти (С.С. Гутман, А.А. Басова [15]).

Традиционно отечественные и зарубежные исследователи в формировании концепции устойчивого развития выделяют четыре основных этапа [16, 17, 18, 19]:

1 этап: зарождение концепции, формулирование определения понятия «устойчивое развитие» (1968–1974 гг.);

2 этап: формирование теоретических основ концепции устойчивого развития (1974–1993 гг.);

3 этап: систематизация концепции устойчивого развития путем ее формирования и внедрения на национальном уровне (1993–2015 гг.);

4 этап: формирование новой глобальной повестки (с 2015 г. по настоящее время).

Начало формирования концепции у большинства ученых датируется 1968 г., когда данная проблема стала обсуждаться на заседаниях Римского клуба.

По мнению автора, такое разнообразие мнений об эволюции концепции устойчивого развития связано с тем, что данный процесс необходимо рассматривать в трех плоскостях – политической, научной и практической. Осознание обществом проблем социального и экологического характера реализовывалось в философских и экономических трудах ученых различных стран, что в конечном итоге привело к формированию предложения Организации Объединенных Наций (далее – ООН) и его продвижения в отдельных странах (рис. 1).

Об устройстве «идеального» государства рассуждали древнегреческие философы: Аристотель (384–322 до н. э., Платон (427–347 до н. э.) [20], Томас Мор в своей работе «Утопия» [21].

Общим для них было выделение условий: стабильного развития общества (равенство, свобода и справедливость) и отсутствие частной собственности, что имело несколько упрощенный, утопический характер.

Спустя некоторое время экономическая мысль начала приобретать социальную направленность. Так, Ф. Энгельс в работе «Положение рабочего класса в Англии» (1845 г.) рассматривает и К. Маркс в «Капитале» (1867–1894 гг.) продолжает обосновывать такие условия эффективного, стабильного социального устройства государства, как совместная собственность общества на капитал, равенство вознаграждения за труд, социальная справедливость, равный уровень благосостояния для всех [22, 23].

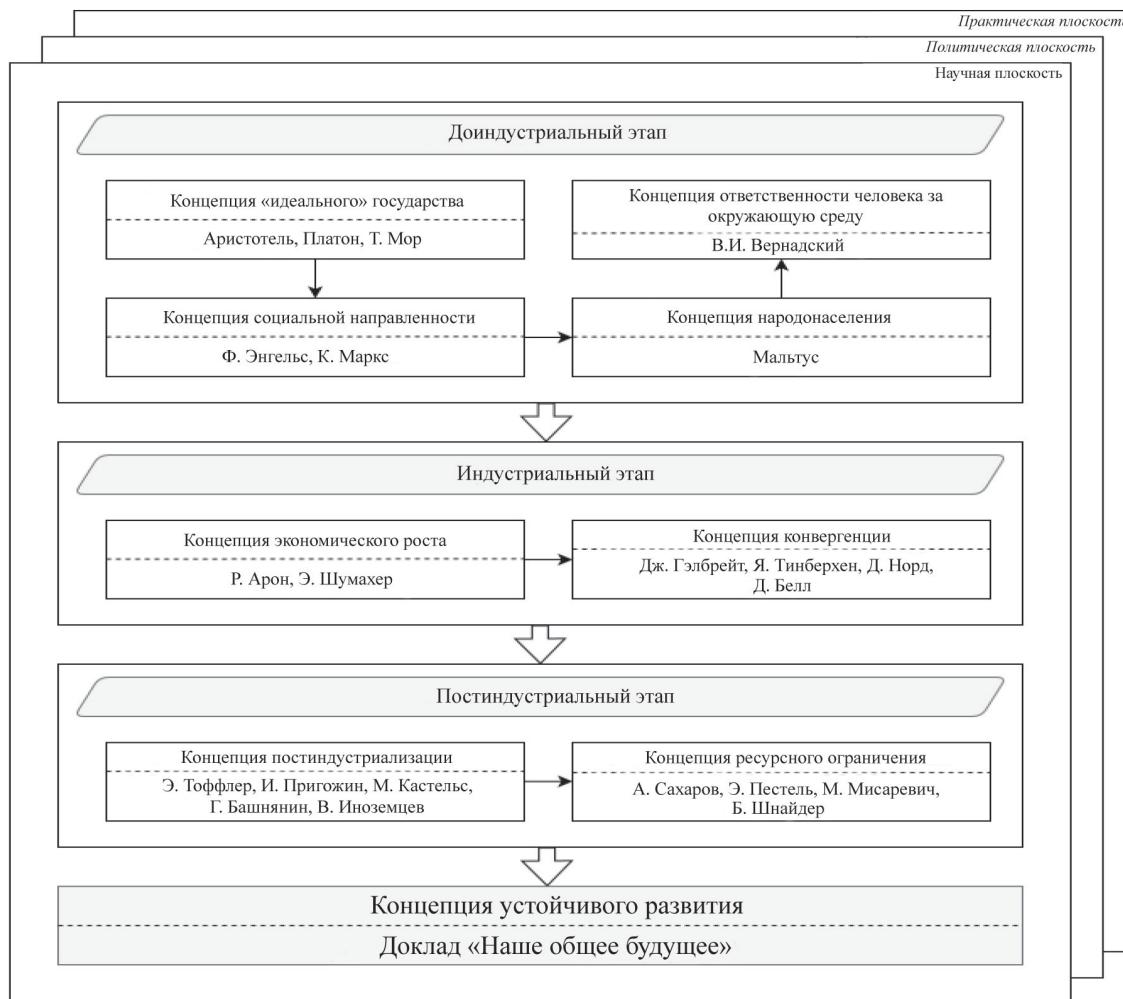


Рис. 1. Эволюция становления концепции устойчивого развития*

*Составлено автором.

