

ISSN 2524-0668

Вестник Донецкого национального университета



НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ
*Основан
в 1997 году*

Серия В

Экономика и право

4 / 2022

Редакционная коллегия серии В (экономика и право)

Главный редактор – д-р экон. наук, проф. **В. В. Краснова**
Зам. главного редактора – д-р экон. наук, проф. **В. Н. Сердюк**
Ответственный секретарь – канд. экон. наук, доц. **А. А. Кужелева**

Члены редколлегии: канд. юрид. наук, доц. **Н. В. Асеева**; д-р экон. наук, проф. **Н. А. Балтачевева**; канд. юрид. наук **Н. Д. Бардашевич**; д-р экон. наук, доц. **Т. В. Воронина**; д-р экон. наук, проф. **Г. Н. Дончевский**; д-р экон. наук, проф. **Л. И. Дмитриченко**; д-р экон. наук, проф. **П. В. Егоров**; канд. юрид. наук **Д. С. Каблов**; канд. экон. наук, доц. **В. А. Кравченко**; канд. юрид. наук **Л. Ю. Одегова**; канд. юрид. наук, доц. **С. Н. Пашков**; д-р экон. наук, доц. **А. В. Половян**; д-р экон. наук, доц. **Ю. Н. Полшков**; д-р юрид. наук, доц. **Е. М. Сынкова**; д-р экон. наук, проф. **В. Н. Тимохин**; д-р экон. наук, проф. **А. М. Чаусовский**; д-р экон. наук, проф. **А. Г. Шеломенцев**; д-р экон. наук, проф. **Е. С. Шилец**.

The Editorial Board of the Series C (economics and law)

The Editor-in-Chief – Dr. of econ., prof. **V. V. Krasnova**
The Deputy of the Editor-in-Chief – Dr. of econ., prof. **V. N. Serdyuk**
Executive Secretary – Cand. of econ., docent **A. A. Kuzheleva**

The Members of the Editorial Board: Cand. jurid. sciences, docent **N. V. Aseyeva**; Dr. of econ., prof. **N. A. Baltacheyeva**; Cand. jurid. sciences **N. D. Bardashevich**; Dr. of econ., docent **T. V. Voronina**; Dr. of econ., prof. **G. N. Donchevsky**; Dr. of econ., prof. **L. I. Dmitrichenko**; Dr. of ekon., prof. **P. V. Egorov**; Cand. jurid. sciences **D. S. Kablov**; Cand. of econ., docent **V. A. Kravchenko**; Cand. jurid. sciences **L. Y. Odegova**; Cand. jurid. sciences, docent **S. N. Pashkov**; Dr. of econ., docent **A. V. Polovyan**; Dr. of econ., docent **Yu. N. Polshkov**; Dr. jurid. nauk, docent **Y. M. Synkova**; Dr. of econ., prof. **V. N. Timokhin**; Dr. of econ., prof. **A. M. Chausovski**; Dr. of econ., prof. **A. G. Shelomentsev**; Dr. of econ., prof. **E. S. Shilec**.

Адрес редакции: ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ул. Университетская, 24
283001, г. Донецк

Тел: (062) 302-92-56, 302-09-71

E-mail: fcl.ef@donnu.ru

URL: <http://donnu.ru/ec>

Научный журнал «Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право» включен в **Перечень рецензируемых научных изданий**, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, соискание ученой степени доктора наук (Приказ МОН ДНР № 774 от 24.07.2017 г.) по следующим группам научных специальностей: **08.00.01** – экономическая теория; **08.00.05** – экономика и управление народным хозяйством (по отраслям сферы деятельности, в т. ч.: экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами; управление инновациями, региональная экономика, экономика труда, экономика народонаселения и демография; экономика природопользования, экономика предпринимательства, маркетинг; менеджмент, ценообразование, экономическая безопасность, стандартизация и управление качеством продукции, землеустройство, рекреация и туризм); **12.00.03** – гражданское право; предпринимательское право; семейное право; международное частное право; **12.00.14** – административное право; административный процесс.

Научный журнал «Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право» включен в базу **РИНЦ** (№ 510-09/2016 от 29.09.2016 г.).

Научный журнал «Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право» зарегистрирован в **Министерстве информации Донецкой Народной Республики** (Свидетельство № 000071 от 21.11.2016 г.).

*Печатается по решению Ученого совета
ГОУ ВПО «ДОННУ»
Протокол № 6 от 28.06.2022 г.*

© ГОУ ВПО «ДОННУ», 2022

Бовсуновский В. В. Обеспечение безопасности как безусловный принцип социально-экономического развития региона	5
Божко Е. В. Коррелятивность результативности рекламной кампании и динамики инвестиционных вложений во времени	12
Воробьева Ю. С. Реализация социальной ответственности предприятий сельского хозяйства при исследовании проблемы гендерного разрыва в оплате труда	21
Горячева Е. А. Анализ мотивации труда государственных служащих в разных странах мира	29
Грицаенко Г. И. Краудсорсинг как инновационная технология использования человеческого капитала	37
Гришина И. В. Управленческая рациональность в контексте принятия решений в условиях неопределенности	47
Дмитриченко Л. И., Тарков В. В. Институциональные аспекты налогового механизма обеспечения экономического роста и развития	57
Дубель В. М. Влияние развития энергетики на достижение целей устойчивого развития	65
Заяц А. А. Методика оценки культуры предпринимательства предприятий сферы туристических услуг	72
Ибрагимхалилова Т. В., Леонова Д. А. Практическое применение SEO- и PPC-аналитики	84
Ибрагимхалилова Т. В., Овчиникова К. О. Анализ индикаторов социально-трудовой сферы Донецкой Народной Республики	92
Комарницкая Е. В. Анализ стратегий маркетинга в цифровой среде	101
Костенок И. В., Хоменко Я. В., Бережнева М. С. Система взаимодействия органов власти и общественных объединений: терминология, модели, механизм	107
Кострова Ю. Б. Особенности потребительского поведения молодежи	122
Кошелева Е. Г., Гокунь Ю. С. Социально-демографическая составляющая пространственного развития	128
Кравец Е. О. Проектная экономика как новый этап развития экономических систем	142
Малыгина В. Д., Гросова Д. А. Зависимое поведение как угроза национальной безопасности	148
Малыгина В. Д., Кириллова Н. В. Агрорынок в контексте импортозамещения	159
Малюта К. С. Особенности индикаторов конкурентоспособности в аграрном секторе Запорожской области	166
Некрасова О. Л., Забавина Е. Ю., Стрюков Н. С. Модель RACE GROWTH и структура планирования гасе как основа маркетинговой системы компании	171

Перевозчикова Н. А., Кава В. Н. Промышленная политика: сущность и содержание	177
Петенко И. В., Петенко А. В. Цифровой маркетинг как новый тренд маркетинговых коммуникаций	184
Половян А. В., Синицына К. И. Подход к определению размера выборки при проведении статистического обследования домохозяйств	190
Половян А. В., Синицына К. И. Прогнозирование динамики цен на продукты питания: обзор основных подходов	199
Половян А. В., Ялунер А. Ф. Влияние ESG-трансформации бизнеса на реализацию целей устойчивого развития	207
Полшков Ю. Н., Пелашенко А. В. Математическое моделирование процессов экономической интеграции: оценка неоиндустриального потенциала региона, диагностика уровня развития человеческого капитала отраслей, анализ эффективности стратегий управления промышленным комплексом	214
Рытова Н. А. Социально-экономическая система: сущность и виды результативности и эффективности	227
Стрелина Е. Н. Особенности обеспечения экономической безопасности через призму инновационного развития	234
Татаров К. Ю. Переход организаций новых территорий на российскую систему бухгалтерского учета	241
Тофан А. Л. Управление проектами с учетом рискового подхода	250
Тымчина Л. И. Анализ рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации	255
Фоменко А. С. Имитационная модель оптимизации процессов вертикально-интегрированного производства агропромышленных компаний	262
Харченко В. А. Таможенная система в администрировании сферы внешнеэкономической деятельности	276
Чаусовский А. М., Химченко А. Н., Арабаджи Ю. В. Религия как институционально-культурная составляющая экономики	283
Чижова Н. Е. Цифровизация логистических бизнес-процессов	292
Щетинская Я. В. Социальное предпринимательство в условиях нестабильности	298
Яковлева Ю. К., Скороварова М. К. Теоретический базис реконструкции концептуальных взглядов на развитие экологического маркетинга	305
Кошелева Е. Г. О IV Международной научно-практической конференции «Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона»	317
Полшков Ю. Н. Рецензия на рукопись монографии «Маркетинг и логистика в системе конкурентоспособного бизнеса» под общей редакцией д-ра экон. наук, доцента Т. В. Ибрагимхалиловой	328

Bovsunovsky V. V. Ensuring security as an unconditional principle of socio-economic development of the region	5
Bozhko E. V. The correlation between the effectiveness of an advertising campaign and the dynamics of investments over time	12
Vorobiova Yu. S. Implementation of social responsibility of agricultural enterprises in the study of the gender pay gap	21
Goryacheva E. A. Analysis of the motivation of civil servants in different countries of the world	29
Hrytsaienko H. I. Crowdsourcing as an innovative technology for using human capital	37
Gryshyna I. V. Managerial rationality in the context of decision-making under uncertainty	47
Dmytrychenko L. I., Tarkov V. V. Institutional aspects of the tax mechanism ensuring economic growth and development	57
Dubel V. M. Impact of energy development on achieving the sustainable development goals	65
Zayats A. A. Methodology for assessing the business culture of tourism services enterprises	72
Ibragimkhalilova T. V., Leonova D. A. Practical use of SEO and PPC analytics	84
Ibragimkhalilova T. V., Ovchinkova K. O. Analysis of social and labor indicators in the Donetsk People's Republic	92
Komarnitskaja E. V. Analysis of marketing strategies in the digital environment	101
Kostenok I. V., Khomenko Ya. V., Berezhneva M. S. Government authorities and public associations interaction: terminology, models, mechanism	107
Kostrova Yu. B. Features of young people's consumer behaviour	122
Kosheleva E. G., Gokun J. S. The socio-demographic component of spatial development	128
Kravets E. O. Project economy as a new stage in the development of economic systems	142
Malygina V. D., Grosova D. A. Dependent behavior as a threat to national security	148
Malygina V. D., Kirillova N. V. Agromarketing in the context of import substitution	159
Malyuta K. S. Features of indicators competitiveness in the agricultural sector of Zaporizhia region	166
Nekrasova O. L., Zabavina E. Yu., Stryukov N. S. The race growth model and the race planning structure as the basis of the company's marketing system	171
Perevozchikova N. A., Kava V. N. Industrial policy: essence and content	177
Petenko I. V., Petenko A. V. Digital marketing as a new trend of marketing communications	184

Polovyan A. V., Sinitsyna K. I. An approach to determining the sample size when conducting a statistical household survey	190
Polovyan A. V., Sinitsyna K. I. Forecasting the dynamics of food prices: an overview of the main approaches	199
Polovyan A. V., Yaluner A. F. The impact of ESG-business transformation on the implementation of sustainable development goals	207
Polshkov Yu. N., Pelashenko A. V. Mathematical modeling of economic integration processes: assessment of the neo-industrial potential of the region, diagnostics of the level of development of the human capital of branches, analysis of the effectiveness of industrial complex management strategies	214
Rytova N. A. The socio-economic system: essence and types of performance and efficiency	227
Strelina E. N. Features of ensuring economic security through the prism of innovative development	234
Tatarov K. Y. Transition of organizations of new territories to the russian accounting system	241
Tofan A. L. Project management with a risk-based approach	250
Tymchyna L. I. Analysis of the IT-outsourcing services market in the Russian Federation	255
Fomenko A. S. Simulation Model Of Optimization Of Vertically Integrated Production Processes Of Agro-Industrial Companies	262
Kharchenko V. A. Customs system in the administration of the foreign economic activities	276
Chausovsky A. M., Himchenko A. N., Arabaji Ju. V. Religion as an institutional and cultural component of the economy	283
Chizhova N. E. Digitization of logistics business processes	292
Shchetinskaya Y. V. Social entrepreneurship in conditions of instability	298
Yakovleva Y. K., Skorovarova M. K. The theoretical basis for the reconstruction of conceptual views on the development of environmental marketing	305
Kosheleva E. G. In the conduct of IV International Scientific and Practical Conference "Geographical and economic research in the context of sustainable development of the state and the region"	317
Polshkov Yu. N. Review of the manuscript of the monograph "Marketing and Logistics in a competitive business system" under the general editorship of Dr. of Economics, Associate Professor T. V. Ibragimkhalilova	328

ЭКОНОМИКА

УДК 36:338.246

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ КАК БЕЗУСЛОВНЫЙ ПРИНЦИП СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

© 2022. В. В. Бовсуновский

В статье представлена доказательная база необходимости обеспечения безопасности как безусловного принципа социально-экономического развития региона. Проанализирована структура публикационной активности по отраслям наук по различным видам безопасности, сформирован и описан теоретико-вариативный базис понятия «безопасность», систематизированы основные принципы и содержание деятельности по обеспечению безопасности в соответствии с Федеральным законом от 28.12.2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности» и обозначены перспективы дальнейших исследований.

Ключевые слова: безопасность, обеспечение, безусловный принцип, социальное развитие, экономическое развитие.

Постановка проблемы. Обеспечение безопасности является широко обсуждаемой проблемой. Насыщенность и опасность мировых событий обязывает руководство стран к анализу фактического состояния государств и стратегически обоснованному планированию их противостояния как внешним, так и внутренним угрозам с одновременным поиском латентных факторов риска.

Актуальность темы исследования. Актуальность исследования по проблематике безопасности как безусловного принципа социально-экономического развития региона подтверждается структурой публикационной активности по отраслям наук касаясь различных видов безопасности (рис. 1).



Рис. 1. Структура публикационной активности по отраслям наук по различным видам безопасности (на 2-й квартал 2022 г.)

Данные рисунка 1 отображают проблематику в различных отраслях: здравоохранения, философских и социологических науках, географии, политике, образовании, истории и археологии, юридических науках, экономике и бизнесе по состоянию на второй квартал 2022 г. Стоит отметить, что наибольшую широту исследований имеют научные изыскания авторов в экономических и политологических сферах.

Вышесказанное позволяет доказать актуальность и связь темы исследования с важными научными и практическими задачами по проблематике обеспечения безопасности как безусловного принципа социально-экономического развития региона.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что исследования в отечественном научном сообществе привлекают внимание работы по экономической безопасности регионов авторов [1-2; 10; 14; 16; 21] Абдулаевой З.З., Ажмухамедова И.М., Игнатовой Т.В., Кохановской И.И., Рабкина С.В., Сигидовой Н.В., Трошина Д.В., Черновой В.В. и Яцуры А.В. Также интерес представляют труды по информационной и продовольственной безопасности ученых [3; 4; 6; 13; 15] Бойченко О.В., Герасименко А.П., Водясова П.В., Кокаревой А.А., Ломовцевой А.В. Авторы [8; 9; 12] Должикова И.В., Зенченко С.В. и Ковальцова Д.Р. занимаются изучением обеспечения финансовой безопасности регионов.

Особый научный интерес вызывают комплексные научные работы [7; 11; 16] Губайдуллиной И.Н., Казиева Н.Э. и Малышкина А.П. по вопросам обеспечения комплексной безопасности, эффективной экономики и безопасности общества и государства, а также современных проблем социально-экономической безопасности регионов.

Однако исследования обеспечения безопасности как безусловного принципа социально-экономического развития региона не имеют широкого распространения и институционализации, что и послужило стимулом к изучению данной тематики.

Выделение нерешённых проблем. Обоснование целесообразности обеспечения безопасности как безусловного принципа социально-экономического развития региона позволит модернизировать и углубить акцент на управлении безопасностью как в широком, так и в узком смысле. Принцип безопасности должен быть принят за основу планирования и принятия решений органами власти всех уровней.

Цель работы – изучение и доказательная база актуальности исследования принципов обеспечения безопасности для социально-экономического развития региона.

Результаты исследования. Генезис понятия «безопасность» берет свое начало с XII в. Безопасность называли спокойным состоянием духа человека, который ощущает себя огражденным от разного рода опасностей. Данное восприятие трансформировалось к XVII в. С этого времени в странах мира данное понятие стало не просто характеристикой ощущений людей, а составляющей главной цели государства.

Современное трактование «безопасности» заключается [4]:

в таком уровне опасности, с которым на данном этапе научного и экономического развития можно смириться;

в фиксации приемлемого риска, поскольку в реальности полная безопасность недостижима (при условии существования источника опасности);

в состоянии защищенности на различных уровнях (личность, общество и государство) от внутренних и внешних угроз.

Теоретико-вариативный базис понятия «безопасность» визуализирован на рисунке 1.

Фактически состоянием безопасности характеризуется результат социальной деятельности по обеспечению безопасности общества, государства, личности, которая зарождается как социальный феномен в процессе разрешения противоречий между опасностью и потребностью социума в устранении последствий опасности. Опасность как таковая выступает объектом деятельности по обеспечению безопасности [7].

Безопасность и ее обеспечение включает три взаимосвязанные и взаимообусловленные горизонтальные уровни по обеспечению безопасности личности, общества и государства.

Существуют типы безопасности: гипотетическое отсутствие опасности и состояние реальной защищенности от опасностей.



Рис. 2. Теоретико-вариативный базис понятия «безопасность»
(визуализировано автором по источникам [1-21])

Видовое разнообразие безопасности подразумевает состояние защищенности различных объектов и субъектов: геополитическая; социальная; экономическая; информационная; экологическая; технологическая; техногенная; продовольственная.

Геополитическая безопасность подразумевает влияние географических, экономических, политических и конфессиональных условий, которые находят свое отражение в государственных интересах и в системе кредо государства на обеспечение безопасности.

Социальная безопасность представляет собой устойчивое функционирование социальных институтов, которые создают предпосылки для стабильного развития общества. Состояние социальной безопасности не означает защиту современных социальных институтов. Наоборот, многие межнациональные и групповые конфликты объясняются существованием устаревших границ, форм общественных отношений, идеологическими штампами и психологическими стереотипами.

Экономическая безопасность характеризует такое состояние экономики, при котором обеспечивается ее устойчивый рост, оптимальное удовлетворение общественных потребностей, высокое качество управления, защита экономических интересов на национальном и международном уровнях. Принято считать, что экономическая безопасность – это синтетическая категория политэкономии и политологии, которая тесно связана с рядом категорий (экономическая зависимость и независимость, стабильность и уязвимость, экономический суверенитет и экономическое давление, шантаж, принуждение и агрессия).

Информационной безопасностью называют состояние защищенности информационной системы (информационных ресурсов) от внешних и внутренних угроз, которые затрудняют процесс по эффективному использованию информации гражданами, государством и обществом.

Экологической безопасностью считают совокупность мер, нацеленных на защиту личности, общества и государства от возможных либо реальных угроз, которые являются результатом антропогенного влияния на окружающую среду, а также от стихийных бедствий и катастроф. Угрозу экологической безопасности могут создавать физические и юридические лица региона и других государств.

Обеспечение безопасности на государственном уровне регламентируется Федеральным законом от 28.12.2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности». Данный Закон определяет основные принципы и содержание деятельности по обеспечению безопасности государства, общественной безопасности, экологической безопасности, безопасности личности, иных видов безопасности, предусмотренных законодательством Российской Федерации.

Вышеупомянутый Федеральный закон закрепляет пять основных принципов и десять составляющих содержания деятельности по обеспечению безопасности (рис. 3).

В общегосударственной организации системы охраны и защиты безопасности личности, общества и государства ведущая роль принадлежит общегосударственным организационно-правовым средствам обеспечения различных видов безопасности личности, общества и государства. К ним относятся:

- 1) особые правовые режимы жизнедеятельности населения территорий и объектов;
- 2) определенный государственный порядок и правила реализации некоторых особо значимых и потенциально небезопасных для общества и государства прав и свобод граждан;
- 3) специальные предметно-функциональные виды государственной и негосударственной деятельности;

Данные общегосударственные организационно-правовые средства обеспечения безопасности личности, общества и государства служат общему делу комплексного системного обеспечения охраны и защиты всех видов безопасности, учитываются и так или иначе используются всеми субъектами любых конкретных отраслей и сфер обеспечения безопасности личности, общества и государства.