Отдельное направление представления о развитии общества связано с работой Т.Р. Мальтуса «Опыт о законе народонаселения» (1798 г.), в которой автор вывел причину неустойчивого мирового развития – закон, согласно которому население Земли растет значительно быстрее, чем ресурсы для его существования [24]. То есть была затронута проблема ограниченности природных ресурсов, окружающей среды и роста населения в геометрической прогрессии, что неизбежно приводит к проблемам бедности, ухудшению экологии и истощению природных ресурсов. Это была новая теория, принимающая во внимание уровень обеспеченности человечества природными

ресурсами и ответственность человека за ухудшение окружающей среды.

Опосредованно рассматривает влияние человека на природу и другой ученый – В.И. Вернадский в своей работе «Биосфера и ноосфера» (1882 г.), где также описывается степень воздействия и ответственность человечества за окружающую среду [25]. К идеям В.И. Вернадского обращаются экономисты и в современных реалиях.

Начало XX в. ознаменовало переход к индустриальному обществу, что в экономической теории привело к попытке обосновать его социально-экономическое развитие под влиянием экономических и иных факторов.

Для человечества только в XX в. становится очевидным: земля является ограниченной зоной для деятельности человека (по Боулдингу, «закрытой») [26]; требуется пересмотр экономических принципов «открытой» экономики, стремясь к максимизации объемов производства и потребления (применяются показатели ВВП, ВНП), тогда как «закрытая» ориентирована на повышение качества и структуры капитальных запасов, что отражается также и в состоянии населения.

На взгляд автора исследования, в научной литературе можно выделить следующие направления теории экономического роста и развития в зависимости от объяснения их основы и времени появления.

Во-первых, индустриальная концепция: в основе экономического роста, по мнению Р. Арона («Лекции по индустриальному обществу», 1964), находится повышение производительности труда, внедрение более совершенных технологий, что приводит в итоге к расточительному использованию природных благ и «необузданному» загрязнению окружающей среды. Растет скорость потребления природных ресурсов, которая является самой высокой за всю историю человечества; возникают проблемы экологии и охраны окружающей среды, а также бедности населения. Постоянный рост производства при ограниченных ресурсах невозможен, как отмечал Э.Ф. Шумахер, необходимо переходить от экономического роста к экономическому развитию [27].

Во-вторых, теория конвергенции: экономический рост и технический прогресс способствуют решению социальных проблем при объединении положений марксистской и постиндустриальной теории [28, 29], что в целом ставит вопрос о переходе к натуральному хозяйству.

В-третьих, постиндустриальная теория: в условиях роста информатизации общества происходит превращение в экономику услуг, где большое значение имеют наука,

образование, социальное развитие [30, 31], в результате окружающая среда и природа как объекты экономических отношений находятся в равновесии с социальной и экономической системами.

Сложившаяся природа роста населения Земли не позволяет гибко реагировать на возникающие проблемы (международное неравенство, бедность, ухудшение окружающей среды, безработица, урбанизация, отказ от традиций и т.д.). Моделирование ситуации по предполагаемым объемам природных ресурсов и земель позволило предположить: в любом случае результатом станет резкое сокращение населения – из-за ухудшения состояния окружающей среды или из-за нехватки природных ресурсов. Учет в модели применения достижений научно-технического прогресса (НТП), по сути, не меняет исход – человечество сначала возрастет, а затем резко сократится. Дальнейшее уточнение модели путем включения параметров уровня благосостояния и экологической нагрузки также приводит исследователей данного направления к выводу о необходимости ограничений. Основными проблемами, по их мнению, остаются бесконтрольный рост населения и растущее воздействие на экологию; решение заключается в снижении неравенства.

В дальнейших работах отмечается переход к призыву экологической ответственности в рамках ресурсной концепции развития общества путем позиционирования природы и окружающей среды как одного из элементов социально-экономической системы общества. К значимым работам того времени можно отнести публикации А.Д. Сахарова, 1974 г. [32], Э. Пестеля, М. Месаровича, 1974 г. [7], А. Кинга, Б. Шнайдера, 1991 г. [33], в которых обосновывается взаимное влияние благополучия цивилизации и экономического роста, решение экологических проблем; доказана необходимость участия общества в решении проблем окружающей среды и важность

общего глобального подхода к управлению мировыми природными ресурсами.

Как уже отмечалось выше, значимым событием в контексте рассматриваемого формирования теоретической базы концепции устойчивого развития стало обсуждение на международном уровне – Конференции ООН по окружающей среде и развитию – в 1989 г. доклада «Наше общее будущее», подготовленного по итогам пятилетней работы комиссии, в состав которой входили исследователи, изложившие полученные результаты в публикации докладе «Пределы роста» и проблемы окружающей среды, озвученные на международной Конференции ООН по проблемам окружающей среды 1972 г. Официально были «связаны» категория устойчивого развития экономических систем и будущее человечества, дано определение развитию – «модели движения вперед», при которой достигается

удовлетворение жизненных потребностей проживающего населения, не лишающая такой возможности будущих поколений [34]. Раскрыты предпосылки концепции устойчивого развития, ее содержание. На основе проведенной оценки развития мировой экономики предложены направления сотрудничества по вопросам устойчивого развития.