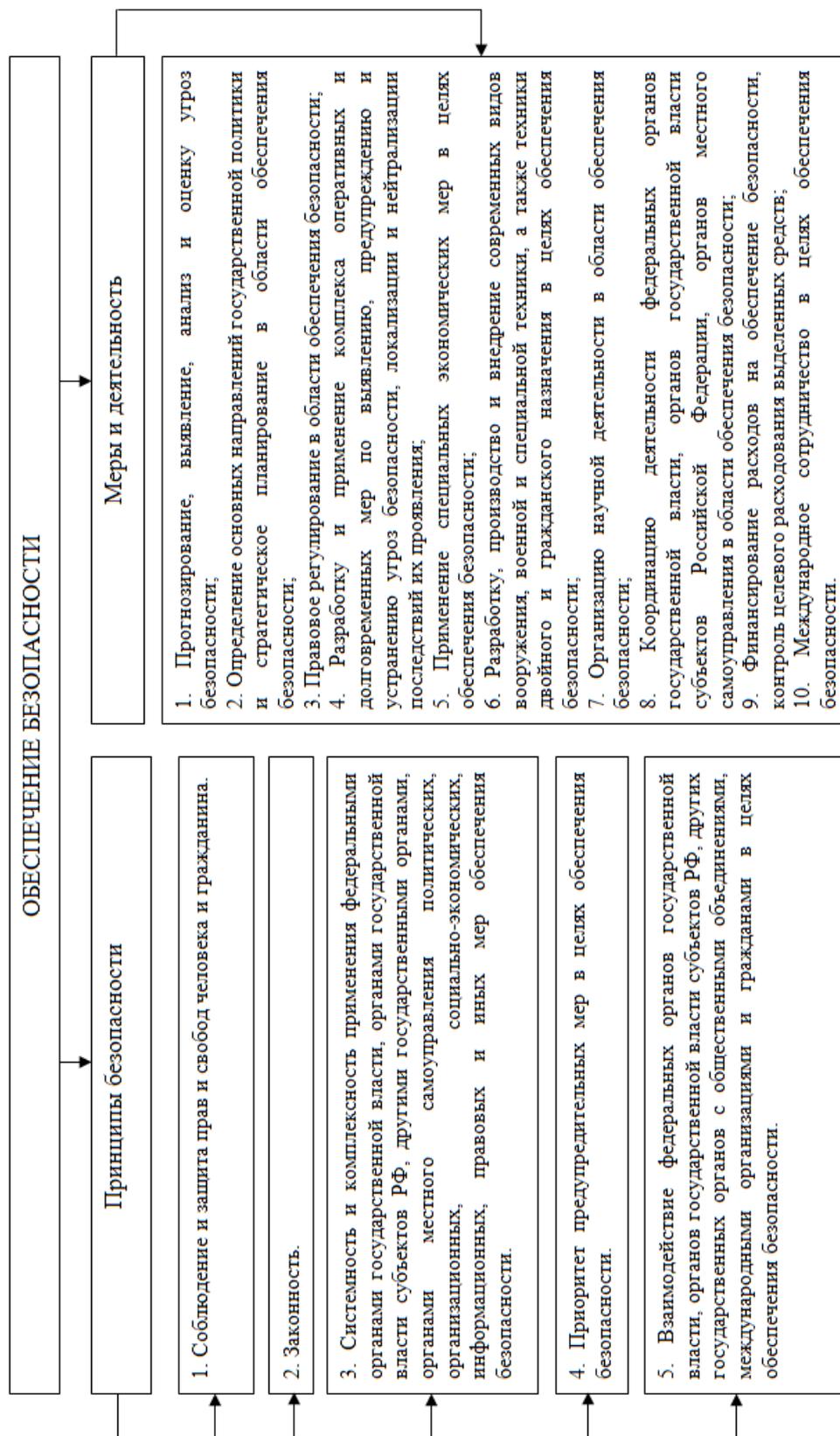


Рис. 3. Основные принципы и содержание деятельности по обеспечению безопасности согласно Федеральному закону от 28.12.2010 г. № 390-ФЗ «О безопасности»

Выводы. Проанализированные видовые факторы, обуславливающие разноплановость безопасности, также являются условиями, обеспечивающими устойчивое развитие региона. Следовательно, комплексное обеспечение вышеизложенных разновидностей безопасности претендует на положение безусловного принципа социально-экономического развития Донецкой Народной Республики. Особенно в рамках Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года согласно указу Президента Российской Федерации.

Перспективами дальнейших исследований является модернизация и углубление акцента на управлении безопасностью как в широком, так и в узком смыслах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдулаева, З.З. Организационные основы системы мониторинга экономической безопасности региона / З.З. Абдулаева // РППЭ. – 2009. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/organizatsionnye-osnovy-sistemy-monitoringa-ekonomicheskoy-bezopasnosti-regiona>.
2. Ажмухамедов, И.М. Управление экономической безопасностью региона на основе когнитивного моделирования / И.М. Ажмухамедов // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – 2010. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-ekonomicheskoy-bezopasnostyu-regiona-na-osnove-kognitivnogo-modelirovaniya>.
3. Бойченко, О.В. Формирование политики информационной безопасности страны и ее регионов / О.В. Бойченко, Д.В. Иванюта // Экономика строительства и природопользования. – 2021. – №1 (78). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-politiki-informatsionnoy-bezopasnosti-strany-i-ee-regionov>.
4. Водясов, П.В. Доктрина продовольственной безопасности России и ее регионов: от постановки цели к методике оценки ее достижения / П.В. Водясов // Экономика Профессия Бизнес. – 2021. – №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doktrina-prodovolstvennoy-bezopasnosti-rossii-i-ee-regionov-ot-postanovki-tseli-k-metodike-otsenki-ee-dostizheniya>.
5. Гафуров, А.Р. Энергетическая безопасность в структуре национальной и экономической безопасности / А.Р. Гафуров // Актуальные вопросы экономических наук. – 2009. – №6-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/energeticheskaya-bezopasnost-v-strukture-natsionalnoy-i-ekonomicheskoy-bezopasnosti>.
6. Герасименко, А.П. Информационная безопасность на Дальнем Востоке России в конце XX – начале XXI в.: задачи и формирование законодательной базы (социальный аспект) / А.П. Герасименко // Таможенная политика России на Дальнем Востоке. – 2009. – №3 (48). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-bezopasnost-na-dalнем-vostoke-rossii-v-kontse-hh-nachale-xxi-v-zadachi-i-formirovanie-zakonodatelnoy-bazy-sotsialnyu>.
7. Губайдуллина, И.Н. К вопросу обеспечения комплексной безопасности / И.Н. Губайдуллина, С.Ю. Ковтунова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2015. – №2 (7). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-obespecheniya-kompleksnoy-bezopasnosti>.
8. Должикова, И.В. Обеспечение финансовой безопасности региона / И.В. Должикова // Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. – 2013. – №4-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-finansovoy-bezopasnosti-regiona>.
9. Зенченко, С.В. Обеспечение финансовой безопасности региона в условиях санкций и экономического кризиса / С.В. Зенченко, М.Л. Вартанова // ЭПП. – 2019. – №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-finansovoy-bezopasnosti-regiona-v-usloviyah-sanktsiy-i-ekonomicheskogo-krizisa>.
10. Игнатова, Т.В. Региональная экономическая безопасность в условиях влияния международных санкций / Т.В. Игнатова // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2016. – №11-2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnaya-ekonomicheskaya-bezopasnost-v-usloviyah-vliyaniya-mezhdunarodnyh-sanktsiy>.
11. Казиёв, Н.Э. Республика Дагестан: от эффективной экономики к безопасности общества и государства / Н.Э. Эмирович Казиёв, М.Д. Магаррамов // РЭУ. – 2022. – №1 (69). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/respublika-dagestan-ot-effektivnoy-ekonomiki-k-bezopasnosti-obschestva-i-gosudarstva>.
12. Ковальцова, Д.Р. Финансовая безопасность Республики Мордовия: актуальные угрозы и способы их нейтрализации / Д.Р. Ковальцова // Контентус. – 2017. – № 11 (64). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-bezopasnost-respubliki-mordoviya-aktualnye-ugrozy-i-sposoby-ih-neytralizatsii>.

13. Кокарева, А.А. Продовольственная безопасность России и коронавирус / А.А. Кокарева, Е.А. Редькина, О.Н. Терентьева // Цифровая наука. – 2020. – № 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prodovolstvennaya-bezopasnost-rossii-i-koronavirus>.

14. Кохановская, И.И. Экономическая безопасность как основа устойчивого развития экономики региона / И.И. Кохановская, Р.Ф. Баширова // Региональное развитие. – 2014. – №3-4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-kak-osnova-ustoychivogo-razvitiya-ekonomiki-regiona>.

15. Ломовцева, А.В. Обеспечение продовольственной безопасности Российской Федерации в условиях пандемии / А.В. Ломовцева, Е.В. Пятаева // Вестник Прикамского социального института. – 2020. – №1 (85). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-prodovolstvennoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii-v-usloviyah-pandemii>.

16. Малышкин, А.П. Современные проблемы обеспечения социально-экономической безопасности региона / А.П. Малышкин // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-obespecheniya-sotsialno-ekonomicheskoy-bezopasnosti-regiona>.

17. Рабкин, С.В. Региональный аспект концентрации ресурсов и вопросы обеспечения экономической безопасности / С.В. Рабкин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2006. – № 6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnyy-aspekt-kontsentratsii-resursov-i-voprosy-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti>.

18. Сигидова, Н.В. Обеспечение экономической безопасности региона / Н.В. Сигидова // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2008. – № 8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obespechenie-ekonomicheskoy-bezopasnosti-regiona>

19. Трошин, Д.В. Безопасность бизнеса: постановка задачи в контексте устойчивого развития / Д.В. Трошин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2012. – № 39. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bezopasnost-biznesa-postanovka-zadachi-v-kontekste-ustoychivogo-razvitiya>

20. Чернова, В.В. Критериальный подход к оценке экономической безопасности региона / В.В. Чернова // Вестник ТГУ. – 2008. – №11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kriterialnyy-podhod-k-otsenke-ekonomicheskoy-bezopasnosti-regiona>.

21. Яцур, А.В. Методика идентификации среднего класса как механизма обеспечения экономической безопасности / А.В. Яцур // УЭКС. – 2012. – №7 (43). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-identifikatsii-srednego-klassa-kak-mehanizma-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti>.

Поступила в редакцию 27.05.2022 г.

ENSURING SECURITY AS AN UNCONDITIONAL PRINCIPLE OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION

V. V. Bovsunovsky

The article presents the evidence base for the need to ensure security as an unconditional principle of the socio-economic development of the region. The structure of publication activity by branches of science for various types of security is analyzed, a theoretical and variant basis of the concept of "security" is formed and described, the main principles and content of activities to ensure security are systematized in accordance with the Federal Law of December 28, 2010 No. 390-FZ "On security" and outlines the prospects for further research.

Keywords: security, provision, unconditional principle, social development, economic development.

Бовсуновский Василий Васильевич

кандидат экономических наук

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк

d_01.001.01@donampa.ru.

+38+062+305-45-36

Bovsunovsky Vasily

PhD in Economics

SEI HPE «Donetsk Academy of Management and Civil Service under the Head of the Donetsk People's Republic», city Donetsk

УДК 338.001.36:338.27: 658.8

КОРРЕЛЯТИВНОСТЬ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ И ДИНАМИКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВЛОЖЕНИЙ ВО ВРЕМЕНИ

© 2022. *Е. В. Божко*

В научной статье обосновано, что выявление тенденций коррелятивности рекламной кампании и факторов, характеризующих социально-психологические характеристики потребителей, а также динамики инвестиционных вложений во времени, позволит определить оптимальную интенсивность воздействия на потребителей с целью регулирования объема инвестиционных вложений в рекламную кампанию.

Ключевые слова: рекламная деятельность, результативность, вероятность, рекламный контакт, модель рекламной кампании.

Постановка проблемы. Эффективность рекламной кампании напрямую зависит от периодичности и величины инвестированных средств. Однако в процессе рекламирования практически всегда возникает ситуация, при которой один потребитель контактирует с рекламой более одного раза, но не всегда результативно по отношению к рекламируемому товару.

Актуальность темы исследования. Существенной проблемой, с которой сталкиваются рекламисты во всем мире, является не только ограниченность денежных средств и временного интервала воздействия на потребителя при проведении рекламной кампании, но и отсутствие единой эффективной методики планирования, прогнозирования и распределения денежных средств, инвестируемых в рекламную кампанию в соответствии со статьями бюджета для достижения максимального экономического эффекта.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема максимизации экономического эффекта от минимизации частоты повторов рекламного обращения неоднократно приводила к выводу о необходимости изучения феномена воздействия рекламы на потребителей и определения показателей минимальной эффективной частоты для различных средств распространения рекламных объявлений. Данной проблеме посвящены труды известных маркетологов и рекламистов Дж. Росситера, Л. Перси, Ф. Котлера, ведущих отечественных экономистов Ю.К. Веселова, В.Д. Краско, посвящены экономико-социологическим подходам в изучении рынка, и определению экономико-социологических аспектов потребительского поведения. Междисциплинарные подходы к изучению социально-психологических основ потребительского поведения представлены работами Е. В. Божко, М. А. Каменской, М. Н. Кондратьевой, А. Лурия, О. В. Хлопуновой и др. Но проблема рекламирования вышеперечисленными авторами рассматривается в большей мере с технической точки зрения, а не с психологической.

Выделение нерешённых проблем. В мировой практике рекламной деятельности принято выделять модели рекламных кампаний: с регулируемой частотой рекламных контактов без учета влияния фактора продолжительности процесса рекламирования, и фиксированные во времени с регулируемой частотой рекламных контактов. Создание социально-ориентированного бюджета рекламной кампании с учетом параметров, характеризующих социально-психологические характеристики потребителей, позволит рекламодателям эффективнее перераспределять средства, инвестируемые в рекламную

кампанию, с целью сокращения периода рекламного воздействия, в течение которого будет сформирован сегмент постоянных покупателей и основной объем товарооборота.

Целью работы является необходимость выявления тенденций коррелятивности рекламной кампании, факторов, характеризующих социально-психологические характеристики потребителей, и динамики инвестиционных вложений во времени, а также определение оптимальной интенсивности воздействия на потребителей.

Результаты исследования. Психологическое воздействие рекламной информации проявляется в процессах переработки рекламных сообщений – эмоциях, мыслях, возможных решениях, обуславливающих конкретные поведенческие акты покупателя: ощущения, восприятие, внимание и память. С другой стороны, активно участвуют отношение человека к рекламному сообщению, его эмоции и чувства удовольствия, собственного достоинства, зависти, его понимание и принятие в сознание действия противоположные: отторжение воспринятого и не разделенного потребителем содержания.

Весь комплекс решений относительно разработки рекламного бюджета можно условно разделить на два блока:

определение общего объема средств ассигнуемых на рекламу;

распределение средств по направлениям и статьям расходов [2, С. 17].

В мировой практике рекламной деятельности следует выделять модели рекламных кампаний: с регулируемой частотой рекламных контактов без учета влияния фактора продолжительности процесса рекламирования, и фиксированные во времени с регулируемой частотой рекламных контактов.

Увеличение количества рекламных контактов за единицу времени пропорционально значению показателя вероятности рекламного контакта p . В модели с постоянной частотой рекламных контактов число людей контактировавших с рекламой асимптотично стремится к показателю общего количества людей, на которых данная реклама нацелена.

Используя расчеты, полученные при изучении модели рекламной кампании фиксированной во времени при уменьшающейся частоте рекламных контактов, рекламодателю предоставляется возможность самостоятельного регулирования длительности проведения рекламной кампании в зависимости от ее целей и ожидаемых результатов, что делает данную модель соответствующей реальным условиям и возможностям рекламодателей [1, С. 155].

Исходя из условий фиксированного времени и постоянной частоты контактов с рекламой, следует, что себестоимость ежедневных контактов с рекламой одинакова на протяжении периода всей рекламной кампании.

При одинаковой стартовой частоте контактов с рекламой за время, равное полному циклу продолжительности рекламной кампании (неделя, месяц, год), стоимость рекламного контакта в модели фиксированной во времени при уменьшающейся частоте рекламных контактов в два раза ниже, чем в модели с постоянной частотой рекламных контактов.

В модели с постоянной частотой рекламных контактов эффективность рекламной кампании ниже, чем в остальных моделях. Эта эффективность увеличивается с течением времени, что обусловлено наличием товарных контактов, совершенных потребителями, ставшими постоянными (поддерживающая составляющая), а также увеличивающимся количеством людей, контактировавшим с рекламой (составляющая прироста).

Постоянная частота рекламных контактов является экономически неэффективной. Оптимизированная (социально-экономическая) модель должна разбивать процесс рекламирования на два этапа: на начальном этапе это должна быть возрастающая, а на конечном этапе убывающая частота рекламных контактов.

Опишем случаи, когда рекламных контактов у каждого из потребителей более одного и рассмотрим их зависимость от интенсивности рекламной кампании. Поскольку ранее отмечалось, что максимальный эффект достигается при незначительно малом значении показателя интенсивности рекламных контактов, то целесообразным представляется рассмотрение предела максимальной вероятности рекламного контакта от 0 до 20%. Динамика изучаемой зависимости предложена в табл.1.

Как видно из табл. 1, количество трех рекламных контактов характерно менее чем для одного процента потенциальных потребителей, а количество четырех рекламных контактов еще на порядок меньше, поэтому рассматривать большее количество рекламных контактов нецелесообразно.

Таблица 1

Максимальная вероятность рекламного контакта

m	$P \max$	$x 1$	$x 2$	$x 3$	$x 4$	$\%$	σ	$\sigma, \%$
1000	0	0	0	0	0	0	0	0
1000	0,01	9,9501	0,0999	0,001	1E-05	0,0100	9,9E-07	0,0099
1000	0,02	19,8013	0,0399	0,008	0,0001	0,0201	7,9E-06	0,0392
1000	0,03	29,5544	0,8995	0,0269	0,0008	0,0304	2,6E-05	0,0873
1000	0,04	39,2105	1,5987	0,0639	0,0025	0,0407	6,2E-05	0,1537
1000	0,05	48,7705	2,4968	0,1249	0,0062	0,0511	0,0001	0,2377
1000	0,06	58,2354	3,5935	0,2159	0,0129	0,0615	0,0002	0,3389
1000	0,07	67,6061	4,8880	0,3429	0,0240	0,0721	0,0003	0,4567
1000	0,08	76,8836	6,3795	0,5118	0,0409	0,0827	0,0004	0,5905
1000	0,09	86,0688	8,0672	0,7287	0,0656	0,0933	0,0006	0,7398
1000	0,1	95,1625	9,9501	0,9995	0,0999	0,1040	0,0009	0,9041
1000	0,11	104,1658	12,0270	1,3301	0,1463	0,1147	0,0012	1,0828
1000	0,12	113,0795	14,2968	1,7265	0,2073	0,1255	0,0016	1,2754
1000	0,13	121,9045	16,7579	2,1945	0,2855	0,1363	0,0020	1,4813
1000	0,14	130,6417	19,4091	2,7402	0,3840	0,1471	0,0025	1,7002
1000	0,15	139,2920	22,2487	3,3693	0,5061	0,1579	0,0030	1,9314
1000	0,16	147,8562	25,2750	4,0876	0,6551	0,1687	0,0036	2,1745
1000	0,17	156,3351	28,4863	4,9009	0,8348	0,1795	0,0043	2,4288
1000	0,18	164,7297	31,8807	5,8150	1,0492	0,1904	0,0051	2,6940
1000	0,19	173,9408	35,4561	6,8355	1,3023	0,2012	0,0059	2,9696
1000	0,2	181,2692	39,2105	7,9680	1,5987	0,2120	0,0069	3,2549

Графическая зависимость количества рекламных контактов от интенсивности рекламной кампании представлена на рис. 1.

Условными обозначениями к рис.1 являются показатели количества людей, контактировавших с рекламой для $x1$ – один раз, $x2$ – дважды, $x3$ – трижды и $x4$ – не менее четырех раз.

Наложим дополнительное условие, согласно которому повторные рекламные контакты представляют собой неэффективно вложенные денежные средства, поскольку один раз потребитель с этой информацией уже контактировал (рассматривается классический случай рекламной практики, при котором потребителю достаточно

одного рекламного контакта для принятия окончательного решения о совершении товарного контакта).