Как отмечает А.А. Емельянов, в основу был положен принцип достижения сложившегося уровня благосостояния, приведшего к росту нищеты (увеличился разрыв экономического развития между развитыми и развивающимися странами), и взаимосвязанным с ним экологическим проблемам. Эти два вопроса взаимосвязаны – «нищета является главной причиной и следствием экологических проблем» [16, с. 17]. Взаимосвязь глобальных проблем человечества представлена на рисунке 2.

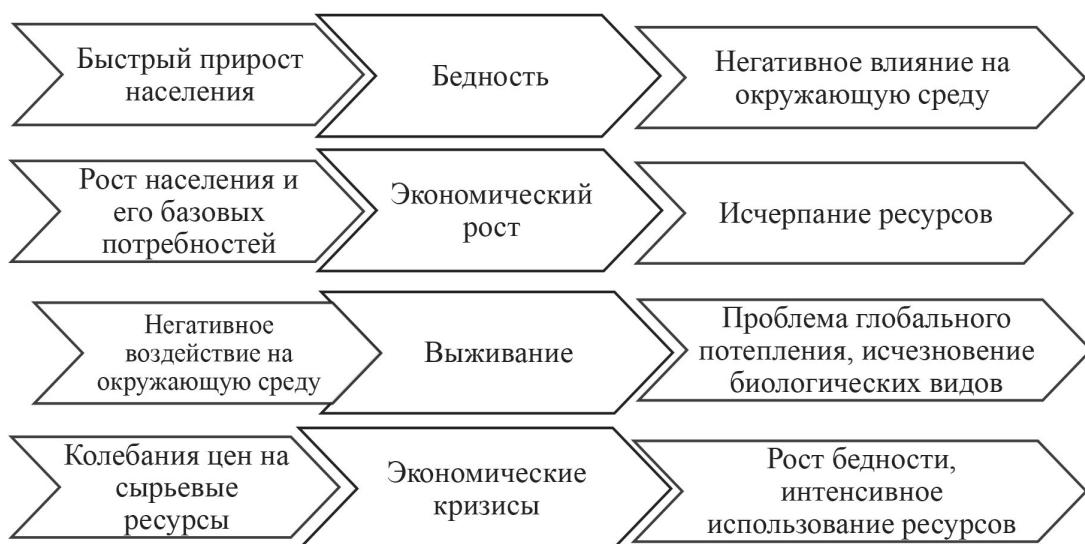


Рис. 2. Глобальные проблемы человечества согласно докладу «Наше общее будущее»*

*Составлено по: [34].

В основу реализации устойчивого развития положены следующие принципы [35]:

– цивилизация должна достигнуть такого уровня развития, при котором на экологическую ситуацию не влияет деятельность

экономических субъектов, таким образом, экологическая и экономическая составляющие оказываются сбалансированными;

– имеющиеся ограниченные ресурсы должны быть использованы максимально

для удовлетворения нужд населения, этим будет достигаться сбалансированность социальной и экономической составляющих;

– будущие поколения также имеют право на ограниченные природные ресурсы, это приводит к необходимости учитывать данное ограничение при управлении ими, что обеспечивает сбалансированность экологической и социальной составляющих устойчивого развития (рис. 3).

После опубликования доклада «Наше общее будущее» концепция устойчивого развития стала стремительно распространяться в странах и международных организациях, в связи с этим дальнейшие научные разработки были направлены на раскрытие сущности устойчивого развития и формирование теоретической основы данной концепции.



Рис. 3. Сбалансированность социальной, экологической и экономической составляющих устойчивого развития в теории*

*Составлено по: [34].

При этом реализацию концепции устойчивого развития невозможно рассматривать вне ее условий, вне контекста технологических революций, т.е. «глубокой структурной перестройки экономики на стыке технологических и мирохозяйственных укладов» [36, с. 6].

Проведенное исследование позволило выявить: в научной литературе не рассматриваются вопросы классификации устойчивого развития, что логично в силу его содержания как динамичного процесса. Однако, по мнению автора, для систематизации знаний в этой области необходимо провести классификацию подходов к устойчивому развитию.

Следует отметить: отдельные авторы [14] предпринимают попытки систематизировать подходы к определению рассматриваемой категории.

Исследователь А.Н. Пасенов выделяет три основных подхода к пониманию сущности устойчивого развития в зависимости от доминирующей составляющей:

- экологический, когда сохранение окружающей среды рассматривается как важнейшая задача мирового сообщества;
- социальный, который исходит из того, что основной задачей современной цивилизации является решение социально-экономических проблем;
- сбалансированный, основанный на достижении социальных задач в условиях сохранения природного разнообразия.

Выделяя критерий уровня принятия концепции устойчивого развития, можно определить его виды: устойчивое развитие мирового сообщества в целом, отдельного государства, региона или города конкретного государства, а также отдельного предприятия.

В теории и практике исследуется устойчивое развитие применительно к разным объектам: государство, регион, город, отрасль, предприятие.

По уровню взаимодействия отдельных видов ресурсов (природных и произведенных) выделяют два диаметрально противоположных типа устойчивого развития – слабое и сильное. Как отмечают О. Лютман, М. Джонелл, Р. Рентбек, М. Троэлл, сильная устойчивость основана на том, что природные ресурсы незаменимы и здоровая экологическая ситуация имеет решающее значение не только для устойчивого развития цивилизации, но и вообще для ее существования [38]. С этой точки зрения, существуют минимальные природные ресурсы, так называемый критический природный капитал, который невозможно восстановить и заменить. К ним относятся: обеспечение продовольствием, водой, пригодным для дыхания воздухом и стабильным климатом. Негативное воздействие на эти аспекты необходимо минимизировать. Слабое устойчивое развитие ставит «во главу угла» человека и его потребности, в результате для достижения устойчивого развития проводится анализ расходов и полезного эффекта.

Таким образом, устойчивое развитие субъекта хозяйствования – это стратегия его роста, основанная на инновационных процессах производства для реализации экономической, социальной и экологической ответственности бизнеса [13]. Применение такой концепции способствует улучшению имиджа, снижению расходов на экологические налоги, а также повышению технологичности и инновационности бизнеса.

Информация о факторах устойчивости развития и связанных с ними рисками необходима как для целей управления организацией, так и для обобщения данных достижений устойчивого развития на уровне отрасли, региона, страны.

Подавляющее большинство исследований сущности устойчивости развития потребительской кооперации основывается

на его содержании как процесса достижения экономической устойчивости. Экономическая устойчивость в данном контексте понимается как результат устойчивого развития системы потребительской кооперации. Так, Л.Н. Дмитриева, обосновывая систему показателей оценки устойчивого развития, выделяет в ней показатели внутренней и внешней устойчивости [39].

Применение системного и ресурсно-воспроизводственного научных подходов позволяет характеризовать устойчивость с точки зрения этапов воспроизводственного процесса, что дает возможность исследовать ее системно, оценивая ресурсную основу, динамику функционирования и возможности будущей деятельности.

Так, более распространенный системный подход к сущности устойчивости потребительской кооперации предполагает выделение особенностей формирования устойчивости, связанных с характеристиками объекта исследования как системы, таких как: наличие совокупности взаимосвязанных элементов; характер и факторы взаимодействия составляющих частей системы между собой и с внешней средой. В процессе исследования, согласно данному подходу, должны быть учтены не только все факторы, которые оказывают влияние на систему, но и интересы всех участников системы. Обеспечение устойчивости в этом контексте представляет собой взаимосвязанные элементы: вход, процесс и выход (результат).

Ресурсный подход отличается тем, что при исследовании устойчивости внимание концентрируется на внутренних нематериальных и материальных ресурсах организации и на процессах их эффективного использования и накопления для будущего развития.

Воспроизводственный подход позволяет рассматривать устойчивость потребительской кооперации через достижение расширенного воспроизводства и обеспечение его отдельных элементов. Так, устойчивость субъекта хозяйствования необходима

мо определять не только как устойчивость состояния субъекта, но и в динамическом аспекте – устойчивость жизнедеятельности (простое воспроизведение) и устойчивость развития (расширенное воспроизведение).

В рамках проводимого исследования устойчивость развития потребительской кооперации рассматривается не с позиции ее результата (экономической устойчивости), а с точки зрения самого процесса – деятельности потребительской кооперации, организованной таким образом, чтобы обеспечить достижение целей устойчивого развития, сбалансированное решение социальных, экономических и экологических проблем внешней и внутренней среды хозяйствующего субъекта.

Устойчивое развитие потребительской кооперации как многоотраслевой системы региональных организаций способствует устойчивому развитию на мезоуровне (региона, отрасли) и на уровне государства в целом. Это подтверждают множество исследований роли потребительской кооперации в устойчивом развитии сельского хозяйства, сельских территорий, регионов и страны в целом.

Следовательно, по мнению автора исследования, устойчивое развитие потребительской кооперации – это, с одной стороны, драйвер устойчивого развития сельского хозяйства, сельских территорий, регионов присутствия, а с другой стороны, это процесс развития многоотраслевой социально-экономической системы, который позволяет решать ее социальные, экономические и экологические проблемы с учетом факторов внутреннего и внешнего характера.

Выводы и заключение. Проведенное исследование эволюции сущности устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг позволяет сделать следующие выводы:

– во-первых, исторические тренды генезиса устойчивости позволяют выделить четыре основных этапа концепции устойчивости;

– во-вторых, рассмотрев содержание категории устойчивости в историческом разрезе в контексте отдельных, по нашему мнению, важных направлений экономической мысли, был сделан вывод о постепенном развитии концепции устойчивости;

– в-третьих, большинство исследований свидетельствуют о многогранности категории устойчивости субъекта хозяйствования, обусловленной его динамической и относительной сущностной природой, сложным характером и трудной предсказуемостью изменений внешней среды субъекта хозяйствования, уровнем и качеством ресурсного потенциала, ориентиром развития на будущее;

– в-четвертых, с позиции системного и ресурсно-воспроизводственного подходов автором предлагается устойчивость развития рассматривать с точки зрения деятельности потребительской кооперации как системы, что позволяет расширить понятийно-категориальный аппарат.

Таким образом, в условиях преобладающей парадигмы исследования эволюция устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг предполагает достижение устойчивости состояния и развития. Социальная миссия потребительской кооперации обуславливает необходимость создания механизма устойчивого развития, что является общественно значимым и необходимым.

Список литературы

1. Чистякова, О. А. Научно-методический подход к устойчивому развитию организаций потребительской кооперации в условиях Индустрий 4.0 и 5.0 / О. А. Чистякова, Ж. П. Шнорр. – Текст : непосредственный // Экономика, предпринимательство и право. – 2024. – Том 14. – № 5. – С. 2473–2494.
2. Кручинина, В. М. Роль потребительской кооперации в устойчивом

развитии России / В. М. Кручинина. – Текст : непосредственный // Научно - теоретический журнал. – 2019. – № 2. – С.74–85.