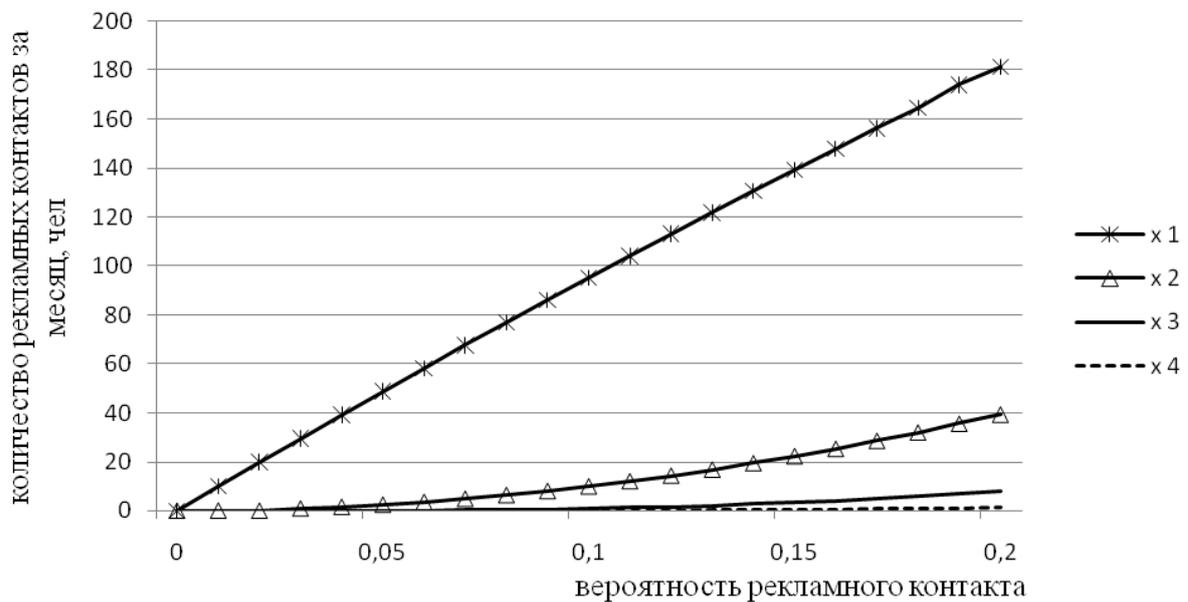


Рис. 1. Зависимость количества рекламных контактов от интенсивности рекламной кампании

Из рис.1 видно, что при небольших вероятностях рекламного контакта зависимость безрезультатно вложенных денежных средств близка к линейной и количественно сравнима со значением параметра частоты. Погрешность полученных результатов (σ) оценивается следующим образом: учитывая быстро убывающий характер количества потребителей, контактировавших с рекламой дважды, трижды и более раз, будем считать, что число неучтенных нами рекламных контактов не превышает количества потребителей, имевших по четыре рекламных контакта. Следовательно, погрешность определяется как отношение количества неучтенных рекламных контактов к общему количеству рекламных контактов, т.е. $\sigma = \sigma_x/x$.

Наиболее важным моментом при проведении рекламной кампании необходимо считать оценку целесообразности ее проведения и эффективности. Сначала рассмотрим дополнительную прибыль, получаемую рекламодателем как за каждый контакт потребителя с рекламой, так и за весь рекламный цикл.

Пусть каждый товарный контакт приносит количество $S \uparrow$ прибыли, выраженное в денежных единицах, тогда прибыль от проведения рекламной кампании составит $(y - y_{random}) \cdot S \uparrow$, у.д.е. Затраты на проведение рекламной кампании составят $Z = \int_0^l m \cdot p_{max} \cdot \cos\left(\frac{\pi t}{2l}\right) \cdot S \downarrow dt$, у.д.е.

Критерием оценки эффективности выступает коэффициент эффективности $K_{эф}$, который рассчитывается как отношение прибыли к затратам, связанных с проведением рекламной кампании. При этом необходимо учитывать значение показателя $K_{эф}$, которое принимает различные значения:

при $K_{эф} < 1$ – проведение рекламной кампании нецелесообразно;

при $K_{эф} = 1$ – рекламная кампания находится на стадии самоокупаемости;

при $K_{эф} > 1$ – рекламная кампания результативна и приносит прибыль.

Рассмотрим зависимость получаемой чистой прибыли от интенсивности рекламного процесса для различных величин торговых наценок на рекламируемый товар. Пусть наценка на каждый товарный контакт, совершенный под воздействием рекламы, составит одну и две условные денежные единицы. Зависимость величины прибыли и вероятности рекламного контакта от величины торговой наценки на одну д.е. на рекламируемый товар представлена в табл. 2.

Условными обозначениями в табл. 2 являются:

N_{min} – минимальная торговая наценка на 1 единицу продукции для восполнения расходов на рекламу данной продукции;

$K_{эф}$ – коэффициент эффективности рекламной кампании;

P , д.е. – прибыль, получаемая в результате проведения рекламной кампании, д.е.

P , % – доля прибыли, получаемое в результате проведения рекламной кампании, %.

Для выявления зависимости величины прибыли и вероятности рекламного контакта от величины торговой наценки на рекламируемый товар, целесообразно рассмотреть динамику величины минимальной торговой наценки на 1 единицу продукции, равной 1,2 д.е. и более.

Таблица 2
Зависимость величины прибыли и вероятности рекламного контакта от величины торговой наценки на рекламируемый товар, 1 д.е.

P_{max}	$K_{эф}$	N_{min}	P , д.е.	P , %
0,005	0,94	1,063829787	- 5,69	- 6
0,01	1,43	0,699300699	81,996	43
0,015	1,54	0,649350649	155,57	54
0,02	1,56	0,641025641	216,195	56
0,025	1,55	0,64516129	264,926	55
0,03	1,53	0,653594771	302,734	53
0,035	1,49	0,67114094	330,708	49
0,04	1,46	0,684931507	349,062	46
0,045	1,42	0,704225352	359,142	42
0,05	1,38	0,724637681	361,43	38
0,055	1,34	0,746268657	356,55	34
0,06	1,3	0,769230769	345,08	30
0,065	1,26	0,793650794	327,549	26
0,07	1,23	0,81300813	304,431	23
0,075	1,19	0,840336134	276,17	19
0,08	1,16	0,862068966	243,17	16
0,085	1,13	0,884955752	205,818	13
0,09	1,09	0,917431193	164,437	9
0,095	1,06	0,943396226	119,347	6
0,1	1,04	0,961538462	70,836	4
0,105	1,01	0,99009901	19,168	1
0,11	0,98	1,020408163	- 35,41	- 2

Зависимость величины прибыли и вероятности рекламного контакта от величины торговой наценки на рекламируемый товар в размере 2 д.е. представлена в табл. 3.

Таблица 3

Зависимость величины прибыли и вероятности рекламного контакта от величины торговой наценки на рекламируемый товар, 2 д.е.

P_{\max}	$K_{\text{эф}}$	N_{\min}	P , д.е.	P , %
1	2	3	4	5
0,01	2,858	0,699790063	355,07	185,8
0,02	3,131	0,638773555	814,556	213,1
0,03	3,056	0,654450262	1178,716	205,6
0,04	2,91	0,687285223	1462,46	191
0,05	2,756	0,725689405	1678,27	175,6
0,06	2,6	0,769230769	1836,665	160
0,07	2,45	0,816326531	1946,44	145
0,08	2,318	0,86281277	2015,02	131,8
0,09	2,191	0,912825194	2048,62	119,1
0,1	2,074	0,964320154	2052,5	107,4
0,11	1,966	1,017293998	2031,08	96,6
0,12	1,867	1,071237279	1988,1	86,7
0,13	1,775	1,126760563	1926,69	77,5
0,14	1,691	1,182732111	1849,54	69,1
0,15	1,613	1,239925604	1758,88	61,3
0,16	1,542	1,297016861	1656,62	54,2
0,17	1,475	1,355932203	1544,39	47,5
0,18	1,413	1,415428167	1423,56	41,3
0,19	1,356	1,474926254	1295,29	35,6
0,2	1,303	1,534919417	1160,59	30,3
0,21	1,254	1,594896332	1020,3	25,4
0,22	1,208	1,655629139	875,15	20,8
0,23	1,165	1,716738197	725,74	16,5
0,24	1,121	1,78412132	572,63	12,1
0,25	1,087	1,839926403	416,26	8,7
0,26	1,051	1,902949572	257,03	5,1
0,27	1,018	1,964636542	95,27	1,8
0,28	0,99	2,02020202	- 68,72	- 1

В первом случае (табл. 2) максимальная абсолютная прибыль достигается при пятипроцентной интенсивности и составляет 361,43 д.е. Максимальная относительная прибыль характерна для двухпроцентной интенсивности рекламных контактов и составляет 56% или 216,195 д.е. в абсолютном выражении.

Во втором случае (табл. 3) максимальная абсолютная прибыль достигается при десятипроцентной интенсивности рекламных контактов и составляет 2052,5 д.е. Максимальная относительная прибыль характерна для двухпроцентной интенсивности рекламных контактов и составляет 213,1% или 814,556 д.е. в абсолютном выражении.

Следует отметить, что максимальная относительная прибыль в обоих случаях достигается при двухпроцентной интенсивности рекламных контактов, поэтому исследуем дополнительно зависимость прибыли от интенсивности для нескольких наценок N , более подробно рассматривая двухпроцентную область. Результаты исследования приведены в табл. 4.

Анализ табл. 4 позволяет сделать вывод о том, что интенсивность рекламных контактов, при которой достигается максимум относительной прибыли, не зависит от величины товарной наценки. Следует также отметить, что в случае если рекламодатель неограничен в средствах, которые он инвестирует в рекламную кампанию, ее следует проводить с интенсивностью не выше дающей абсолютный максимум прибыли. В случае ограниченности средств, проведение рекламной кампании наиболее

целесообразно осуществлять с интенсивностью приносящей относительный максимум прибыли.

Таблица 4

Расчет величины торговой наценки на реализуемый товар в процессе рекламирования

P_{max}	Величина наценки на реализуемый товар N , д.е.				
	1	2	3	4	5
	Относительная прибыль, %				
0,005	- 0,0595	0,8809	0,8213	2,7618	3,7022
0,0075	0,2791	1,5581	2,8372	4,1163	5,3953
0,01	0,429	1,858	3,2873	4,7164	6,1455
0,0125	0,504	2,0087	3,5131	5,0175	6,5219
0,015	0,543	2,0855	3,6283	5,1711	6,7138
0,0175	0,5605	2,121	3,6815	5,242	6,8026
0,02	0,5657	2,1314	3,6971	5,2628	6,8285
0,0225	0,5628	2,1256	3,6875	5,2513	6,8142
0,025	0,5545	2,1091	3,6637	5,2183	6,7728

Представляет интерес долгосрочный прогноз объема товарных контактов после окончания рекламной кампании. Учитывая тот факт, что рекламная кампания длилась 30 дней, прогноз (с учетом специфики деятельности) можно назвать долгосрочным. В табл.5 приведены данные прогноза на год с момента начала рекламной кампании, предполагающие развитие событий исходя из условия ($e = 0,5$) и:

преобладания коэффициента наследия над оттоком потребителей ($e > d$);

равенства значений параметров наследия и оттока ($e = d$);

преобладания значения параметра оттока над коэффициентом наследия ($e < d$).

Таблица 5

Долгосрочный прогноз (1 год) количества товарных контактов после окончания рекламной кампании

месяцы	$d = 0,25$		$d = 0,5$		$d = 0,75$	
	A	B	A	B	A	B
1	1486	1486	1295	1295	1104	1104
2	3206	1720	2554	1259	1902	798
3	4925	1719	3812	1258	2699	797
4	6644	1719	5070	1258	3496	797
5	8363	1719	6328	1258	4293	797
6	10082	1719	7586	1258	5090	797
7	11801	1719	8844	1258	5887	797
8	13520	1719	10102	1258	6684	797
9	15239	1719	11360	1258	7481	797
10	16958	1719	12618	1258	8278	797
11	18677	1719	13876	1258	9075	797
12	20396	1719	15134	1258	9872	797

По каждому из вариантов табл. 5 содержит два столбца, первый из которых отображает количество товарных контактов с момента начала рекламной кампании до определенной даты (A), второй – количество товарных контактов за истекший месяц (B).

Рассмотрим подробнее все три случая:

1. Преобладание коэффициента наследия над оттоком потребителей ($e > d$). В этом случае количество товарных контактов в первый месяц будет меньше, чем в последующие. Объем товарооборота в остальные месяцы равнозначен (за исключением

второго месяца, для которого характерно присутствие остаточного влияния рекламных контактов, а именно ситуации, при которой окончательно еще не сформировался сегмент постоянных покупателей).

2. Равенство значений параметров наследия и оттока ($e = d$). В этом случае в первом месяце товарооборот незначительно больше чем в последующие, что объясняется двумя факторами: одноразовый товарный контакт под воздействием рекламы происходит только в этот месяц и, кроме того, именно в этот месяц практически окончательно формируется сегмент постоянных покупателей. Качественное поведение в последующие месяцы отличается стабильностью во времени.

3. Преобладания значения параметра оттока над коэффициентом наследия ($e < d$). В этом случае объем товарооборота за первый месяц больше чем за любой последующий. Данная ситуация связана с высоким оттоком среди постоянных потребителей – люди, совершившие в первый месяц цикл товарных контактов, в последствие отказываются от совершения этих товарных контактов быстрее, чем увеличивается сегмент постоянных потребителей. Динамика изменения товарооборота в последующие месяцы аналогична случаям $e > d$ и $e = d$.

Следует обратить внимание на роль степени наследования (соотношением степени наследования и оттоком). В первом из рассмотренных в табл. 5 случаях коэффициент наследования в 2 раза превышает значение показателя оттока. Изменив это соотношение наоборот, получим снижение объема товарооборота за год в 2,07 раза.

На первый взгляд может показаться, что увеличение частоты товарных контактов в два раза должно автоматически приводить к увеличению товарооборота вдвое, но это не так. Увеличение доли товарных контактов, совершаемых постоянными потребителями, с учетом изменения количества постоянных потребителей составляет 5,2%. Рассмотрение механизма увеличения числа товарных контактов при изменении их периодичности разъясняет, почему изменения товарных контактов происходит на проценты, а не в разы.

При совершении потребителем товарных контактов один раз в два дня, продавец реализует продукцию ежедневно. Постоянные товарные контакты будут совершаться потребителями, контактировавшими с товаром два дня назад, тогда как ежедневно постоянные товарные контакты в этот же день будут совершены потребителями, контактировавшими с товаром один день назад. С каждым днем число покупателей увеличивается, следовательно, растет число товарных контактов, совершенных этой категорией потребителей.

Выводы. Наиболее эффективной рекламой окажется для качественной и надежной продукции, для которой будет достаточным проведение один раз в год тридцатидневной рекламной кампании, с возможным в последствие проведением напоминающей рекламы менее длительной по времени.

Изменение величины параметра «инертность» не влечет за собой изменение числа товарных контактов, а приводит к его смещению во времени. Поскольку современная экономика базируется на принципе минимального простоя финансовых средств, то уменьшение инертности должно быть одним из направлений оптимизации рекламной деятельности. Инертность потребителей для каждого отдельно взятого товара помимо психологических особенностей его восприятия будет определяться такими характеристиками как престижность торговой марки, удачностью названия, дизайна, качеством товара и самой рекламы.

В случае если рекламодатель неограничен в средствах, инвестируемых в рекламную кампанию, ее следует проводить с интенсивностью не выше дающей абсолютный максимум в прибыли, а в случае ограниченности средств – проведение рекламной кампании целесообразно осуществлять с интенсивностью приносящей относительный максимум в прибыли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Божко Е.В. Методика расчета бюджета социально-экономической модели рекламной деятельности / Е.В. Божко // Донецкие чтения 2021: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности: Материалы VI Международной научной конференции (Донецк, 26 октября 2021 г.). – Том 5: Экономические науки. Ч. 1: Актуальные научные исследования: экономика, управление, инновации / под общей редакцией проф. С.В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2021. – С.154 - 156.
2. Божко Е.В. Нейромаркетинговая социально-экономическая характеристика потребителей в эпоху цифровизации / Е.В. Божко // Вестник Донецкого национального университета Серия В. Экономика и право. – Донецк: Изд-во ДонНУ, 2022. – № 2. – С.12-18.

Поступила в редакцию 20.06.2022 г.

THE CORRELATION BETWEEN THE EFFECTIVENESS OF AN ADVERTISING CAMPAIGN AND THE DYNAMICS OF INVESTMENTS OVER TIME

E. V. Bozhko

The scientific article substantiates that the identification of trends in the correlativity of an advertising campaign and factors characterizing the socio-psychological characteristics of consumers, as well as the dynamics of investment over time, will determine the optimal intensity of impact on consumers in order to regulate the volume of investment in an advertising campaign.

Keywords: advertising activity, effectiveness, probability, advertising contact, advertising campaign model.

Божко Елена Васильевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
o.bozhko@donnu.ru
+7-949-353-81-87

Bozhko Elena -

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Marketing and Logistics
Donetsk National University, Donetsk

УДК 330.366:331.2:305

РЕАЛИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ ПРОБЛЕМЫ ГЕНДЕРНОГО РАЗРЫВА В ОПЛАТЕ ТРУДА

© 2022. Ю. С. Воробьева

В данном исследовании рассмотрена проблема гендерного разрыва в оплате труда в сельском хозяйстве Российской Федерации, как одной из составляющих обеспечения достойного труда. Также проведен анализ вовлеченности предприятий агропромышленного комплекса и прозрачности их практик корпоративной социальной ответственности по отдельным параметрам ключевой темы «Трудовые практики».

Ключевые слова: цели устойчивого развития, достойный труд, гендерный разрыв в оплате труда, сельское хозяйство.

Постановка проблемы. Задекларировав в 2015 году свою приверженность Повестке для в области устойчивого развития на период до 2030 года, большинство правительств мира, субъекты хозяйствования и отдельные индивиды работают над достижением Целей устойчивого развития (далее – ЦУР), охватывающими ключевые социальные и экологические проблемы, с которыми борется мир в течение длительного времени. Российская Федерация также является страной-участницей инициативы Повестки по ЦУР. В Указе Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 года № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года», стратегических документах Правительства Российской Федерации, а также национальных и федеральных проектах, с учетом национальных особенностей, определен Национальный набор показателей ЦУР, предназначенный для осуществления контроля за достижением целей устойчивого развития на национальном уровне [9].

Достойный труд – не просто цель, но и средство достижения конкретных показателей новой международной программы устойчивого развития, который на сессии Генеральной Ассамблеи ООН в сентябре 2015 г. совместно с четырьмя принципами Программы достойного труда (содействие занятости, социальная защита, права в сфере труда и социальный диалог) были объявлены основными элементами Повестки дня [11]. В объемном пласте показателей достойного труда проблема гендерного разрыва в оплате труда является популярной темой социально-экономических исследований. Наличие гендерного разрыва в оплате труда декларируется в большинстве стран мира. Все это накладывает дополнительные обязательства, обеспечивает новые вызовы и создает дополнительные задачи и перед субъектами хозяйственной деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследования проблемы гендерного разрыва в оплате труда посвящены работы Ощепкова А.Ю., Рощиной С.Ю., Емелина Н.К., Francine D. Blau, Lawrence M. Kahn, исследования Catherine Colebrook, Charlotte Snelling, Sarah Longlands (Institute for Public Policy Research), Экспертного центра конфедерации труда России.

Выделение нерешенных проблем. Реализация целей устойчивого развития во многом зависит от добровольно принятых на себя обязательств бизнесом, которые

последний реализует через механизмы корпоративной социальной ответственности (далее – КСО). КСО переняла основные идеи концепции устойчивого развития и многими предприятиями реализуется по направлениям ЦУР. Любая цель должна быть измерима, что возвращает нас к одной из основных проблем инициативы ЦУР – отсутствие конкретных показателей достижения, методики их определения и этапов работы для выполнения. Не является исключением и необходимость определенности рекомендуемых к достижению показателей достойного труда, в т.ч. по вопросу гендерного разрыва в оплате труда.

Целью данного исследования является определение наличия проблемы гендерного разрыва в оплате труда в сельском хозяйстве Российской Федерации, как одной из составляющих элементов, обеспечивающих достижение Цели устойчивого развития 8 «Достойная работа и экономический рост», а также определение факторов, влияющих на данный показатель.

Результаты исследования. Цели устойчивого развития (далее – ЦУР), утвержденные Повесткой ООН 2030 также содержат те, которые могут реализоваться только благодаря внедрению добросовестных трудовых практики соблюдения прав человека. Это ЦУР 3 «Хорошее здоровье и благополучие», ЦУР 5 «Гендерное равенство», ЦУР 8 «Достойная работа и экономический рост», ЦУР 10 «Уменьшение неравенства».