3. **Аvezov, A. X.** Методологические аспекты устойчивости региональной экономики / А. Х. Аvezов. – Текст : непосредственный // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2014. – № 3(28). – С. 23–26.

4. **Бунеева, Р. И.** Стратегия экономической устойчивости функционирования организаций потребительской кооперации / Р. И. Бунеева. – Текст : непосредственный // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2015. – № 2. – С. 103–113.

5. **Карпович, А. И.** Определение категории устойчивости в сложных социотехнических системах / А. И. Карпович, А. В. Никифорова, А. Н. Полетайкин. – Текст : непосредственный // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2017. – № 1. – С. 147–163.

6. **Куракин, Л. Г.** Устойчивость и бифуркации в системах с косимметрией / Л. Г. Куракин, В. И. Юдович ; Федер. агентство по образованию Рос. Федерации, Южн. федер. ун-т. – Ростов-на-Дону : Издательство Южного федерального университета, 2009. – 207 с. – Текст : непосредственный.

7. **Александрова, В. И.** Применение модели Месаровича-Пестеля при анализе потребления минеральных ресурсов / В. И. Александрова // ГИАБ. – 2008. – № 2–1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenie-modeli-mesarovicha-pestelya-prinadlezhnosti-potrebleniya-mineralnyh-resursov> (дата обращения: 20.04.2024). – Текст : электронный.

8. Hart, O., Moore, J. The governance of exchanges: members' cooperatives versus outside ownership Oxford Review of Economic Policy, 12 (4) (1996), pp. 53-69,

URL: <https://ideas.repec.org/a/oup/oxford/v12y1996i4p53-69.html> (дата обращения: 21.05.2024). – Текст : электронный.

9. **Вальрас, Л.** Элементы чистой политической экономии, или Теория общественного богатства / Л. Вальрас : пер. на рус. яз. ; И. Егоров, А. Белянин. – Москва : Университет. б-ка : Экономика, 2000. – 421 с. – Текст : непосредственный.

10. **Хикс, Дж. Р.** Стоимость и капитал / Дж. Р. Хикс : пер. с англ. ; общ. ред. и вступ. ст. Р. М. Энтова. – Москва : Прогресс, 1988. – 487 с. – Текст : непосредственный.

11. **Самуэльсон, П.** Монополистическая конкуренция – революция в теории / П. Самуэльсон // Теория фирмы ; сост. и общ. ред. В. М. Гальперина. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 1995. – С. 354–370. – Текст : непосредственный.

12. **Вальд, А.** Последовательный анализ / А. Вальд. – Москва, 1960. – 328 с. – Текст : непосредственный.

13. **Григорьева, А. В.** Эволюция концепции устойчивого развития: предпосылки становления и значимость на современном этапе / А. В. Григорьева. – Текст : непосредственный // Современная экономика: проблемы и решения. – 2023. – № 12. – С. 73–88.

14. **Пасенов, А. Н.** Концепция устойчивого развития: теоретико-практический аспект / А. Н. Пасенов. – Текст : непосредственный // Ученые записки Крымского федерального университета В. И. Вернадского. Юридические науки. – 2020. – Т. 6(2). – № 2. – С. 319–32.

15. **Гутман, С. С.** Индикаторы устойчивого развития Арктической зоны Российской Федерации: проблемы выбора и измерения / С. С. Гутман, А. А. Басова. – Текст : непосредственный // Арктика: экология и экономика. – 2017. – № 4(28). – С. 32–48.

16. **Емельянов, А. А.** К вопросу формирования феномена устойчивого

развития : монография / А. А. Емельянов. – Москва : Первое экономическое издательство, 2022. – 150 с. – ISBN 978-5-91292-442-2. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1974292> (дата обращения: 27.02.2024). – Текст : электронный.

17. Гузей, В. А. Становление парадигмы устойчивого развития / В. А. Гузей. – Текст : непосредственный // Финансовые исследования. – 2021. – № 4. – С. 56–62.

18. Singh, S. Sustainable Development: A Literature Review // The International Journal of Indian Psychology. 2016. Vol. 3, is. 3, № 6. P. 63–69.

19. Каз, Е. М. Бизнес-модели компаний и устойчивое развитие / Е. М. Каз, И. В. Краковецкая, Е. В. Нехода, Н. А. Редчикова / науч. ред. Е. В. Нехода. – Томск : Издательство Томского государственного университета, 2020. – 214 с. – Текст : непосредственный

20. Платон. Политика: Наука об управлении государством / Платон, Аристотель. – Москва : ЭКСМО ; Санкт-Петербург : Terra Fantastica, 2003. – 859 с. – Текст : непосредственный.

21. Зейналов, И. М. Философия государственности: политico-правовой подход / И. М. Зейналов, А. Г. Давыденкова // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2005. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-gosudarstvennosti-politiko-pravovoy-podhod> (дата обращения: 09.04.2024). – Текст : электронный.

22. Энгельс, Ф. Положение рабочего класса в Англии: По собственным наблюдениям и достоверным источникам / Фридрих Энгельс. – 5-е изд. – Москва : Прогресс; Лондон : Lawrence of wishart, 1984. – 307 с. – Текст : непосредственный.

23. Маркс, К. Экономические рукописи 1855–1859 годов : соч. Т. 46. Ч. II / К. Маркс, Ф. Энгельс. – Москва : Политиздат, 1969. – 879 с. – Текст : непосредственный.

24. Мальтус, Т. Р. Опыт о законе народонаселения : монография / Т. Р. Мальтус. – Москва : АСТ, 2023. – 256 с. – Текст : непосредственный.

25. Вернадский, В. И. Биосфера и ноосфера / В. И. Вернадский. – Москва : Изд-во «Эксмо», 2024. – 672 с. – Текст : непосредственный.

26. Боулдинг, К. Э. Экономическая наука и социальные системы / К. Э. Боулдинг // Панорама экономической мысли конца XX столетия / под ред. В. С. Автономова. – Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2002. – Том 2. – 77 с. – Текст : непосредственный.

27. Шумахер, Э. Ф. Малое прекрасно: экономика, в которой люди имеют значение / Э. Ф. Шумахер : пер. с англ. Д. О. Аронсона. – Текст : непосредственный. // Экономическая социология. – 2012. – Т. 13. – № 1. – С. 38–45.

28. Гэлбрейт, Дж. К. Новое индустриальное общество / Дж. Гэлбрейт : пер. с англ. ; ред. : Н. Н. Иноzemцев, С. М. Меньшиков, А. Г. Милейковский. – Москва : Прогресс, 1969. – 479 с. – Текст : непосредственный.

29. Тинбэрхэн, Я. Математические модели экономического роста / Я. Тинбэрхэн, Х. Бос : пер. с англ. ; под ред. М. М. Голанского ; вступ. статья А. Д. Смирнова, С. С. Шаталина. – Москва : Прогресс, 1967. – 174 с. – Текст : непосредственный.

30. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер. – Москва : АСТ, 2010. – 800 с. – Текст : непосредственный.

31. Пригожин, И. Порядок из хаоса: новый диалог человека с природой / И. Пригожин, И. Стенгерс ; пер. с англ. Ю. А. Данилова ; общ. ред. В. И. Аршинова. – Москва : Прогресс, 1986. – 431 с. – Текст : непосредственный

32. Сахаров, А. Д. Мир через полвека / А. Д. Сахаров. – 1974. – Режим доступа : <http://www.sakharov-archive.ru/Raboty/>

Rabot_31.html – (дата обращения: 21.04.2024). – Текст : электронный.

33. **Кинг, А.** Первая глобальная революция : доклад Рим. клуба / А. Кинг, Б. Шнайдер ; пер. с англ. Д. Саприки [и др.] ; вступ. ст. и ред. Д. М. Гвишиани ; Предисл. Р. Диц-Хохляйтнера ; послесл. Г. С. Хозина ; Сов. ассоц. содействия Рим. клубу. – Москва : Прогресс : Изд. фирма «Прогресс – Панагея», 1991. – 339 с. – Текст : непосредственный.

34. Наше общее будущее : доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР). – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 490 с. – Текст : непосредственный.

35. **Аньшин, В. М.** Проектный подход к реализации концепции устойчивого развития в компании : монография / В. М. Аньшин, Е. С. Глазовская, Е. Ю. Перцева. – Москва : ИНФРА-М, 2024. – 267 с. – Текст : непосредственный.

36. **Си, Фуюань.** Развитие концепции устойчивого развития / Фуюань Си. –

Текст : непосредственный // Инвестиции и инновации. – 2022. – № 1. – С. 4–9.

37. Luthman, O., Jonell, M., Rönnbäck, P., Troell, M. Strong and weak sustainability in Nordic aquaculture policies // Aquaculture. Volume 550, 15 March 2022, 737841. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0044848621015040>. – Текст : электронный.

38. **Старикова, Е. А.** Современные подходы к трактовке концепции устойчивого развития / Е. А. Старикова. – Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2017. – Vol. 25. – № 1. – С. 7–17.

39. **Дмитриева, Л. Н.** Система показателей оценки устойчивого развития потребительской кооперации / Л. Н. Дмитриева // Вестник РУК. – 2015. – № 1(19). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-pokazateley-otsenki-ustoychivogo-razvitiya-potrebitelskoy-kooperatsii> (дата обращения: 22.01.2024). – Текст : электронный.

EVOLUTION OF CONSUMER COOPERATION STABILITY IN THE SERVICES MARKET OF THE RUSSIAN FEDERATION

Abstract. Sustainability is the root cause that is capable of changing and developing by increasing its economic efficiency. With all the diversity of scientific works on the sustainability of economic entities in various industry and multi-industry complexes, the issues of the evolution of sustainability of consumer cooperation have not been disclosed by scientists in a single understanding. The purpose of the article is to study the evolution of sustainability of consumer cooperation in the services market of the Russian Federation. The article presents the author's approach characterizing the main stages of the evolution of sustainability of business entities based on the paradigm of development of economic theories. The features of the development of the concept of sustainable development in three planes are highlighted: scientific, political, practical. The main provisions of the evolution of sustainability within the theory of economic growth and development, depending on the explanation of their basis and time of appearance, are the following: industrial concept, convergence theory, post-industrial theory, resource concept. The author also considered and summarized the issues of classification of development sustainability, which is logical due to its content as a dynamic process according to the criterion of "the level of adoption of the concept of sustainable development".

Keywords: services market, sustainability, sustainable development, sustainability concept, consumer cooperation.