Национальный набор показателей ЦУР по ЦУР 8 включает в т. ч. [9]: средний почасовой заработок женщин и мужчин в разбивке по группам занятий и возрасту; доля работников организаций с заработной платой ниже величины прожиточного минимума трудоспособного населения (без субъектов малого предпринимательства); уровень реальной среднемесячной заработной платы (в % к предыдущему году); уровень занятости в разбивке по полу; уровень занятости в разбивке по возрасту; совокупный показатель безработицы и потенциальной рабочей силы в разбивке по полу; совокупный показатель безработицы и потенциальной рабочей силы в разбивке по возрасту; численность пострадавших с утратой трудоспособности на 1 рабочий день и более и со смертельным исходом в расчете на 1000 работающих.

Корпоративная социальная ответственность – продвижение всеобщих, ответственных и устойчивых практик на рабочем месте. МОТ определяет КСО как один из способов, который позволяет предприятиям оценивать влияние своей деятельности на общество и реализовывать свои принципы и ценности в собственной корпоративной практике и во взаимодействии с другими участниками [11].

«Права человека» и «Трудовые практики» – две из семи ключевых тем социальной ответственности по стандарту ISO 26000:2010 «Руководство по социальной ответственности». Трудовые практики включают: вопросы найма и повышения трудящихся [в должности]; дисциплинарные процедуры и процедуры рассмотрения споров; перевод или перемещение трудящихся на другие места; прекращение трудовых отношений; обучение и повышение навыков; охрану труда, безопасность на рабочем месте и гигиену труда; любые политики или практики, влияющие на условия труда, в частности на рабочее время и оплату труда.

В числе проблем в теме «Права человека» [7]:

1. Дискриминация и уязвимые группы (женщины и девочки, люди с ограниченными возможностями, дети, коренное население, мигранты, трудовые мигранты, Люди, подвергающиеся дискриминации на основе происхождения, Люди, подвергающиеся дискриминации на основе расы, др. (престарелые, вынужденно

перемещенные, бедных, неграмотных, людей, живущих с ВИЧ/СПИД, меньшинства и религиозные группы)).

2. Основные принципы и права в сфере труда (устранение всех форм принудительного и обязательного труда; реальное искоренение детского труда; устранение дискриминации в отношении найма и занятости и др.).

Численность рабочей силы Российской Федерации в течение последнего десятилетия не имеет четкого тренда, но вместе с тем и не имеет значительных скачков данного показателя, что также можно сказать и про показатели занятых и безработных.

На долю сельского, лесного хозяйства, охоты, рыболовства и рыбоводства (далее – сельское хозяйство) приходится 5,9 % всех занятых. Имеет место постепенное снижение этого показателя для сельского хозяйства за рассматриваемый период 2008-2021 гг. на 2,6%. Если рассматривать численность занятых по признаку пола, то в 2021 г. в сельском хозяйстве доля мужчин составила 67,5 %, соответственно данный показатель у женщин – 32,5 %.

Одной из главных проблем, исследуемых в рамках достижения достойного труда, декларируется гендерный разрыв в оплате труда.

Гендерный разрыв в оплате труда – это разница между средним заработком мужчин и женщин в процентах от заработка мужчин.

В таблице 1 представлены данные об отношении заработной платы женщин к заработной плате мужчин за 2017, 2019, 2021 обследуемые года. Результаты исследования свидетельствуют, что как в сельском хозяйстве, так и в среднем по всем видам экономической деятельности, если отталкиваться только от определения, данного выше, женщине необходимо работать больше для получения дохода в виде оплаты труда, который за тоже время получит мужчина. Хотя для сельского хозяйства это отклонение меньше (разрыв 17,6%), чем в среднем по всем обследуемым Росстатом видам экономической деятельности (разрыв 27,5%).

Таблица 1

Отношение заработной платы женщин к заработной плате мужчин (по результатам выборочных обследований организаций за октябрь; в процентах) (составлено на основе [8])

Вид экономической деятельности	2017	2019	2021
Отношение заработной платы женщин к заработной плате мужчин			
Всего по всем обследуемым видам экономической деятельности	71,7	72,1	72,5
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	83,1	82,5	82,4
Средняя начисленная заработная плата мужчин и женщин			
Всего по обследуемым видам экономической деятельности			
Мужчины	45557	52533	67056
Женщины	32658	37872	48594
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство			
Мужчины	30516	37704	47673
Женщины	25355	31120	39273

Действительно ли речь о гендерном разрыве в данном случае? Можно ли по данным, представленным в таблице 1, говорить о прогрессе/регрессе в достижении ЦУР на национально уровне? Могут ли дать данные показатели правильный ориентир предприятиям для организации работы по направлениям социальной ответственности?

Прежде всего, следует отметить, что методология расчета показателей в таблице базируется на средних значениях (допущение MOT), что сразу значительно искажает

достоверность выводов, которые можно сделать на их основе. Более точные данные позволяет получить расчет медианной зарплаты (как рекомендует ОЭСР).

Следующий факт, на который следует обратить не меньшее внимание, это то, что гендерный разрыв в оплате труда является более широким понятием, чем дискриминация в оплате труда, и охватывает большое количество неравенств, с которыми сталкиваются женщины в плане доступа к работе, продвижения по службе и вознаграждений. К ним относятся (не исчерпывающих список):

секторальная сегрегация: гендерный разрыв в оплате труда связан с чрезмерной представленностью женщин в относительно низкооплачиваемых секторах, таких как уход, здравоохранение и образование. Высоко феминизированные рабочие места, как правило, систематически недооцениваются. Сегрегацию, однако, трудно анализировать из-за различных наборов данных и определений, в то время как ее последствия трудно интерпретировать, поскольку сегрегация является результатом как предложения (мужчины и женщины, как правило, тяготеют к разным типам рабочих мест), так и спроса (например, предрассудки работодателей могут выступать в качестве барьера). Объяснения профессиональной сегрегации часто включают аргумент о гендерной роли, описанный выше, но другие факторы могут включать семейные ограничения, которые, например, поощряют переход на работу неполный рабочий день, что в основном происходит в более рутинных профессиях [4];

неравная доля оплачиваемой и неоплачиваемой работы: у женщин больше рабочих часов в неделю, чем у мужчин, но они тратят больше часов на неоплачиваемую работу, что также может повлиять на выбор ими профессии. Неоплачиваемая работа по дому и уходу относится к деятельности, связанной с предоставлением услуг для собственного конечного использования членами домохозяйства или членами семьи, проживающими в других домохозяйствах. По данным Федеральной службы государственной статистики доля времени на неоплачиваемый домашний труд в 2019 г. для российских женщин составляла 18%, в то время как для мужчин этот показатель составил 7,8% [14];

стеклянный потолок: положение в иерархии влияет на уровень оплаты труда. В данном случае идет также корреляция с ЦУР 5. Исследования [14] показывают, что показатель «женщины на руководящих должностях» в 2021 г. в сравнении с 2015 г. увеличился на 1,5 п.п., составив 49%.

дискриминация в оплате труда. В некоторых случаях женщины зарабатывают меньше мужчин за равный труд или работу равной ценности. В предыдущем пункте представлен «оптимистичный» показатель гендерного равенства, однако, если вернуться к данным по оплате труда, то средний почасовой заработок женщин и мужчин на руководящих должностях, а также при делении по другим критериям, существенно отличается в пользу вторых (табл. 2).

Таблица 2

Средний почасовой заработок женщин и мужчин в разбивке по отдельным группам занятий, руб. [8]

Группы занятий	2015	2017	2019	2021
1	2	3	4	5
Руководители				
Мужчины	399,0	499,5	548,3	782,8
Женщины	285,0	344,1	375,3	542,0
Специалисты высшего уровня квалификации				
Мужчины	262,0	317,1	345,8	487,0
Женщины	203,0	234,6	253,5	350,5
Специалисты среднего уровня квалификации				
Мужчины	231,0	290,0	336,9	422,9

Окончание табл. 2

1	2	3	4	5
Женщины	144,0	172,4	205,8	262,0
Квалифицированные работники сельского и лесного хозяйства, рыбоводства и рыболовства				
Мужчины	108,0	126,3	155,9	204,8
Женщины	117,0	137,8	169,7	226,4
Неквалифицированные рабочие				
Мужчины	96,0	118,0	143,4	184,9
Женщины	83,0	100,6	122,2	156,3

Как видим, имеет место эскалация разрыва среднего почасового заработка женщин и мужчин по мере роста квалификации, так, разрыв в категории «Руководители» составляет 240,8 руб., для «Специалистов высшего уровня квалификации» - 136,5 руб., для «неквалифицированных рабочих» - 28,6 руб. «Позитивное» исключение составляет группа «Квалифицированные работники сельского хозяйства», однако следует отметить, что доля квалифицированных работников сельского хозяйства в общем числе занятых в этой отрасли составила в 2021 г. только 40,6%. Т.е. остальные 59,4 % относятся к группам, в которых проявляется разрыв в оплате труда.

При исследовании факторов, влияющих на гендерный разрыв в оплате труда, не следует забывать исторические предпосылки и особенности развития региона. Например, в Америке история гендерного и расового разрыва в заработной плате неразрывно связана с историей труда. Исследования указывают на достаточно длинный перечень факторов, которые следует учесть при определении реального показателя гендерного разрыва в оплате труда [15] (рис. 1).

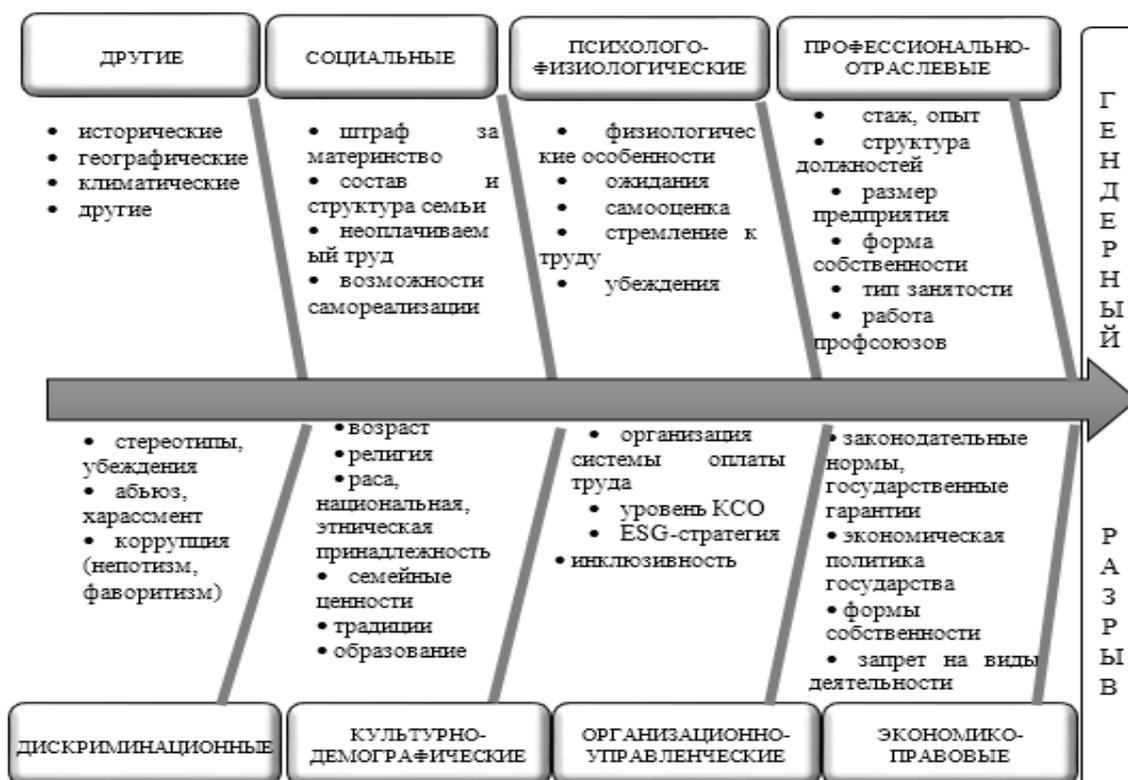


Рис. 1. Факторы, влияющие на гендерный разрыв в оплате труда (составлено автором)

Что касается конкретной методологии анализа различий в распределении заработных плат, то в научной литературе не сформировалась общепринятая методология, которая обеспечивала бы однозначный расчет гендерного разрыва. Ощепков А.Ю. в работе выделяет три возможных подхода: декомпозиция по методу Оаксаки-Блайндера; построение «контрафактных» распределений заработной платы; декомпозицию на три части (первые две по методу Оаксаки-Блайндера, третья – отражает разницу за счет ненаблюдаемых различий) [10].

Таким образом, при определении количественных параметров целей по ликвидации (минимизации) гендерного разрыва в оплате труда (как составляющей глобальной цели обеспечения достойного труда) по ключевой теме КСО «Трудовые практики» у предприятий, в т.ч., работающих в сельском хозяйстве, могут возникать трудности, а также ошибочные и/или формальные ориентиры, которые не приведут к существенным изменениям в достижении ЦУР. Особенно злоупотребляют такими ориентирами субъекты хозяйствования, которые используют корпоративную социальную ответственность как инструмент маркетинга.

С целью изучения декларируемых корпоративных практик по реализации ЦУР 8 и минимизации гендерного разрыва в оплате труда в сельском хозяйстве Российской Федерации, проведено изучение материалов официальных сайтов крупнейших предприятий АПК Российской Федерации [13].

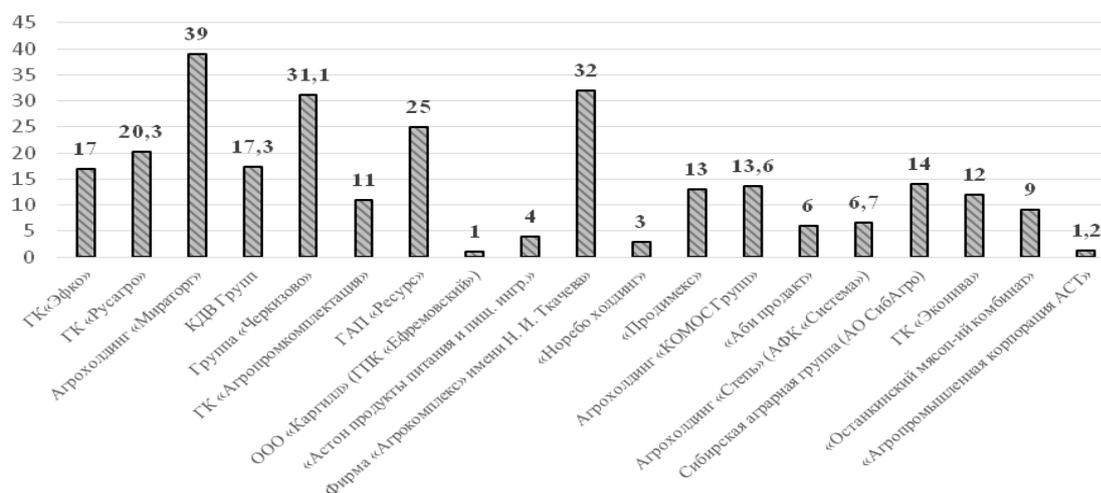


Рис. 2. Данные о среднесписочной численности персонала крупнейших предприятий АПК РФ, тыс. чел., 2022 г. (составлено на основе [13])

У всех исследуемых предприятий отсутствует официально опубликованный социальный отчет. Только у 1 компании (ГК «Русагро») информация о социальной деятельности раскрывается в составе общего годового отчета, при этом информация ограничивается общими заявлениями по Целям устойчивого развития «Достойный труд» и «Гендерное равенство». 12 исследуемых предприятий имеет раздел «Корпоративная социальная ответственность». Во всех 12 случаях отсутствует раскрытие информации о половозрастном составе персонала, системе и уровне оплаты труда, данные о проводимых/планируемых мероприятиях в рамках достижения достойного труда. Лишь «Продимекс» и «Астон продукты питания и пищевые ингредиенты» (АО «Астон») декларирует Общие заявления о недопущении дискриминации. Агрохолдинг «Степь» (агробизнес АФК «Система») публикует Политику по многообразию и инклюзивности, Политику в области прав человека. По

группе «Черкизово» на момент проведения исследования официальный сайт был недоступен.

На основе анализа, можно сделать вывод о несоблюдении принципа прозрачности и подотчётности социальной ответственности предприятиями агропромышленного комплекса, обоснованных декларируемых социальных ориентиров на долгосрочную перспективу в рамках направления «Трудовые практики».

Выводы. Гендерный разрыв в оплате труда является результатом многих факторов, включая расу и этническую принадлежность, инвалидность, доступ к образованию, возраст и пр. В результате разные группы женщин сталкиваются с очень разными разрывами в оплате труда. Гендерный разрыв в оплате труда – это сложная проблема, которая требует надежных и инклюзивных решений. Для понимания направлений действий и определения источника проблемы с целью наиболее эффективного и скорейшего решения проблемы, необходимы конкретные ориентиры, обоснованные показатели, разработанные на государственном уровне, базирующихся на анализе всех факторов, влияющих на гендерный разрыв в оплате труда (а не только отношение средних значений), а также инновационные решения по реформированию системы оплаты труда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 17 Целей [Электронный ресурс] // Департамент по экономическим и социальным вопросам ООН. – Режим доступа: <https://sdgs.un.org/ru/goals>.
2. Francine D Blau, Lawrence M Kahn Analyzing the gender pay gap // The Quarterly Review of Economics and Finance. – Volume 39, Issue 5, 1999, Pages 625-646
3. Francine D. Blau, Lawrence M. Kahn The Gender Wage Gap: Extent, Trends, and Explanations // Journal of Economic Literature. – 2017, 55(3), 789–865.
4. Malcolm Brynin The gender pay gap Equality and Human Rights Commission Research report 109 // Pay gaps research 2017 // Equality and Human Rights Commission. – Published August 2017. – ISBN 978-1-84206-686-7. – 67 p.
5. The gender pay gap situation in the EU [Electronic source]. – Data access: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/policies/justice-and-fundamental-rights/gender-equality/equal-pay/gender-pay-gap-situation-eu_en.
6. The Simple Truth About the Gender Pay Gap [Electronic source]. – Access data: <https://www.aauw.org/resources/research/simple-truth/>.
7. ГОСТ Р ИСО 26000-2012 Руководство по социальной ответственности [Электронный ресурс]: Национальный стандарт Российской Федерации. – Режим доступа: <https://docs.cntd.ru/document/1200097847>.
8. Заработная плата [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/labour_costs.
9. Набор национальных показателей ЦУР [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/sdg/national>
10. Ощепков А. Ю. Гендерные различия в оплате труда в России / А. Ю. Ощепков // Экономический журнал ВШЭ. – 2006. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernye-razlichiya-v-oplate-truda-v-rossii> (дата обращения: 02.04.2023).
11. Правила игры: Введение в деятельность Международной организации труда в сфере трудовых норм Международное бюро труда, Женева, 2019. – 129 с.
12. Рабочая сила, занятость и безработица в России [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13211>
13. Рейтинг 50 крупнейших компаний АПК России-2022 [Электронный ресурс]. – <https://www.moshol14.ru/press-centr/novosti-rynka/top-50-apk-rossii/>.
14. Цели устойчивого развития в Российской Федерации. – 2022: Крат. стат. сб. / Росстат – М., 2022 – 87 с.
15. Роцин С.Ю., Емелина Н.К. Мета-анализ гендерного разрыва в оплате труда в России / С.Ю. Роцин, Н.К. Емелина // Экономический журнал ВШЭ. – 2022. – № 3. – С. 213-239.

Поступила в редакцию 15.06.2022 г.

IMPLEMENTATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES IN THE STUDY OF THE GENDER PAY GAP

Yu. S. Vorobiova

This study examines the problem of the gender pay gap in agriculture in the Russian Federation as one of the components of ensuring decent work. The analysis of the involvement of agro-industrial enterprises and the transparency of their corporate social responsibility practices on certain parameters of the key topic "Labour practices" was also carried out.

Keywords: sustainable development goals, decent work, gender pay gap, agriculture.

Воробьева Юлия Сергеевна

старший преподаватель кафедры международного бизнеса и делового администрирования

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

u.vorobyova@donnu.ru

+7-949-352-08-45

Vorobiova Yuliia

Senior lecturer of the Department of international business and business-administration

Donetsk National University, Donetsk

УДК 331.101

АНАЛИЗ МОТИВАЦИИ ТРУДА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ В РАЗНЫХ СТРАНАХ МИРА

© 2022. *Е. А. Горячева*

В статье рассмотрены основные особенности мотивации труда служащих в разных странах мира. Проведен анализ общих и отличительных черт. Выявлены материальные и морально-психологические методы стимулирования и их преобладание в конкретной стране.

Ключевые слова: мотивация труда; материальные методы мотивации; морально-психологические методы мотивации; государственный служащий; управление системой мотивации труда.

Постановка проблемы. На сегодняшний день, роль мотивации труда работников резко возросла. Безусловно, трудно создать такую систему поощрения, при которой можно было бы эффективно руководить сотрудниками, вдохновлять их на трудовые свершения и содействовать активации их трудового потенциала. Довольно часто, работники недовольны не столько величиной своей заработной платы, сколько значительной разницей в ее назначении однородным специалистам, не справедливостью. Из этого следует нестабильность коллективов, текучесть кадров, значительные потери предприятия на обучение постоянно обновляющихся кадров.

Актуальность темы исследования. Управление персоналом государственной службы как система переживает в настоящее время довольно сложный этап своего развития. Существенными причинами такой тенденции являются: усложнение управленческого труда; затруднение с управлением персонала как сложным объектом управления в организации; смена системы ценностей работников, что связано с общеполитическими и экономическими реформами; увеличение численности персонала государственного управления, что в свою очередь требует рационального подхода к его развитию и использованию. Актуальность данной темы заключается в существенном воздействии системы стимулирования труда на качественное выполнение функций служащими, а также имидже государственных органов и их развитии.

Анализ последних исследований и публикаций. Литературных источников, которые посвящены анализу вопросов мотивации и стимулирования кадрового состава довольно много, однако, во многих источниках анализируемые вопросы повторяются, что приводит к одностороннему взгляду на систему стимулирования персонала.

В работах Д. Адаира, В.Р. Веснина, П.В. Журавлева, Н.И. Захарова, Е.П. Ильина, М.И. Магуры, Е.Б. Моргунова, Д.А. Новикова, Н.В. Самоукиной, С.И. Самыгина, Д.С. Синка, В.М. Цветаева, С.А. Шапиро и В.И. Шкатуллы, анализируются проблемы мотивации персонала, рассматриваются основные направления в мотивации, исследуются некоторые элементы системы мотивации и стимулирования персонала.

Выделение нерешенных проблем. Эффективное управление персоналом невозможно без различных систем стимулирования, которые определяют отношения между работодателем и работником. Чем больше работника удовлетворяют условия работы, тем усерднее он выполняет свои обязанности, чтобы сохранить свое рабочее место. Мотивация сотрудников выражается в предоставлении им материальных и нематериальных благ. Однако единственной мотивацией для отечественных лидеров,

является достойная заработная плата, которая основана на фиксированной тарифной ставке и окладе. Однако вопросы морально-психологического стимулирования занимают не менее значимое место, что доказывает опыт зарубежных стран.

Цель работы - анализ мотивации труда государственных служащих в разных странах мира, выявление их общих и отличительных черт.

Результаты исследования. Исходя из особенностей экономики, истории и менталитета, а также других факторов, в зарубежных странах сложились разные подходы к стимулированию труда. Изучая существующие в мире системы мотивации, можно прийти к выводу, что наиболее эффективными являются японская, французская, американская и немецкая модели. Рассмотрим их подробнее.

Япония является одной из самых развитых стран мира и выделяется своим уникальным взглядом на управление и исключительным трудолюбием.

Японская модель мотивации человеческих ресурсов основана на методологических принципах управления человеческими ресурсами и имеет пять концептуальных основ построения систем мотивации [4]:

1. Тотальная вовлеченность сотрудников. Это понятие охватывает установки, подтверждающие престижность процесса труда в сознании работников. Тотальная вовлеченность связана с преобладанием бригадных методов организации труда. Забота рабочих об интересах бригады предполагает трудовую конкуренцию. При этом цель конкуренции не превышение плановых показателей, а их скрупулезное выполнение. Принцип конкуренции на рабочем месте – лозунг «Конкурент конкуренту друг»;

2. Эмоциональная близость и отсутствие социальных различий. Эмоциональная близость подразумевает открытость каналов коммуникации для сотрудников, в том числе находящихся на разных уровнях управленческой иерархии. Направленность на минимизацию социальных различий проявляется в соблюдении единого дресс-кода, выплате одинаковых премий и т.д.;

3. Сосредоточенность на предотвращении проблем до их возникновения. Это включает в себя регулярный мониторинг ситуации в компании, анализ прошлых ошибок, и, исходя из этого, принятие мер по устранению причин проблем до того, как они проявятся;

4. Взаимное доверие. Сотрудников и компании объединяет общая цель – стремление к долгосрочному совместному благополучию;

5. Ориентированность на долгосрочное сотрудничество. Высшее руководство компании принимает управленческие решения с расчетом на долгосрочную перспективу, даже если это происходит в ущерб краткосрочным целям и результатам.

Японская модель мотивации труда – это стремление к повышению производительности труда по отношению к уровню заработной платы. Согласно этой модели заработная плата формируется из трех составляющих [1]:

возраст;

опыт;

квалификация работника.

Также важно, чтобы у японских сотрудников было желание работать на страну и компанию. Эта самоотверженность близка к самопожертвованию и игнорированию собственных интересов ради работы.

В Японии широко применяется принцип пожизненного найма и система премиального стажа. Исследования показывают, что чем дольше человек работает в организации, тем больше он идентифицирует себя со своей фирмой. Японские корпорации при найме персонала гарантируют своим сотрудникам рабочее место и

используют систему оплаты труда, основанную на опыте работы. Таким образом, чем больше человек работает в одной организации, тем выше его зарплата и должность, а если человек переходит в другую компанию, ему приходится начинать все сначала.

Следовательно, применение трудовой ставки исключает возможность автоматического повышения заработной платы, не связанной с повышением квалификации работника и трудовым вкладом, тем самым повышая мотивацию к труду, которая в данном случае напрямую зависит от результатов труда.

К видам поощрений в японской системе мотивации, помимо прибавки к зарплате, относятся [3]:

- медицинское страхование работника и его семьи;
- оплата проезда до офиса и обратно;
- кредиты на покупку недвижимости;
- частичная оплата жилья;
- повышение квалификации без отрыва от основного места работы;
- обучение в университетах Японии, а также Европы и США.

Японская система стимулирования в целом направлена на сплочение коллектива, усиление позитивного настроя и укрепление связи сотрудника с компанией.

Этот опыт применим только в обществе с высокоразвитым чувством гражданской ответственности и самосознания. Главными выступают общие интересы компании, а индивидуальные потребности являются второстепенными.

Далее следует рассмотреть французскую систему мотивации, для которой свойственно большое многообразие экономических инструментов, включая стратегическое планирование и стимулирование конкуренции, а также гибкая система налогообложения. Характерной особенностью является включение стратегического планирования в рыночный механизм. Основой рыночных отношений в этой модели является конкуренция, которая напрямую влияет на качество продукции, удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах, снижение себестоимости продукции. [5]

- Выделяют две тенденции в политике заработной платы французских фирм:
- индексация заработной платы в зависимости от прожиточного минимума;
- индивидуализация оплаты труда.

Индексы потребительских цен учитываются в заработной плате практически на всех крупных предприятиях, что находит отражение в коллективных договорах с профсоюзами.

Принцип индивидуализации заработной платы во Франции реализуется с учетом уровня профессиональной квалификации, качества выполняемой работы, количества вносимых рационализаторских предложений и уровня мобильности работников.

Существует три основных подхода к реализации принципа индивидуализации оплаты труда.

1. Минимальная заработная плата и уровни оплаты труда определяются для каждой работы, оцениваемой в соответствии с коллективными договорами. Оценка работы каждого работника производится по отношению к выполненной работе, независимо от работы работников, занятых на других работах. Критериями трудового вклада работника являются количество и качество работы, участие в общественной жизни предприятия.

2. Компании используют такие формы индивидуализации заработной платы, как участие в прибыли, продажа акций компании работникам, премиальные выплаты.

3. Заработная плата может быть разделена на две части: фиксированную сумму в зависимости от должности и места работы и переменную сумму, отражающую эффективность работы работника. Дополнительные премии выплачиваются за высокое качество работы, добросовестное отношение к работе и т.д. Персонал активно участвует в обсуждении вопросов вознаграждения в рамках специальной комиссии.

Во французской модели важны методы оценки труда и используемые стандарты. Методика следующая – компании оценивают эффективность труда своих сотрудников (0-120 баллов) по шести показателям: производительность труда, профессионализм, соблюдение техники безопасности, трудовая этика, качество работы и инициативность.

Преимущество такой модели стимулирования заключается в том, что она оказывает сильное стимулирующее влияние на эффективность и качество труда и служит фактором саморегулирования размера фонда оплаты труда. В случае временных проблем фонд оплаты труда автоматически урезается, чтобы компания безболезненно реагировала на изменения рынка. Эта модель дает сотрудникам более широкое представление об экономической ситуации в компании.

Американская модель трудовой мотивации построена на поощрении предпринимательской активности и достатка наиболее активных слоев населения. Эта модель основана на социокультурных характеристиках наций. То есть массовая ориентация на достижение личного успеха для всех и достижение высокого уровня финансового благополучия.

Заработная плата занимает центральное место в американской системе стимулирования. Популярными являются различные модификации повременной системы оплаты труда с нормированными заданиями, дополненными различными формами премирования.

Одной из распространенных форм оплаты труда в США сегодня является заработная плата, сочетающая сдельные и почасовые элементы. В этом случае дневной заработок работника определяется как произведение часовой ставки и количества отработанных часов. При невыполнении работником дневной нормы в натуре работа продолжается до выполнения нормы.

В американской модели широко используется система коллективных премий. Поэтому при применении системы «Сканлона» между администрацией и работниками критерии доли заработной платы в общей стоимости чистой продукции определяются заранее. Для прибыльной работы предприятий и формирования накоплений по заработной плате премиальный фонд создается по достигнутой экономии и распределяется следующим образом: из оставшейся суммы 25% идут на бонусы корпоративному руководству и 75% идут на бонусы работникам. Премии выплачиваются ежемесячно исходя из коэффициента трудовой активности работника исходя из базовой заработной платы и по результатам работы за предыдущий месяц. В конце года резерв полностью распределяется среди сотрудников компании.

Использование системы «Раккера» приведет к бонусу независимо от прибыли, полученной в предыдущем периоде. Премия устанавливается при определенном размере условной чистой прибыли. 25% средств будет зарезервировано, а остальное будет разделено между работниками и администрацией.

Периодическая аттестация придает гибкость в системе оплаты труда работников, на основании которой устанавливаются уровни оплаты труда работника на последующие периоды. Заработная плата, как правило, пересматривается каждые 3 месяца в течение первого года и каждые 6 месяцев после года работы.

Также, некоторые американские компании используют новую систему заработной платы, в которой рост заработной платы зависит от роста квалификации и количества квалифицированных профессий, а не от объема производства. После прохождения обучения по одной специализации сотрудникам присваивается определенное количество баллов. Он может получить прибавку к зарплате, заработав соответствующее количество баллов. Количество заработанных «квалификационных кредитов», уровень каждой квалификации и квалификация по освоенным специальностям являются определяющими факторами при определении размера заработной платы.

Помимо гибких систем оплаты труда, для американских компаний характерно использование нематериальных методов мотивации своих сотрудников. Сотрудники компании имеют доступ к следующим привилегиям:

- медицинская страховка, оплачиваемая работодателем;
- курсы повышения квалификации;
- бесплатный обед;
- корпоративные праздники;
- совместное путешествие.

Таким образом, проанализировав особенности американской системы стимулирования персонала, мы можем охарактеризовать ее как неолиберальную. С одной стороны, она демонстрирует все признаки либеральной модели. Компании предоставляют своим сотрудникам большие права и свободы, ориентируются на поддержание высокого уровня конкуренции среди сотрудников, минимизируют затраты на обучение сотрудников и не гарантируют долгосрочную занятость. С другой стороны, учитывая современный уровень глобализации и интернационализации бизнеса, все более заметной становится современная тенденция в области управления персоналом, социализация и гуманизация методов и инструментов управления мотивацией персонала (разработка программ направлена на повышение вовлеченности и удовлетворенности сотрудников, на возможность предоставить широкий спектр льгот для сотрудников, заботу о здоровье и образе жизни работников и др.).

Немецкая схема стимулирования сотрудников основана на мировоззрении, что сотрудники – это свободные люди со своими интересами и личной ответственностью перед обществом. Концепция экономической свободы немцев предполагает учет общественных интересов и определение места человека в рыночной системе.

Современная немецкая экономическая модель основана на идее, что не все немцы могут «приспособиться» и выжить в условиях свободного рынка. Таким образом, государство создает социальную рыночную экономику. Ее главная цель – создание равных условий жизни для всех жителей страны [3].

Сочетание корпоративной системы мотивации и национальной системы социальной справедливости приводит к компромиссам, позволяющим сотрудникам свободно добиваться результатов в своей профессиональной сфере, не опасаясь остаться без постоянного дохода.

В качестве прекрасного примера гармоничного, оптимального способа реализации экономических теорий исследователи считают немецкую модель стимулирования труда и наличие государственных социальных гарантий.

Также для общего анализа и сравнения с популярными моделями необходимо рассмотреть модели трудовой мотивации в некоторых странах таких, как Китай, Швеция и Беларусь.

Система управления Китая основана на национальной деловой культуре, гражданском мышлении, мировых и отечественных достижениях в науке и практике в области управления.

Мотивация китайского персонала призвана создать условия, побуждающие сотрудников работать эффективно.

В настоящее время широко используемыми стимулирующими инструментами в Китае являются:

фиксированная заработная плата – устанавливается для работников в зависимости от его образования, профессиональных навыков, опыта работы и предыдущих производственных показателей;

регулярные премиальные выплаты – в зависимости от усердия и качества работы сотрудника, лояльности к своему непосредственному начальству и руководству компании в целом.

традиционная годовая выплата – выдается непосредственно руководителем работнику на китайский Новый год в размере годовой премии выплачивается лично руководителем на основании критериев, известных только ему;

специальные льготы для руководства компании – руководители высшего и среднего звена получают или приобретают акции компании по льготным ценам в рамках премиального опциона;

система социальных льгот и компенсаций – медицинское страхование и лечение в санаториях, различные виды материальной помощи, такие как приобретение квартир и дополнительное образование, транспортные расходы для сотрудников, услуги связи, аренда жилья, питание и др.

Далее целесообразно рассмотреть крупнейшую страну Северной Европы. Швеция одна из богатейших стран мира, что делает ее одним из лучших примеров для анализа мотивации сотрудников.

Профсоюзы занимаются достойной заработной платой и вопросами гарантий в Швеции. Пересмотр коллективных договоров способствует внедрению политики солидарности в оплате труда, основанной на двух принципах, включая равную оплату за одинаковый статус и сокращение разрыва между максимальной и минимальной заработной платой.

На шведских предприятиях действует принцип равной оплаты за равный труд. Этот принцип означает, что сотрудники, занимающие одну и ту же должность в разных компаниях с одинаковой квалификацией, получают одинаковую заработную плату, независимо от прибыльности компании, в которой работает сотрудник. Должностной оклад оговаривается в отраслевом коллективном договоре и не зависит от размера прибыли компании.

Жесткая позиция шведских профсоюзов в отношении солидарной заработной платы помогла повысить прибыльность компаний. Ведь чтобы не разориться, собственники предприятий вынуждены модернизировать свое производство.

Главный принцип сокращения разрыва между высокооплачиваемыми и низкооплачиваемыми специалистами реализуется в виде временных прибавок к заработной плате. Это способствует паритету заработной платы, сохраняя при этом минимальную заработную плату выше, а максимальную заработную плату ниже. При пересмотре коллективных договоров профсоюзы пытаются включить положения об ускорении повышения заработной платы низкооплачиваемых работников. Эта политика направлена на подготовку высококвалифицированных специалистов во всех сферах экономики [5].

Необходимо рассмотреть страну из ближайшего зарубежья. Республика Беларусь является страной соседкой Российской Федерации, а также она входила в состав СССР. Следовательно, обе страны имеют общие корни, поэтому целесообразно изучить систему мотивации Республики Беларусь.

Система морального и материального поощрения труда на различных предприятиях в Республике Беларусь включают в себя комплекс мер, направленных на стимулирование трудовой активности людей и, как следствие, повышение эффективности и качества труда.

К материальному вознаграждению относятся:

- заработная плата;
- участие в распределении прибыли;
- премиальные выплаты;
- деловое участие.

К нематериальным методам стимулирования относятся организационные и морально-психологические методы.

Организационный метод включает, прежде всего, привлечение работников к организационным делам. Суть метода заключается в себе предоставление сотрудникам права голоса для решения многих вопросов, как правило, социального характера. Перспективные стимулы к приобретению новых знаний и навыков играют важную роль. Это делает сотрудников более независимыми, уверенными в себе и уверенными в своем будущем. Трудовой стимул предоставляет людям важную, интересную и общественно значимую работу в соответствии с их личными интересами и склонностями, открывает широкие перспективы для работы и профессионального роста, позволяет проявить творческий потенциал.

Методы морально-психологического стимулирования включают в себя следующие основные задачи:

создать условия, в которых люди испытывают профессиональную гордость за то, что они превосходят других в решении поставленных перед ними задач, в их приверженности этой задаче и в их личной ответственности за ее результаты;

каждый на работе должен продемонстрировать свои способности, проявить себя на работе и, как следствие, иметь доказательство того, что он что-то может, и это «что-то» должно получить имя своего создателя.

Вывод. Мотивационные системы разных стран мира отличаются друг от друга и в каждой есть свои достоинства и недостатки. Кто-то делает уклон на материальную составляющую, кто-то учитывает особенности каждого гражданина страны, а некоторые ставят общие интересы выше своих собственных. Поэтому, проанализировав разные модели стимулирования персонала, следует отметить, что зарубежный опыт мотивации следует перенимать с учетом особенностей культуры и менталитета. Бездумное копирование чужих идей не дает желаемых результатов. Важно помнить, что нематериальные методы мотивации работают только в том случае, если у сотрудника удовлетворены материальные потребности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баткаева, И.А. Организация оплаты труда персонала / И.А. Баткаева, Е.А. Митрофанова. – Москва: Проспект, 2018. – 985 с.
2. Башмаков, В.И. Управление социальным развитием персонала / В.И. Башмаков, Е.В. Тихонова. – Москва: Академия, 2019. – 240 с.
3. Козбаненко, В.А. Государственное управление: основы теории и организации. Учебник. В 2 т. Т. 2 / В.А. Козбаненко. – Изд. 2-е, с изм. и доп. – М: Статут», 2020. – 592 с.

4. Литвинюк, А.А. Мотивация и стимулирование трудовой деятельности. Теория и практика. Учебник / А.А.Литвинюк. – Москва: ЮРАЙТ, 2019. – 398 с.

5. Мишурова, И.В. Управление мотивацией персонала / И.В. Мишурова, П.В. Кутелев. – М.: «МарТ», 2021. – 224 с.

Поступила в редакцию 20.06.2022 г.

ANALYSIS OF THE MOTIVATION OF CIVIL SERVANTS IN DIFFERENT COUNTRIES OF THE WORLD

E. A. Goryacheva

The article discusses the main features of the motivation of employees in different countries of the world. The analysis of common and distinctive features is carried out. The material and moral-psychological methods of stimulation and their predominance in a particular country are revealed.

Keywords: labor motivation; material methods of motivation; moral and psychological methods of motivation; civil servant; management of the labor motivation system.

Горячева Екатерина Александровна

кандидат экономических наук, доцент кафедры теории управления и государственной службы

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк

k.goryacheva89@mail.ru

+7-949-369-37-26

Goryacheva Ekaterina

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management Theory and Public Service

Donetsk Academy of Management and Public Service under the Head of the Donetsk People's Republic, Donetsk

УДК 658.518.3

КРАУДСОРСИНГ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

© 2022. Г. И. Грицаенко

Обобщены основные теоретико-методологические подходы к трактовке сущности понятия «краудсорсинг» и изложена его авторская дефиниция. Изучены формы краудсорсинга и предложена его классификация. Рассмотрены причинно-следственные связи между краудсорсингом, человеческим капиталом и инклюзивной экономикой. Выделена распространенная форма краудсорсинга – краудфандинг, углубленное изучение которого наиболее перспективно для развития социального предпринимательства.