References

1. Chistyakova, O.A., Shnorr, Zh.P. (2024). Nauchno-metodicheskiy podkhod k ustoychivomu razvitiyu organizatsiy potrebitel'skoy kooperatsii v usloviyakh Industriy 4.0 i 5.0 [Scientific and methodological approach to sustainable development of consumer cooperation organizations in the context of Industries 4.0 and 5.0]. Ekonomika, predprinimatel'stvo i parvo [Economics, Entrepreneurship and Law]. 14 (5), 2473-2494.
2. Kruchinina, V.M. (2019). Rol' potrebitel'skoy kooperatsii v ustoychivom razvitiu Rossii [The role of consumer cooperation in sustainable development of Russia]. Nauchno - teoreticheskiy zhurnal [Scientific and theoretical journal]. 2, 74-85.
3. Avezov, A.Kh. (2014). Metodologicheskiye aspekty ustoychivosti regional'noy ekonomiki [Methodological aspects of sustainability of regional economy]. Biznes. Obrazovaniye. Pravo. Vestnik Volgogradskogo instituta biznesa [Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Institute of Business]. 3 (28), 23-26.
4. Buneysheva, R.I. (2015). Strategiya ekonomiceskoy ustoychivosti funktsionirovaniya organizatsiy potrebitel'skoy kooperatsii [Strategy of economic sustainability of functioning of consumer cooperation organizations]. Vestnik Belgorodskogo universiteta potrebitel'skoy kooperatsii, ekonomiki i prava [Herald of the Belgorod University of Consumer Cooperation, Economics and Law]. 2, 103-113.
5. Karpovich, A.I., Nikiforova, A.V., Poletaykin, A.N. (2017). Opredeleniye kategorii ustoychivosti v slozhnykh sotsiotekhnicheskikh sistemakh [Definition

- of the category of stability in complex sociotechnical systems]. Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskiye nauki [Bulletin of Perm National Research Polytechnic University. Social and Economic Sciences]. 1, 147–163.
6. Kurakin, L.G., Yudovich, V.I. (2009). Ustoychivost' i bifurkatsii v sistemakh s kosimmetriey [Stability and bifurcations in systems with cosymmetry]. Federal Agency for Education of the Russian Federation, Southern Federal University. Rostov-on-Don. Published by Southern Federal University.
7. Aleksandrova, V.I. (2008). Primeneniye modeli Mesarovicha-Pestelya pri analize potrebleniya mineral'nykh resursov [Application of the Mesarovich-Pestel model in the analysis of consumption of mineral resources]. GIAB. 2-1. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-modeli-mesarovicha-pestelya-pri-analize-potrebleniya-mineralnyh-resursov>.
8. Hart, O., Moore, J. (1996). The governance of exchanges: members' cooperatives versus outside ownership. Oxford Review of Economic Policy, 12 (4), 53-69, Retrieved from: <https://ideas.repec.org/a/oup/oxford/v12y1996i4p53-69.html>.
9. Walras, L. (2000). Elementy chistoy politicheskoy ekonomii ili Teoriya obshchestvennogo bogatstva [Elements of pure political economy or theory of social wealth]. Tr. into Russian by I. Egorov, A. Belyanin. Moscow: University library: Ekonomika.
10. Hicks, J.R. (1988). Stoirost' i capital [Value and capital]. Tr. from Engl. Moscow: Progress.
11. Samuelson, P. (1995). Monopolisticheskaya konkurentsii - revolyutsiya v teorii. Teoriya firmy [Monopolistic competition: a revolution in theory. The theory of the firm]. Compiled and edited by V.M. Galperin. SPb.: Ekonomicheskaya shkola. P. 354-370.
12. Wald, A. (1960). Posledovatel'nyy analiz [Sequential analysis]. Moscow.
13. Grigorieva, A.V. (2023). Evolyutsiya kontseptsii ustoychivogo razvitiya: predposylki stanovleniya i znachimost' na sovremennom etape [Evolution of the concept of sustainable development: prerequisites for formation and significance at the present stage]. Sovremennaya ekonomika: problemy i resheniya [Modern Economy: Problems and Solutions]. 12, 73-88.
14. Pasenov, A.N. (2020). Kontseptsiya ustoychivogo razvitiya: teoretiko-prakticheskiy aspekt [The concept of sustainable development: theoretical and practical aspect]. Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta V.I. Vernadskogo. Yuridicheskiye nauki [Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Legal Sciences]. 6-2 (2), 319-32.
15. Gutman, S.S., Basova, A.A. (2017). Indikatory ustoychivogo razvitiya Arkticheskoy zony Rossiyskoy Federatsii: problemy vybora i izmereniya [Indicators of sustainable development of the Arctic Zone of the Russian Federation: problems of selection and measurement]. Arktika: ekologiya i ekonomika [Arctic: Ecology and Economy]. 4 (28), 32-48.
16. Emelianov, A.A. (2022). K voprosu formirovaniya fenomena ustoychivogo razvitiya: monografiya [On the issue of formation of the phenomenon of sustainable development: monograph]. Moscow: Pervoe ekonomicheskoe izdatel'stvo. ISBN 978-5-91292-442-2. Retrieved from: <https://znanium.com/catalog/product/1974292>.
17. Guzey, V.A. (2021). Stanovleniye paradigm ustoychivogo razvitiya [Formation of the paradigm of sustainable development]. Finansovyye issledovaniya [Financial Research]. 4, 56-62.
18. Singh, S. (2016). Sustainable Development: A Literature Review. The International Journal of Indian Psychology. 3-3 (6), 63-69.
19. Kaz, E.M., Krakovetskaya, I.V., Nekhoda, E.V., Redchikova, N.A. (2020). Biznes-modeli kompaniy i ustoychivoye razvitiye [Business models of companies and sustainable development]. Ed. by E.V.