Ключевые слова: краудсорсинг; человеческий капитал; инклюзивная экономика; цифровая экономика, социальный капитал; интеллектуальный капитал.

Постановка проблемы. Логика развития цивилизации детерминирует переход от «ресурсно-центрированной» к «человеко-центрированной» модели экономического развития – экономике знаний. Этот переход является результатом информационно-технологической бифуркации, благодаря которой существенно ускоряются социально-экономические процессы, увеличивается вовлеченность людей в создание новых знаний через конструктивный диалог между субъектами информационного сообщества. При этом особую эффективность среди инновационных технологий социокommunikационного взаимодействия демонстрируют специальные интерактивные краудсорсинговые платформы.

Актуальность темы исследования. Такой контекст актуализации указанной проблематики обуславливает научную разведку в направлении изучения краудсорсинга как современной инновационной технологии использования человеческого капитала для достижения инклюзивности экономического развития.

Анализ последних исследований и публикаций. Концепция краудсорсинга как перспективной технологии использования потенциала общественности для решения различных задач нашла свое отражение в работах таких зарубежных исследователей, как Хау Дж. [25], Бэйкер Д. [15], Беск С. [1], Бэйкер Д. [15], Еисенрейч А. [2], Хан С. [3], Лиу З. [4], Огбе М. [5], Схахроур И. [6], Схи Кс. [7], Солано-Хермосилла Г. [8], Спаниол М. Ж. [9], Ксу Х. [10] и других ученых. Так, например, Беск С., Брассеур Т.-М., Поетз М. и Саурманн Х. исследовали место краудсорсинга в науке, определив потенциальные преимущества привлечения толпы к формулированию исследовательских вопросов [1].

Еисенрейч А., Фуллер Ж. и Стучтей М. исследовали открытые циркулярные инновации путем анализа статус-кво круговых инноваций, обсуждения актуальности и роли различных заинтересованных сторон, а также изучение подходов к открытым циркулярным инновационным процессам. Ученые определили, что компании сейчас сосредотачиваются на закрытых инновационных подходах или сотрудничают лишь с одной заинтересованной стороной при разработке круговых инноваций. По мнению авторов, подход открытой инновационной сети в сочетании с краудсорсингом считается наиболее перспективным для разработки круговых решений [2].

Хан С. и Йанг М. провели эмпирическое исследование поведения пользователей, которые публикуют и комментируют идеи в Интернете. Ученые определили, что опыт

внесения идей наряду с разнообразием комментариев положительно влияет на общую популярность идей личности [3].

Лиу З., Сакулева Т., Михеев А. и Степанова Д. разработали рекомендации по оптимизации настроек коллективного проекта, определили преобладающую роль гарантий безопасности. Оказалось, что ведущими проблемами являются отсутствие финансовых гарантий и вероятность утечки информации к конкурентам. Была обнаружена положительная корреляция между успехом проекта, этическим поведением и справедливым распределением прибыли. Авторы уверены, что «... чем успешнее проект, тем тщательнее в нем говорится о защите чужой интеллектуальной собственности» [4].

Отбе М. и Лужала П. подчеркнули, что во многих богатых ресурсами развивающихся странах политики, ученые и практики стремятся содействовать привлечению граждан к мониторингу в управлении доходами от природных ресурсов. Учёные предложили пространственный краудсорсинг как альтернативу традиционным способам поощрения привлечения граждан [5].

Сахроур И. и Ксие Кс. определили, что Интернет вещей и краудсорсинг играют решающую роль в двух фундаментальных уровнях приложений умного города, а именно, уровнях сбора данных и услуг. Исследователи сделали вывод о том, что поскольку эти два уровня обеспечивают связь между физическим и цифровым мирами, они являются центральными столпами проектов Умного города [6].

Схи Кс., Еванс Р. и Схан В. обнаружили, что успех онлайн-сообществ по краудсорсингу зависит от привлечения специалистов, участвующих в краудсорсинговой деятельности [7].

Солано-Хермосилла Г., Барреиро-Хурле Ж., Адевопо Ж.Б. и Горрин-Гонзалез С. изучали эффективность краудсорсинга цен на продукты питания в Африке. Авторы обнаружили, что люди не всегда подают полезную информацию в систему, а также установили, что социальные нормы увеличивают участие населения, а раскрытие информации о ценах – нет [8].

Спаниол М. Ж. и Ровланд Н. Ж. обобщили данные 60 краудсорсинговых прогнозов относительно инноваций, которые, как ожидалось, могли повлиять на морскую, судостроительную, портовую и океанскую инфраструктуру региона Северного моря [9]. Ксу Х., Ву Й. и Хамари Ж. определили, какие показатели надежности профилей краудсорсеров (на основе геймификации, прозрачности и опыта) и уровня денежной компенсации предусматривают участие в краудсорсинге и, как следствие, успех краудсорсинговой кампании [10].

Среди отечественных научных публикаций по проблемам распространения краудсорсинга особый интерес вызвали работы Болтенкова И. А. [11], Булатовой М. Д. [12; 13], Бурлакова В. В. [14], Гришиной Е. Л. [17], Дорофеевой В. В. [18], Калининой И. А. [19], Комарова О. Е. [20], Кошелевой А. А. [21], Селивановой С. С. [22], Тесленко И. Б. [23] и других ученых. Так, Болтенков И. А., Грошева Н. Б. и Чанчиков А. А. рассмотрели целесообразность привлечения местного сообщества для инициации, планирования и последующей реализации проектов, имеющих общественное значение. Авторы предложили создать краудсорсинговый проектный офис как внешнюю муниципальную площадку управления проектами [11].

Булатова М. Д. провела критический анализ подходов к определению теоретической сущности понятия «краудсорсинг», дала ему авторское определение. Ею был проведен сравнительный анализ краудсорсинга с другими направлениями современного краудпроцессинга – краудфаундингом, краудинвестингом,

краудконтроллингом и краудковоркингом [12]. Кроме того, исследовательница предложила классификацию видов краудсорсинга по наиболее важным экономическим и управленческим признакам, а также рассмотрела их особенности в современных условиях хозяйствования [13].

Бурлаков В. В., Мешков Р. А. и Дзюрдзя О. А. на основе изучения функционирования различных интернет-платформ сделали вывод об открытии новых широких возможностей для бизнеса, использующего в своей работе больших объемов информации, а также поставили вопрос о необходимости привлечения к деятельности фирм высококвалифицированных работников [14].

Гришина Е. Л. изучила практические аспекты использования краудсорсинга некоммерческими организациями с позиций необходимости повышения эффективности реализации социальных проектов. Автор на основе сравнительного анализа моделей краудсорсинга, используемых в предпринимательских структурах и некоммерческих организациях, сформулировала практические рекомендации в разрезе подходов современного менеджмента [17].

Дорофеева В. В. проанализировала сетевые методы финансирования инновационных предприятий, изучила сущность и механизмы функционирования венчурных фондов, раскрыла этапы становления краудфандинга, провела его классификацию и показала преимущества акционерного краудфандинга относительно венчурного финансирования, а также определила перспективы дальнейшего развития краудфандинга в России [18]. Калинина И. А. и Бармашов К. С. рассмотрели способы применения краудфандинговых технологий для организации эффективных бизнес-моделей, проанализировали деятельность первой краудфандинговой платформы России – творческого сообщества Kroogi, а также сформулировали способы монетизации взаимодействия знаний и людей [19].

Комаров О. Е. и Соколов А. В. на основе анализа практики применения краудсорсинга сделали вывод о необходимости включения этой технологии в деятельность органов управления и власти, предложили для этого создание специализированных отделов, а также организацию работы в мессенджерах [20]. Кошелева А. А., в рамках изучения преобразований социальной сферы под воздействием цифровой экономики, рассмотрела краудсорсинг как успешный пример внедрения ИТ-технологии в социально ориентированное предпринимательство [21].

Селиванова С. С. изучила особенности применения краудсорсинга в системе регионального управления для эффективного взаимодействия органов власти и населения, а также выявила факторы успешной реализации данной технологии [22]. Тесленко И. Б. и Абдуллаев Н. В. раскрыли теоретическую сущность одной из перспективных технологий финансовой и инвестиционной деятельности – краудфандинга, рассмотрели его особенности, а также основные проблемы и перспективы распространения в России [23].

Выделение нерешённых проблем. Несмотря на широту освещения данного вопроса, остаются малоисследованными особенности краудсорсинга с позиций использования человеческого капитала, что обуславливает актуальность и перспективность, а также цель и задачи выбранной темы исследования.

Цель работы. Целью статьи является изучение краудсорсинга как инновационной технологии использования человеческого капитала. Достижение этой цели определяет необходимость решения таких исследовательских задач:

– раскрыть теоретико-методологическое содержание понятия «краудсорсинг» как технологии реализации бизнес-задач;

– выявить взаимосвязи между краудсорсингом и человеческим капиталом, а также их роль в достижении инклюзивности экономики.

Результаты исследования. Первым исследователем и популяризатором краудсорсинга был редактор и журналист журнала Wired Джефф Хау, который в 2006 г. впервые использовал термин «краудсорсинг». В своей публикации «Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса» он подчеркнул: «Главный принцип, который является движущей силой краудсорсинга, означает: у группы знаний больше, чем у отдельного человека. Вся хитрость состоит в том, чтобы создать условия для реализации этих знаний» [25, с. 263].

Дэн Бейкер в 2012 году в работе «Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ» подчеркнул, что «краудсорсинг является способом привлечения коллективного разума разнообразных индивидов к решению проблемы организации, достижению её продуктивных целей» [15, с. 88].

Современный период изучения проблем краудсорсинга отечественными учеными характеризуется разнообразием трактовок его сущности (табл. 1).

При рассмотрении определений сущности понятия «краудсорсинг» можно выделить следующие трактовки:

краудсорсинг как институт разработки и принятия коллективных решений (Болтенков И. А., Грошева Н. Б., Чанчиков А. А. [11], Булатова М. Д. [12], Булатова М. Д. [13], Калинина И. А., Бармашов К. С. [19], Тесленко И. Б., Абдуллаев Н. В. [23]);

краудсорсинг как элемент цифровой экономики (Гришина Е. Л. [17], Комаров О. Е., Соколов А. В. [20], Кошелева А. А. [21], Селиванова С.С. [22]);

краудсорсинг как формат сотрудничества людей (Бурлаков В. В., Мешков Р. А., Дзюрдзя О. А. [14], Дорофеева В. В. [18]).

Безусловно, каждая из приведенных формулировок тем или иным способом раскрывает сущность этого многогранного понятия. В то же время наиболее обоснованным считаем подход, благодаря которому краудсорсинг целесообразно рассматривать как инновационную технологию достижения инклюзивного развития экономики благодаря наличию и эффективному использованию человеческого капитала для коллективного решения различных задач.

Развитие и распространение краудсорсинга сопровождается появлением его новых форм.

Так, одной из разновидностей краудсорсинга является краудкастинг (crowd casting), который для решения конкретных проблем предполагает проведение конкурсов (например, производитель футболок Threadless и научная платформа InnoCentive).

Другая форма краудсорсинга – краудкооперация (crowd collaboration) – предусматривает рассмотрение краудсорсинговых инициатив непосредственно участниками сообщества без участия инициатора, при этом выделяются:

– «крауд-шторм» (crowdstorming) – массовые «мозговые штурмы» онлайн-сообществ, во время которых предлагают различные идеи для решения поставленной задачи, а ее члены с помощью голосования и комментариев самостоятельно выбирают победителя (например, работа платформы IdeaJam);

– «крауд-поддержка» (crowdsupport) – консультации одними участниками интернет-сообщества других (например, платформа Getsatisfaction).

Еще одна форма краудсорсинга – краудконтент, когда члены сообщества, не конкурируя друг с другом, принимают участие в создании нового продукта (например, выполнение микрозаданий на платформе Amazon Mechanical Turk).

Таблица 1

Трактовка сущности понятия «краудсорсинг»	
Автор	Трактовка
1	2
институт разработки и принятия коллективных решений	
Болтенков И. А., Грошева Н. Б., Чанчиков А. А. [11, с. 25]	Краудсорсинг предполагает вовлечение широкого круга участников для решения каких-либо проблем.
Булатова М. Д. [12, с. 86]	... в наиболее общем виде краудсорсинг представляет собой совместное использование множества навыков и компетенций , как правило, удаленных друг от друга экономических субъектов для формирования и реализации определенных инвестиционных проектов или стартапов.
Булатова М. Д. [13, с. 43]	... краудсорсинг представляет собой особый социально-экономический институт коллективной разработки и принятия управленческих решений , основанный на максимально широком использовании положительного синергетического потенциала синтеза знаний, навыков и компетенций различных экономических субъектов.
Калинина И. А., Бармашов К. С. [19, с. 1401]	Краудсорсинг – привлечение большого числа людей с целью использования их творческих интеллектуальных способностей и опыта для решения различных проблем инновационной деятельности.
Тесленко И. Б., Абдуллаев Н. В. [23, с. 134]	Краудсорсинг – это сбор идей, предложений, личного опыта большого количества людей для создания продукта (контента); выработки решения, сбора информации, средств для реализации какого-либо проекта.
элемент цифровой экономики	
Гришина Е. Л. [17, с. 172]	... краудсорсинг как один из базовых элементов обеспечения цифровой экосистемы современной инновационной экономики, который позволяет усилить взаимодействие между всеми участниками рыночных отношений в режиме реального времени при одновременном снижении потенциальных транзакционных издержек.
Комаров О. Е., Соколов А. В. [20, с. 153]	... краудсорсинг представляет собой новый метод решения комплексных задач при помощи современных информационных технологий и Интернета с применением интеллектуального потенциала неограниченного круга лиц.
Кошелева А. А. [21, с. 163]	... краудсорсинг в широком смысле – ... это мобилизация ресурсов людей посредством информационных технологий с целью решения задач, стоящих перед бизнесом, государством и обществом в целом.
Селиванова С.С. [22, с. 47]	... краудсорсинг определяется как мобилизация ресурсов людей посредством интернет-технологий с целью решения задач, стоящих перед бизнесом, государством и обществом.
формат сотрудничества людей	
Бурлаков В. В., Мешков Р. А., Дзюрдзя О. А. [14, с. 72, 73]	... краудсорсинг является современным средством для решения проблем различного характера, стоящих перед предприятиями в современных условиях, на основе привлечения прежде всего квалифицированных работников , заинтересованных в собственном личностном росте и развитии компании.

Окончание табл. 1

1	2
Дорофеева В. В. [18, с. 29]	Краудсорсинг является одним из форматов сотрудничества людей , которые не являются целостным трудовым коллективом и объединяются временно, заинтересовавшись определенной социально-значимой идеей. По своей сути он является привлечением человеческих возможностей для совместного решения определенных проблем или реализации проектов.

Источник: сформировано автором на основе изучения литературных источников

Крауд-поиск – следующая форма краудсорсинга – связан с нахождением или проверкой определенного контента в интернете (например, проект Peer to Patent Peer, который привлекает общественность к патентной экспертизе).

Распространенная форма краудсорсинга – краудфандинг, предполагающий коллективное финансирование проектов в обмен на вознаграждение (например, интернет-платформы Kickstarter, Indiegogo, Gofundme).

Крауд-опрос предполагает учет мнения участников интернет-сообщества (пример – работа сайтов Goodreads, Yelp, Blue Board и т.п.).

На основе изучения и обобщения научных публикаций по проблемам теоретической сущности краудсорсинга нами была сформирована его классификация (табл. 2).

Таблица 2

Классификация краудсорсинга

Классификационный признак	Вид краудсорсинга
1	2
Относительно сферы жизни	бизнес-краудсорсинг общественный политический
По подходам	управленческий финансово-экономический маркетинговый информационный
По технологиям	интеллектуальный коллективные вычисления краудфандинг краудрекрутинг краудкастинг краудвотинг крауд-криэйшн и др.
По типам платформ	конкурентные микрозадачи справочники по сбору идей поощрения инноваций рынки контента краудфандинг рынки предсказаний рынки услуг и др.

Окончание табл. 2

1	2
По типам решаемых задач	создание продукта (контента) голосование поиск решения поиск людей сбор информации сбор идей и мыслей тестирование служба поддержки сбор средств

Источник: сформировано автором на основе изучения литературных источников

В качестве основных классификационных признаков были выделены сферы жизни, подходы, технологии, типы платформ, а также типы решаемых задач.

Согласно данным, опубликованным «Ко-Фи» (крауд-платформой для привлечения инвестиций в индустрию развлечений), наиболее популярными в России краудсорсинговыми платформами являются [24]:

- Яндекс.Пробки (краудсорсинговое приложение, информирующее о ситуации на дорогах, пробках, ДТП на основании сведений самих автолюбителей);
- GoDesigner (краудсорсинговая платформа для дизайнеров, от лица заказчика организующая конкурс на наилучшее выполнение определенного технического задания с предусмотренным финансовым вознаграждением победителю);
- Хабр (ИТ-ресурс для публикаций об информационных технологиях, бизнесе и интернете);
- Ответы@Mail.ru (платформа для вопросов-ответов на любую тему);
- Краудсорсинг Сбербанк (портал банка для решения задач, связанных с его работой).

Считаем, что необходимым условием для развития краудсорсинга является человеческий капитал. На основе теоретико-методологических обобщений толкований его сущности нами было предложено понятие «человеческий капитал» рассматривать как «... совокупность качественных характеристик человека, обеспечивающих дополнительный доход и/или социальный эффект» [16, с. 47].

Нами были рассмотрены причинно-следственные связи человеческого капитала, краудсорсинга и инклюзивной экономики (рис. 1).

Человеческий капитал благодаря основным элементам – социальному и интеллектуальному капиталам (факторам) – является главной предпосылкой достижения инклюзивности экономики. В качестве основных инструментов выступают элементы социального капитала (доверие, нормы и социальные сети) и интеллектуального капитала (знания, умения, навыки). Краудсорсинг при этом берет на себя функции инновационной технологии достижения важнейшего результата – инклюзивной экономики.

Так, социальный капитал, как элемент человеческого капитала, благодаря следованию законодательным и социальным нормам способствует формированию доверительных отношений между участниками сообщества, что, в свою очередь, является предпосылкой возникновения и развития социальных сетей на основе углубления персональных связей. Эти процессы обуславливают ожидание общей выгоды от использования краудсорсинга, а также механизм привлечения необходимых для этого ресурсов.



Рис. 1. Причинно-следственные связи человеческого капитала и краудсорсинга с инклюзивной экономикой (сформировано автором на основе собственных исследований)

Краудсорсинг способствует формированию меритократии, а также раскрытию интеллектуальных способностей индивидов (то есть эффективному использованию интеллектуального капитала – еще одного элемента человеческого капитала). Вследствие использования интернет-технологий и формирования культуры участия краудсорсинг развивает беспрецедентные уровни сотрудничества и продуктивные обмены знаниями между людьми различных профессий, тем самым приумножая интеллектуальный капитал страны.

Благодаря краудсорсингу наблюдается постепенный переход к инклюзивному экономическому развитию, которое предусматривает равную доступность экономических и социальных благ для любого члена общества, а также равные возможности в использовании ресурсов.

Выводы. Достижению инклюзивности развития экономики способствует рост вовлеченности людей в создание новых знаний благодаря краудсорсингу – современной инновационной технологии использования человеческого капитала.

Система теоретико-методологических концепций краудсорсинга содержит немало дефиниций, которые можно объединить в группы: «институт разработки и принятия коллективных решений», «элементы цифровой экономики», «формат сотрудничества людей». На основании обобщения подходов к определению сущности краудсорсинга была сформулирована его авторская трактовка, а изучение его форм дало возможность предложить классификацию по сферам жизни, подходам, технологиям, типам платформ, а также типам решаемых задач.

Для выявления взаимосвязей между краудсорсингом (технологией) и человеческим капиталом (предпосылкой) были рассмотрены их причинно-следственные связи с инклюзивной экономикой (результатом).