Nekhoda. Tomsk: Published by Tomsk State University.

20. Plato. (2003). Politika: Nauka ob upravlenii gosudarstvom [Politics: The science of governance]. M.: EKSMO; SPB.: Terra Fantastica.

21. Zeynalov, I.M., Davydenkova, A.G. (2005). Filosofiya gosudarstvennosti: politiko-pravovoy podkhod [Philosophy of statehood: political and legal approach]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta MVD Rossii [Bulletin of the St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia]. 3. Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-gosudarstvennosti-politiko-pravovoy-podkhod>.

22. Engels, F. (1984). (1820-1895.). Polozheniye rabochego klassa v Anglii: Po sobstvennym nablyudeniyam i dostovernym istochnikam [Condition of the working class in England: from personal observations and reliable sources]. 5th ed. Moscow: Progress; London: Lawrence of wishart.

23. Marx, K., Engels, F. (1969). Ekonomicheskiye rukopisi 1855-1859 godov: soch [Economic manuscripts of 1855-1859: comp]. V. 46. P.II. M.: Poilitzdat.

24. Mal'tus, T.R. (2023). Opyt o zakone narodonaseleniya: monografiya [An Essay on the law of population: monograph]. M.: ACT.

25. Vernadskiy, V.I. (2024). Biosfera i noosfera [Biosphere and noosphere]. M: Published by Eksmo.

26. Boulding, K.E. (2002). Ekonomicheskaya nauka i sotsial'nyye sistemy [Economic science and social systems. Panorama ekonomicheskoy mysli kontsa XX stoletiya [A Panorama of Economic Thought at the End of the Twentieth Century]. Ed. by V.S. Avtonomov. V.2. SPB: Ekonomicheskaya shkola.

27. Shumacher E.F. (2012). Maloye prekrasno: ekonomika, v kotoroy lyudi imeyut znacheniye [Small is beautiful: an economy in which people matter]. Tr. from English by D.O. Aronson. Ekonomicheskaya sotsiologiya [Economic Sociology]. 13 (1), 38-45.

28. Gelbraith, J.K. Novoye industrial'noye obshchestvo: per. s angl [The new industrial society: trans. from English]. Ed. by N.N. Inozemtsev, S.M. Menshikov, A.G. Mileykovskyy. M.: Progress.

29. Tinbergen, Ya. (1967). Matematicheskiye modeli ekonomicheskogo rosta [Mathematical models of economic growth]. Tr. from English by Ya. Tinbergen, X. Boc; ed. by M.M. Golanskyy. Moscow: Progress.

30. Toffler, E. (2010). Tret'ya volna [The third wave]. Moscow: ACT.

31. Prigozhin, I., Stengers, Izabella (1986). Poryadok iz khaosa: novyy dialog cheloveka s prirodoy [Order from chaos: a new dialogue between man and nature]. Tr. from English by Yu.A. Danilov; ed. by V.I. Arshinov. M.: Progress.

32. Sakharov, A.D. (1974). Mir cherez polveka. Arkhiv i memorial'naya kvartrira A. D. Sakharova [The world through half a century. Archive and Memorial Apartment of A. D. Sakharov]. Retrieved from: http://www.sakharov-archive.ru/Raboty/Rabot_31.html.

33. King, A. (1991). Pervaya global'naya revolyutsiya: Dokl. Rim. kluba [The First Global Revolution: Report of the Rome Club]. Tr. from English by D. Sapriki et al. Moscow: Progress: Publishing company Progress-Panageya.

34. Nashe obshcheye budushcheye. Doklad Mezhdunarodnoy komissii po okruzhayushchey srede i razvitiyu (MKOSR) [Our Common Future. Report of the World Commission on Environment and Development (WCED)]. Moscow: INFRA-M 2023.

35. An'shin, V.M., Glazovskaya, E.S., Pertseva, E.Yu. (2024). Proyektnyy podkhod k realizatsii kontseptsii ustoychivogo razvitiya v kompanii: monografiya [Project approach to the implementation of the concept of sustainable development in the company: monograph]. Moscow: INFRA-M.

36. Fuyuan, Xi (2022). Razvitiye kontseptsii ustoychivogo razvitiya. [Development

of the concept of sustainable development]. Investitsii i innovatsii [Investments and innovations]. 1, 4-9.

37. Luthman, O., Jonell, M., Rönnbäck, P., Troell, M. Strong and weak sustainability in Nordic aquaculture policies. *Aquaculture*. Volume 550, 15 March 2022, 737841 Retrieved from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0044848621015040>.

38. Starikova, E.A. (2017). Sovremennyye podkhody k traktovke kontseptsii ustoychivogo razvitiya [Modern approaches to the interpretation of the concept of

sustainable development]. *Vestnik RUDN. Seriya: Ekonomika* [Bulletin of RUDN. Series: Economy]. 25 (1), 7-17.

39. Dmitriyeva, L.N. (2015). Sistema pokazateley otsenki ustoychivogo razvitiya potrebitel'skoy kooperatsii [System of indicators for assessing sustainable development of consumer cooperation]. *Vestnik RUK* [Bulletin of RUC]. 1 (19). Retrieved from: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-pokazateley-otsenki-ustoychivogo-razvitiya-potrebitelskoy-kooperatsii>.

e-mail: chistiakowa.ol@yandex.ru

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.bukep.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 университетском 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@buker.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 организации : 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/journal/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