Перспективой дальнейших исследований является изучение распространенной формы краудсорсинга – краудфандинга, как эффективного инструмента социального предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Beck, S. Crowdsourcing research questions in science. / S. Beck, T.-M. Brasseur, M. Poetz, H. Sauermann // *Research Policy*. – 2022. – Vol. 51. – No. 104491. DOI: 10.1016/j.respol.2022.104491.
2. Eisenreich, A. Open circular innovation: How companies can develop circular innovations in collaboration with stakeholders. / A. Eisenreich, J. Füller, M. Stuchtey // *Sustainability (Switzerland)*. – 2021. – Vol.13 (23). – No. 13456. DOI: 10.3390/su132313456.
3. Han, C. Stimulating Innovation on Social Product Development: An Analysis of Social Behaviors in Online Innovation Communities. / C. Han, M. Yang // *IEEE Transactions on Engineering Management*. – 2022. – Vol. 69 (2). – Pp. 365-375. DOI: 10.1109/TEM.2019.2955073.
4. Liu, Z. Management problems in global crowdsourcing. / Z. Liu, T. Sakulyeva, A. Mikheev, D. Stepanova // *Journal of Global Information Management*. – 2021. – Vol. 30 (3). – Pp. 1-15. DOI: 10.4018/JGIM.20220701.0a3.
5. Ogbe, M. Spatial crowdsourcing in natural resource revenue management. / M. Ogbe, P. Lujala // *Resources Policy*. – 2021. – Vol. 72. – No. 102082. DOI: 10.1016/j.resourpol.2021.102082.
6. Shahrour, I. Role of internet of things (IoT) and crowdsourcing in smart city projects. / I. Shahrour, X. Xie // *Smart Cities*. 2021. Vol. 4 (4). Pp. 1276-1292. DOI: 10.3390/smartcities4040068.
7. Shi, X. Solver engagement in online crowdsourcing communities: The roles of perceived interactivity, relationship quality and psychological ownership. / X. Shi, R. Evans, W. Shan // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2022. – Vol. 175. – No. 121389. DOI: 10.1016/j.techfore.2021.121389.
8. Solano-Hermosilla, G. Increasing engagement in price crowdsourcing initiatives: Using nudges in Nigeria. / G. Solano-Hermosilla, J. Barreiro-Hurle, J. B. Adewopo, C. Gorrín-González // *World Development*. – 2022. – Vol. 152. – No. 105818. DOI: 10.1016/j.worlddev.2022.105818.
9. Spaniol, M. J. Anticipated innovations for the blue economy: Crowdsourced predictions for the North Sea Region. / M. J. Spaniol, N. J. Rowland // *Marine Policy*. – 2022. – Vol. 137. – No. 104874. DOI: 10.1016/j.marpol.2021.104874.
10. Xu, H. What determines the successfulness of a crowdsourcing campaign: A study on the relationships between indicators of trustworthiness, popularity, and success. / H. Xu, Y. Wu, J. Hamari // *Journal of Business Research*. – 2022. – Vol. 139. – Pp. 484-495. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.09.032.
11. Болтенков, И. А. Краудсорсинг как механизм управления общественно-значимыми проектами / И. А. Болтенков, Н. Б. Грошева, А. А. Чанчиков // *Бизнес-образование в экономике знаний*. – 2021. – № 2(19). – С. 25-27.
12. Булатова, М. Д. Сущность, содержание и социально-экономические особенности краудсорсинга в управлении современными организациями / М. Д. Булатова // *Научные труды Центра перспективных экономических исследований*. – 2020. – № 18. – С. 85-98.
13. Булатова, М. Д. Экономико-теоретические основания формирования и виды краудсорсинга в системе менеджмента организации / М. Д. Булатова // *Электронный экономический вестник*. – 2020. – №4. – С. 42-50.
14. Бурлаков, В. В. Влияние краудсорсинга на интернет-бизнес / В. В. Бурлаков, Р. А. Мешков, О. А. Дзюрдзя // *Наука и искусство управления / Вестник Института экономики, управления и права Российского государственного гуманитарного университета*. – 2021. – № 1. – С. 69-79.
15. Бэйкер, Д. Инновация модели бизнеса через «краудсорсинг» с использованием социальных сетевых платформ / Дэн Бэйкер // *Проблемы управления в социальных системах*. – 2012. – № 6. – Т. 4. – С. 87-99.
16. Грицаенко, Г. И. Теоретико-методологические основы концепции человеческого капитала / Г. И. Грицаенко // *Вестник ДонНУ. Сер. В. Экономика и право*. – 2022. – № 2. – С. 44-54.
17. Гришина, Е. Л. Оценка перспективных направлений использования краудсорсинга в некоммерческих организациях / Е. Л. Гришина // *Журнал правовых и экономических исследований*. – 2021. – № 3. – С. 172-175. DOI: 10.26163/GIEF.2021.39.88.026.

18. Дорощеева, В. В. Современные методы финансирования деятельности инновационных предприятий / В. В. Дорощеева // Проблемы социально-экономического развития Сибири. – 2018. – № 4 (34). – С. 26-34.
19. Калинина, И. А. Использование краудфандинга, краудсорсинга и фандрайзинга для организации предпринимательских проектов / И. А. Калинина, К. С. Бармашов // Креативная экономика. – 2017. – Том 11. – № 12. – С. 1399-1408. DOI: 10.18334/ce.11.12.38621.
20. Комаров, О. Е. Перспективы развития краудсорсинга как формы диалога органов управления и общества / О. Е. Комаров, А. В. Соколов // PolitBook. – 2021. – № 1. – С. 150-176.
21. Кошелева, А. А. Современная технология краудсорсинга в социально ориентированном предпринимательстве / А. А. Кошелева // Трансформация права в информационном обществе : Материалы II Всероссийского научно-практического форума молодых учёных и студентов, Екатеринбург, 21–22 ноября 2019 года. – Екатеринбург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уральский государственный юридический университет», 2019. – С. 161-166.
22. Селиванова, С. С. Возможности использования технологии краудсорсинга в региональном управлении / С. С. Селиванова // Journal of Economy and Business. – 2019. – Vol. 12-3 (58) – Pp. 47-50.
23. Тесленко, И. Б. Краудфандинг инноваций: особенности, проблемы и перспективы развития / И. Б. Тесленко, Н. В. Абдуллаев // Инвестиционный, финансовый и управленческий анализ. – 2018. – № 4. – Т. 2. – С. 133-139.
24. ТОП-5 краудсорсинговых платформ 2022. – Текст : электронный // «Ко-Фи» (крауд-платформа для привлечения инвестиций в индустрию развлечений) : [сайт]. – 2022. – 29 сент. – URL: <https://cofi.ru/blog/top-5-kraudsorsingovux-platform-2022> (дата обращения: 22.11.2022).
25. Хау, Дж. Краудсорсинг. Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Дж. Хау; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.

Поступила в редакцию 16.06.2022 г.

CROWDSOURCING AS AN INNOVATIVE TECHNOLOGY FOR USING HUMAN CAPITAL

H. I. Hrytsaienko

The main theoretical and methodological approaches to the interpretation of the essence of the concept of "crowdsourcing" are summarized and its author's definition is outlined. The forms of crowdsourcing are studied and its classification is proposed. The causal relationships between crowdsourcing, human capital and inclusive economy are considered. A common form of crowdsourcing is crowdfunding, the in-depth study of which is most promising for the development of social entrepreneurship.

Keywords: crowdsourcing; human capital; inclusive economy; digital economy, social capital; intellectual capital.

Грицаенко Галина Ивановна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики
ГОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», г. Мелитополь
gritsaenkogi@gmail.com
+7-990-033-67-84

Hrytsaienko Halyna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Economics
Melitopol State University, city Melitopol

УДК 338.242

**УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ РАЦИОНАЛЬНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ ПРИНЯТИЯ
РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ**

© 2022. И. В. Гришина

В статье проведено исследование содержания и условий эффективного применения основных типов управленческой рациональности, представлен вариационный спектр моделей принятия решений, в рамках которого определены модели субъектного принятия решений в условиях неопределенности. Обоснована ситуативная необходимость использования эвристик и представлена дескриптивная модель ситуационного выбора стратегии принятия решений.

Ключевые слова: управленческая рациональность, принятие решений, неопределенность, эвристики.

Постановка проблемы. Проблема использования различных теорий на практике выходит далеко за пределы дисциплин управленческого дискурса. Теоретическая надстройка менеджмента, как способ систематизации, понимания, алгоритмов действия в контексте различных управленческих ситуаций – это попытка построить универсальную карту имеющей специфическую природу осваиваемой управленческой реальности, динамичное развитие которой обуславливается множеством свойств – интенсивное изменение управленческого ландшафта, трансформация базовой аксиологии, перманентное обогащение менеджмента открытиями из других сфер знания (когнитивные науки, инженерия, социология, психология и др.) и другое. Зачастую репрезентуемые в менеджменте конструкты, в соответствии с которыми строятся представления субъекта практики, вырваны из специфического контекста, в котором их пытаются применять. Сложность здесь даже не в том, что субъект управления использует имеющееся знание без должного критического осмысления и адаптации к рассматриваемому управленческому ландшафту, а в том, что зачастую переменные в моделях представляются как равнозначные и это искажает картину управленческой реальности.

Актуальность темы исследования. Важно отметить, что зрелость когнитивной модели мира субъекта управления фиксируется через опыт принятия решений в условиях неопределённости, отчетливо маркирующий его способность к использованию различных стратегий разрешения проблем – управленческая рациональность. Эта закономерность хорошо различима при наблюдении за начинающими и опытными руководителями в процессе принятия решений в условиях неопределенности. Нужно понимать ситуативные преимущества типов управленческой рациональности для принятия эффективных управленческих решений, что, в свою очередь, обуславливает актуальность исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы принятия решений в условиях неопределенности нашли отражение в трудах нобелевских лауреатов, среди которых: Дж. Акерлоф, М. Алле, Г. Беккер, Г. Саймон, В. Смит, Д. Канеман, Р. Талер, А. Тверски, Р. Шиллер. Их дополняют и конкретизируют исследования, ориентированные на учет социально-психологических аспектов выбора и принятия решений, которые представлены трудами: Д. Ариели, Г. Гигеренцера, М. Гладюэла, П. Глимчера, Д. Кенрика, В. Ключарева, Ю. Козелецкого.

Выделение нерешенной проблемы. Несмотря на существование значительного количества исследований в сфере детерминации экономического поведения и принятия решений, тем не менее, содержательное наполнение такой основополагающей в этих аспектах категории, как «управленческая рациональность», по-прежнему нуждается в дальнейших исследованиях и уточнении.

Целью статьи является содержательное и функциональное наполнение концепта «управленческая рациональность» в контексте принятия решений в условиях неопределённости.

Результаты исследования. На метарефлексивном уровне концепт «управленческой рациональности» может быть рассмотрен с позиции соответствия знания (познания) субъекта управления некоторым принципам мышления. Эпистемология различает три типа научной рациональности, каждому из которых соответствует свой стиль мышления, типы изучаемых систем, модели, методы и так далее, которые считаются в границах каждого типа рациональными (классический, неклассический, постнеклассический [10]). Менеджмент в научной фазе своего развития эволюционировал от классической управленческой рациональности с ориентацией разрабатываемого инструментария на идеального «административного человека» [8] до постнеклассического, который принимает активность управляемого субъекта в попытке создать действенный инструментарий. Сопоставление классической и постнеклассической управленческой рациональности (табл. 1) позволяет приближенно достигнуть того уровня различения, который постулирует переход и принятие современными управленческими концепциями возрастающей сложности и неопределенности управленческого контекста.

Таблица 1

Сравнительная характеристика классической и постнеклассической управленческой рациональности

Критерий	Классическая управленческая рациональность	Постнеклассическая управленческая рациональность
Отношение к субъекту	Ориентация на абстрактного (обобщенного) субъекта	Ориентация на конкретного субъекта (полисубъекта)
Роль субъекта	Принятие запрограммированных управленческих решений	Принятие незапрограммированных управленческих решений
Управленческие ситуации	Телеологический подход (ориентация на стандартные ситуации)	Проблемный подход (ориентация на нестандартные ситуации)
Основные методы	Нормативные модели, количественный анализ	Поведенческие модели, качественный анализ
Базовые знания	Предметные	Процедурные
Рефлексивные процессы	Навязывание представлений и блокировка рефлексивных структур сознания управляемого субъекта	Актуализация и поддержка рефлексивных структур сознания управляемого субъекта
Подготовка субъектов к деятельности	Формирование функциональных компетенций на основе ригидных инструкций и технологий деятельности	Формирование базовых трансфункциональных компетенций на основе организационных ценностей
Цикл познания	PDCA	OODA
Восприятие концептов «риск» и «неопределенность»	Риск = неопределенность	Риск ≠ неопределенность
Когнитивная опора	Информированность, логика, обоснование, расчет	Коллаборация, знания, опыт, эвристика

Как видно из таблицы, сложности и неопределённости внешней среды постнеклассический менеджмент пытается противопоставить коллаборацию, знания,

опыт и эвристики, чтобы сохранить управляемость организационных систем. Вписать указанные концепты, даже в теоретический нарратив менеджмента, не нарушив его стройных нормативных положений является маловероятной задачей. В указанном контексте концепт «неопределённость» становится центральной категорией современного управления, что требует экспансии содержательного наполнения концепта «управленческая рациональность» через апелляцию к поведенческой парадигме, как средоточию описаний реального поведения человека в различных ситуациях и его когнитивных возможностей в современных реалиях.

Наиболее удобной типологизацией неопределенности является подход М. Коливана [13], в соответствии с которым он выделяет два типа неопределенности – типы А и Б. Неопределенность типа А предполагает существование познаваемой и объективной истины. Уменьшение неопределенности этого типа требует сбора дополнительной информации – условно ее можно именовать познаваемая неопределенность. В случае неопределенности типа Б, сбор дополнительной информации не влияет на ее уменьшение – непознаваемая неопределенность. Неопределенность типа Б преодолевается после совершения некоторого события и выделения переменных, оказывающих ключевое влияние на ход событий. Управленческая деятельность является примером сочетания в различных пропорциях познаваемой и непознаваемой неопределенности, что требует расширения схемы классической управленческой рациональности за счет использования подходов поведенческой парадигмы, которые синхронизированы со спецификой решаемых управленческих проблем.

Широта интерпретационного спектра трактовок концепта «рациональность» может быть заключена между такими крайними, в своей семантике и коннотациях, категориями, как «интеллект» и «инструментальная рациональность», предъявляющих, соответственно, умерено-поведенческие и оптимистично-нормативные требования к когнитивным способностям субъекта управления. Семантическая демаркация концептосферы понятия «рациональность» может быть представлена его коннотацией с указанными понятиями. В соответствии с первым подходом – это образ действий и мыслей, реализуемый в границах определяющего его сознания, постоянно подстраивающийся под изменяющийся ландшафт окружающего мира для более результативной адаптации к происходящим изменениям. В данном контексте «рациональность» созвучна «интеллекту» и соответствует биологическим трактовкам процесса познания, представленным в концепции У. Матураны и Ф. Варелы, согласно которой: «Живые системы являются когнитивными системами, а процесс жизни является процессом познания» [6, с. 12]. Однако, К. Станович производит разделение между интеллектом и рациональностью, закрепляя за первым техническую способность использовать имеющиеся убеждения в определенных ситуациях, как способность концентрированно фокусироваться на решении конкретной задачи. По его мнению «рациональность – это способность субъекта создавать новые убеждения и критически осмысливать имеющиеся в ситуациях неопределённости» [17].

Второй подход к интерпретации понятия «рациональность» определяет указанный концепт, как совокупность критериев, в соответствии с которыми оценивается когнитивная сложность принимаемых решений. Под когнитивной сложностью здесь понимается способность субъекта совершать выбор из пространства альтернатив, базирующийся на учете следующих факторов [2]: а) релевантном учёте текущего состояния; б) прогнозировании последствий выбора; в) если последствия относятся к категории незапрограммированных (у субъекта нет релевантных

паттернов), то разрабатывается мультисценарный прогноз и оценивается вероятность наступления каждого из идентифицированных сценариев; г) окончательный выбор осуществляется на основе оптимизации вероятности наступления определенных последствий и величины получаемой выгоды.

Несложно заметить, что, выступая в качестве средства достижения цели, рациональность является инструментальной. Таким образом, если субъект использует наилучшие средства для достижения цели, то его действие инструментально рационально. В связи с этим У. Хендс приводит характерную цитату М. Фридмана, вскрывающую последовательность действий, которая обуславливает инструментально рациональное поведение человека: «Инструментальная рациональность касается нашей способности эффективно взвешивать или соотносить цели и средства, чтобы максимизировать шансы на успех в достижении заранее заданных целей. Сначала задается необходимость достижения некоторой цели, а затем совершаются попытки достичь желательного положения вещей наиболее эффективным путем, который допускается внешней средой» [11, с. 63]. Из этого следует, что осуществлять рациональный выбор означает одновременно и обладать рациональными целями/предпочтениями, и выбирать рационально на основании этих целей/предпочтений.

Однако, рассматривая интерпретационный спектр понятия рациональность от его нормативной трактовки, характерной для определенных ситуаций и условий познаваемой неопределенности (тип А), до его поведенческих формулировок, ориентированных на ситуации, характеризующиеся неопределенностью, можно заметить, что по мере объективного сокращения имеющейся информации лицо принимающее решение может апеллировать к поведенческим моделям ограниченной рациональности и эвристикам (рис. 1).



Рис. 1. Вариационный спектр моделей принятия решения

В этой связи возникает необходимость фиксации отношения теории и практики менеджмента к использованию субъектом управления эвристических суждений в ситуациях неопределенности. По мере накопления управленческого опыта происходит

апробация и селекция множества конструкторов, комбинируемых и используемых в разнообразных управленческих ситуациях и применяемых субъектом управления автоматически. Подобное наращивание управленческой интуиции, по-видимому, зиждется на накоплении позитивных и негативных поведенческих реакций в ответ на нелинейность и неопределенность возникающих управленческих ситуаций. Эффективность понимания субъектом новой проблемной ситуации зависит от ее сложности и неопределенности. В указанном контексте сложность является субъективной характеристикой, отражающей степень представленности ситуационных переменных в опыте субъекта. Неопределенность является объективной характеристикой, отражающей отсутствие или неполноту информации. В случаях неопределенности в качестве моделей субъектного принятия решений могут использоваться модели ограниченной рациональности Г. Саймона [7] и эвристических суждений и предвзятости Д. Канемана и А. Тверски [4; 5], вскрывающие реальное поведение субъекта в процессе принятия решений в условиях неопределенности.

С точки зрения модели ограниченной рациональности процесс принятия решения может быть описан следующим образом:

1. При выборе и обосновании альтернатив субъект стремится к субъективной приемлемости, а не к объективной оптимальности, в силу ограниченности знаний и опыта, а также обусловленности данного выбора – индивидуальными управленческими практиками.

2. Субъект конструирует образ решения без предварительного выявления всех возможных альтернатив, из-за их недоступности для него и ориентации на удовлетворение некоторым критериям, а не на получение максимальных результатов. В процессе конструирования решения, окончательный проект появляется раньше, чем «в ходе поиска выявляются все возможные альтернативы» [7, с. 30].

3. Конструирование происходит на основании относительно простых эмпирических правил, обусловленных выработанными когнитивными приемами или привычками, исключая системную оптимизацию совершаемого выбора.

Таким образом, классическим менеджментом модель ограниченной рациональности воспринимается как закономерное поведенческое упрощение субъекта управления, отклоняющееся от канонов классической управленческой рациональности – модели «как надо». Однако в ситуациях неопределенности, когда полнота необходимой информации является недостижимой опцией, а возможность выработки всего перечня возможных альтернатив решения лимитировано временем, использование эвристических моделей может являться действенной и, порой, единственно возможной.

В соответствии с моделью эвристических суждений и предвзятости, субъекты полагаются, прежде всего, на эвристику (упрощающие стратегии или практический опыт), которые уменьшают информационные потребности субъекта и помогают [4]: обобщить прошлый опыт и использовать простой метод оценки и прогнозирования принимаемого решения; заменить системный аналитический поиск и обработку информации простым, основанным на опыте подходом; значительно снизить активность когнитивных процессов.

В социальной психологии выделяют следующие условия, которые подменяют рациональную схему принятия решения эвристической, а именно: ограниченность временного ресурса; информационная перегрузка; ситуации неопределенности [1]. Поведенческая экономика, ставящая целью исследовать реальные механизмы принятия решений, маркирует эвристический подход, как источник поведенческих дисфункций

(когнитивные искажения, ошибки мышления и т.д.), закрепляя эту схему, как не соответствующую условиям VUCA-мира (акроним английских слов volatility (нестабильность), uncertainty (неопределенность), complexity (сложность) и ambiguity (неоднозначность)). Авторская попытка совершить рефрейминг эвристик в условиях управленческой неопределённости позволяет закрепить за ними принципиально иное содержание, которое вызывает и закономерное уточнение актуальной трактовки концепта «управленческая рациональность».

Эвристики – это простые стратегии принятия решений, нивелирующие процесс сбора всей доступной информации для быстрого разрешения проблемы. В когнитивном плане этот тип рассуждений является эволюционно предустановленной и естественной формой размышлений. Однако, традиционно в научной литературе эвристики принято относить к упрощенной форме когнитивного поведения, являющегося источником ошибок и неточностей [18]. Противоположных взглядов на эвристику придерживается Г. Гигеренцер, инициировавший исследовательскую программу «простых эвристик» и рассматривающий их как полезный инструмент для принятия решений в условиях неопределённости [15]. Согласно устоявшемуся постулату классической управленческой рациональности, что более высокие когнитивные усилия приводят к более совершенным решениям, программа Г. Гигеренцера постоянно опровергает это утверждение. На обширном эмпирическом материале автор демонстрирует, что в условиях сложности и неопределённости стратегии простых эвристик являются более точными в предсказаниях, чем сложные математические модели [3].

Иллюзия определенности, насаждаемая классическим менеджментом, возводит каркас управленческой рациональности на фундаменте логики и расчетов, подкреплённых тотальной информированностью. Укорененность этого устремления в менеджменте восходит к нормативной парадигме инженерных и естественных наук. Однако подобные трактовки управленческой рациональности являются зачастую лишь идеальными концептами или имеют ограниченную применимость в реальных управленческих ситуациях. Кроме этого, отождествление рисков и неопределённости создаёт искажающий буфер – прослойку – в виде математических моделей между субъектом управления и управленческой реальностью, что полностью или частично блокирует естественную возможность апелляции управленцев к эвристическим способам преодоления неопределённости. Нагромождение информации и внедрение информационных систем в практику организаций приводит лишь к неоправданному усложнению управленческих решений и усугублению существующих проблем.

VUCA-мир требует поиска иных контуров управленческой рациональности, где когнитивный потенциал субъекта управления является главенствующим в условиях нарастающей сложности и неопределённости. Демаркационная линия между классическими и постнеклассическими воззрениями на управленческую рациональность проходит, среди прочего, через разграничение концептов «неопределённость» и «риск» (см. табл. 1), что обуславливает трансформацию когнитивных правил принятия решений в условиях неопределённости, смещая внимание на территорию поведенческой парадигмы. Классическая управленческая рациональность, действующая в рамках нормативной парадигмы, утверждает, что всеобъемлющая информированность, логика и расчёты являются фундаментом качественных управленческих решений, однако это справедливо лишь для управленческих ситуаций с известными рисками (неопределенность типа А), которые в управленческой практике занимают меньшее пространство по сравнению с неизвестными рисками или неопределённостью типа Б. Постнеклассическая

управленческая рациональность, находящаяся в поведенческой парадигме, склоняется к выработке простых правил и игнорированию части информации, что в условиях неопределённости позволяет принимать лучшие решения. В этом аспекте Г. Гигиренцер резюмирует: «1) Наилучшее решение в условиях риска не будет наилучшим решением в условиях неопределенности; 2) В неопределенном мире простые практические правила могут обеспечить лучшие решения, чем сложные расчеты; 3) Сложные проблемы не всегда требуют сложных решений» [3].

Предпримем попытку обосновать эти утверждения на эмпирическом материале через экспликацию авторских наблюдений за процессом принятия управленческих решений начинающими и опытными менеджерами. На протяжении четырех лет автором собиралась статистика выбора альтернатив по решению кейса «Трудное решение» студенческой аудиторией, которая обучается на управленческих специальностях, и слушателями программы переподготовки управленческих кадров для сферы предпринимательства – практикующими менеджерами среднего и высшего звена. Кейс основан на реальной управленческой ситуации (эффективно разрешившейся на практике) и содержит в себе аффективные триггеры в виде потери юридической самостоятельности предприятия «Х» при слиянии с более успешной организацией «У», которая, со своей стороны, берет на себя обязательства погасить имеющиеся задолженности и инвестировать средства в развитие предприятия «Х». Кейс содержит описательную часть (4 страницы) и приложения в виде статистической информации (12 страниц), в которых детально раскрываются причины, обусловившие сложившуюся на предприятии «Х» ситуацию. Среди практикующих руководителей 92% соглашались на условия организации «У», жертвуя юридической самостоятельностью ради продления жизненного цикла предприятия «Х». А среди студентов управленческих специальностей наблюдается противоположная тенденция – 87% выбирают альтернативу самостоятельного развития или радикальную корректировку первоначальных условий слияния, которые были сформулированы предприятием «У». При этом студенты и практикующие менеджеры за одними и теми же концептами видят разные причинно-следственные связи и конечные результаты. Студенты гипероптимистично оценивают возможность сохранения юридической самостоятельности, а руководители, на основании управленческой интуиции и опыта, предугадывают последствия от альтернативы самостоятельного развития, которая в их информационной модели мира предсказуемо заканчивается банкротством предприятия «Х». Не безынтересным представляется и анализ параметра времени, затрачиваемого на выполнение учебного кейса. Студенты в подавляющем большинстве случаев (87%) выходили за пределы временных ограничений для решения кейса – 40 минут, практикующие руководители в 70% случаев заканчивали анализ кейса и его обсуждение в пределах 20-ти минут.

Сопоставим результаты проведенного наблюдения с релевантными исследованиями в сфере когнитивной психологии. В. Чейз и Г. Саймон исследовали процесс принятия решений в разрезе реакций профессиональных шахматистов и любителей на сложные комбинации шахматных фигур на доске, с целью выявления когнитивных различий между двумя этими категориями игроков [12]. Вопреки интуитивной уверенности, что различия между двумя этими категориями шахматистов заключаются в различной способности просчитывать наперёд – это не было подтверждено результатами исследований А. де Грота, которые выявили сопоставимое между профессионалами и любителями количество просчитываемых наперёд шагов [14]. Различие заключается в том, что профессиональному игроку достаточно одного

взгляда на стимульную ситуацию для того, чтобы воспроизвести значимый игровой паттерн. Это же действие для любителя являлось непосильной задачей. Трактовку этому наблюдению можно дать с помощью теории прототипов [9]. Субъект управления сравнивает переменные управленческой ситуации с хранящимися в его памяти абстрактными моделями. В свою очередь, анализируемая управленческая ситуация насыщена различными переменными, которые сами по себе ничего не значат и лишь их сборка в значимую констелляцию, сопоставимую с известным субъекту управления паттерном, предоставляет ему возможность быстро принимать эффективные решения. Иными словами, множество переменных должно быть организовано в некую смыслообазующую комбинацию, элементы которой, благодаря своим связям, образуют значимый паттерн.

Именно отсутствием возможности у начинающих руководителей связывать различные переменные в значимые паттерны и активизируется иррациональная предрасположенность влиянию различных когнитивных дисфункций. В рассматриваемом нами кейсе – боязнь потерь [4]. Объяснительным предположением для рассматриваемой ситуации является отсутствие в информационной модели мира студента или начинающего руководителя связей между предъявляемыми переменными, что приводит к рационализации и обуславливает фокусированное восприятие отдельных частей исследуемой ситуации и, как следствие, утрату целостного видения.

Кроме этого, невозможность произвести констелляцию управленческих переменных приводит начинающих менеджеров ещё к одной управленческой аномалии – склонность к разработке сложных поведенческих стратегий в условиях неопределённости, которые лишь усугубляют управленческую ситуацию.

Анализ процесса принятия решений начинающими и практикующими управленцами, а также поиск объяснительных аналогий в сфере когнитивной психологии позволяет утверждать, что блокировка в классическом управленческом дискурсе использования эвристик в процессе принятия решений в условиях неопределённости, связано с детерминистическими тенденциями в науке и доминированием нормативной концепции управленческой рациональности, что фиксирует использование технических принципов оценки эффективности решений. Экспансия в менеджменте понимания человеческого мышления, которая происходит за счёт учета достижений таких наук, как когнитивная психология и поведенческая экономика, приводит к перезагрузке восприятия способов принятия решений в условиях неопределённости, легитимизуя поведенческий подход и трансформируя концепт «управленческая рациональность», в соответствии с которым концепт постнеклассической управленческой рациональности опирается на концепцию Г. Саймона «Ножницы» [16], суть которой заключается в том, что рациональность лимитирована не только когнитивными ограничениями субъекта, но и параметрами среды (неопределённость, сложность и т.д.). Исходя из сказанного, постнеклассическая управленческая рациональность – это способность субъекта управления совершать релевантный выбор стратегии принятия решения в зависимости от ситуационного контекста (рис. 2).

Выводы. Таким образом, прочерченная демаркационная линия между риском и неопределённостью в контексте управленческих решений, позволяет утверждать, что теория вероятности существенно ограничена в применении к ситуационному контексту, характеризующемуся неопределённостью типа Б.

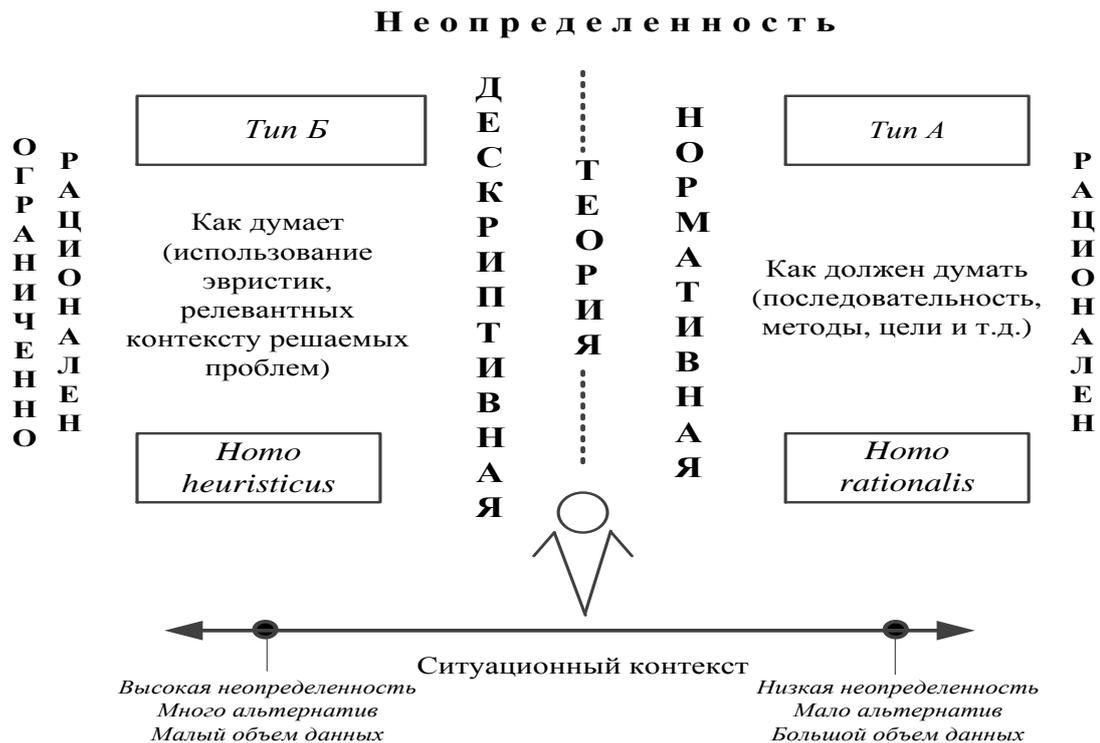


Рис. 2. Выбор стратегии принятия решений в зависимости от ситуационного контекста

Переформатирование отношения к эвристическому подходу позволяет рассматривать быстрые и экономичные эвристики как надежные стратегии, работающие в условиях неопределенности указанного типа. Как показано в публикации, ситуации неопределенности для успешного принятия решений требуют применения экспертных знаний, но толерантны к отсутствию полной информации. В VUCA мире, где следствие становится известным ранее, чем вызвавшая его причина, для субъекта управления становится критически важным ориентировать собственные бессознательные процессы на решение управленческих проблем. Новое прочтение управленческой рациональности в его постнеклассической трактовке требует синтеза рациональных и эвристических моделей принятия решений и их целенаправленного использования в зависимости от параметров ситуационного контекста.

В дальнейших исследованиях планируется провести синхронизацию выявленных и исследованных в научной литературе эвристик со специфичными управленческими контекстами, в которых их использование является релевантным решаемым управленческим задачам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аронсон, Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление / Э. Аронсон, Э. Р. Пратканис. – Пер. с англ. – СПб.: Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.
2. Безгин, К. С. Управление процессом создания ценности на предприятии: полисубъектность и коллаборация : монография / К. С. Безгин – Харьков: «НТМТ», 2015. – 288 с.
3. Гигиренцер, Г. Понимать риски. Как выбирать правильный курс / Г. Гигиренцер – М.: КоЛибри, 2015. – 352 с.
4. Канеман, Д. Принятие решений в неопределенности : Правила и предубеждения / Д. Канеман, П. Словик, А. Тверски. Пер. с англ. – Харьков : Гуманитарный центр, 2005. – 632 с.

5. Канеман, Д. Думай медленно... Решай быстро / Д. Канеман. Пер. с англ. – М.: АСТ, 2013. – 625 с.
6. Матурана, У. Дерево познания: биологические корни человеческого понимания / У. Матурана, Ф. Варела. Пер. с англ. Ю. Данилова. – М.: Прогресс-Традиция, 2001. – 223 с.
7. Саймон, Г. Рациональность как процесс и продукт мышления / Г. Саймон. Пер. с англ. К. Б. Козловой, М. А. Бланко // TESIS. – 1993. – № 3. – С. 16-38.
8. Саймон, Г. Менеджмент в организациях / Г. Саймон. Пер. с англ. – М.: Экономика, 1995. – 338 с.
9. Солсо, Р. Когнитивная психология / Р. Солсо. Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2006. – 589 с.
10. Степин, В. С. Классика, неклассика, постнеклассика : критерии различения / В. С. Степин // Постнеклассика : философия, наука, культура. – СПб. : Издательский дом «Мирь», 2009. – С. 249-295.
11. Хэндс, У. Нормативная теория рационального выбора: прошлое, настоящее и будущее / У. Хэндс // Вопросы экономики. – 2012. – №10. – С. 52-75.
12. Chase, W. G. Perception in chess / W. G. Chase, H. A. Simon // Cognitive Psychology. – 1973. – 4(1). – P. 55–81.
13. Colyvan, M. Is probability the only coherent approach to uncertainty? / M. Colyvan // Risk Analysis, 2008. – Vol. 28. – P. 645–652.
14. Groot, de A.D. Thought and choice in chess / A. D. de Groot – New York: Mouton Publishers. – 1978. – 464 p.
15. Mausavi, S. Risk, uncertainty, and heuristics / S. Mausavi, G. Gigerenzer // Journal of Business Research, 2014. – №67. – P. 1671-1678.
16. Simon, H. A. Invariants of human behavior / H. A. Simon // Annual Reviews. Psychology, 1990. – № 41. – P. 1–19.
17. Stanovich, K. E. Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? / K. E. Stanovich, R. F. West // Behavioral and Brain Sciences, 2000. – № 5. – P. 645-726.
18. Tversky, A. Judgment under uncertainty: heuristics and biases / A. Tversky, D. Kahneman // Science, 1974. – Vol. 185 – P. 1124–1131.

Поступила в редакцию 17.06.2022 г.

MANAGEMENT RATIONALITY IN THE CONTEXT OF DECISION-MAKING UNDER UNCERTAINTY

I. V. Gryshyna

The article studies the content and conditions for the effective application of the main types of managerial rationality, presents a variational spectrum of decision-making models, within which models of subjective decision-making under uncertainty are defined. The situational necessity of using heuristics is substantiated and a descriptive model of the situational choice of a decision-making strategy is presented.

Key words: managerial rationality, decision making, uncertainty, heuristics.

Гришина Ирина Викторовна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
i.hryshyna@donnu.ru
+7-949-413-64-32

Gryshyna Iryna

Candidate of economic sciences, PhD, Associate Professor of the Department of Management
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 330. 336.02

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ НАЛОГОВОГО МЕХАНИЗМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И РАЗВИТИЯ

© 2022. Л. И. Дмитриченко, В. В. Тарков

В статье определена сущностная основа хозяйственного механизма и его элементов. Выделен налоговый механизм в качестве экономического института формирования стимулирующей экономической политики государства, направленной на обеспечение экономического роста и развития страны. Дана характеристика и выделены основные элементы налогового механизма развития Донецкой Народной Республики и Российской Федерации. Сделан акцент на институциональных факторах развития налогового механизма.

Ключевые слова: налог, налоговый механизм, стимулирующая экономическая политика государства, экономический институт, экономический рост и развитие.

Постановка проблемы. Функционирование любого хозяйственного механизма невозможно без развития налоговых механизмов обеспечения финансовой стабильности и позитивных процессов динамики экономической системы. Данная концепция является основой экономического роста и развития, при этом её реализация крайне затруднительна без формирования соответствующих институтов, отвечающих за обоснование и разработку новых моделей экономической активности. Одним из таких институтов является налоговый механизм, который должен активно использоваться, поскольку его внутренняя составляющая, которая отвечает за наполнение бюджета государства и на такой основе обуславливает его экономический рост и развитие. Последнее составляет стратегическую цель экономической политики.

Актуальность исследования. В качестве макроэкономического инструмента реализации государственной политики и обеспечения реализации экономических функций государства налоговый механизм раскрыт достаточно полно. Активно исследуется экономическая политика государства в целом и налоговая политика как её составляющая, обеспечивающая собираемость налогов и сборов. Обоснованы механизмы стимулирования и надзора по наполнению бюджета. Однако остаются не раскрытыми вопросы институциональных особенностей налогового механизма, которые формируются в качестве правил и норм с целью обеспечения стимулирования экономического роста и развития.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию проблем реформирования налоговой системы, становления налоговых систем и различных аспектов финансовой политики государства, в частности – налоговой политики, посвящены работы В.Арсеньевой, С.Алехина, Л.Барановой, Н.Думановой, Ю.Лысенко, Т.Меркуловой, Т.Савельевой, А.Соколовской, Т.Юткиной и других авторов.

Однако проблема формирования и обоснования институциональной методологии реализации эффективного налогового механизма, направленного на комплексный анализ и оценку влияния системы налогообложения на эффективность экономики, обеспечение и стимулирование экономического роста в этих работах еще не получила решения, которое бы обеспечило успех в современных условиях нестабильности экономики.

Выделение нерешённой проблемы. Несмотря на многообразие точек зрения по вопросу налоговой политики государства и налогового механизма реализации

стратегии экономического роста и развития, в экономической литературе недостаточно внимания уделяется обоснованию институциональных основ стимулирующего налогового механизма активизации экономического роста и развития.

Целью исследования является теоретическое обоснование институциональных основ налогового механизма формирования современной политики стимулирования экономического развития государства.

Результаты исследования. Налоговый механизм играет определяющую роль в наполнении доходной части бюджета государства. Именно благодаря этому механизму можно реально использовать налоги как фискальный инструмент и экономический стимул, обеспечивать эффективное функционирование бюджетного, финансового и хозяйственного механизма в обществе, а также институциональное развитие системы управления налоговым процессом. Дальнейшее изучение налогового механизма даёт возможность сформировать его оптимальную модель, практическая реализация которой обеспечит эффективное, слаженное функционирование всех составляющих и будет способствовать ускорению темпов социально-экономического развития страны.

Увеличение интереса к развитию налоговой системы, её институциональным особенностям, определяет важность исследования налогового механизма регулирования экономики. Налоговое регулирование – сложный и многомерный процесс, сложная система отношений государства и хозяйствующих субъектов. Эти отношения реализуются посредством налогового механизма.

Понятие «механизм» [от греческого μηχανήματα (mechanism) – приспособление] употребляется в нескольких значениях: 1) устройство, которое передаёт или преобразует движение между различными звеньями машин; 2) внутреннее устройство, система; 3) *в переносном смысле слова* – последовательность состояний или процессов всяких явлений [1, с. 637].

В теории и практике налогообложения существует большое количество подходов к теоретическому определению понятия «налоговый механизм», что обуславливает неоднозначность его трактовки.

Налоговый механизм, как важную составляющую хозяйственного, финансового и бюджетного механизма, целесообразно рассматривать в широком и узком смысле. Характеризуя налоговый механизм в широком смысле слова, мы понимаем его как совокупность приёмов и методов, с помощью которых государство, используя налоги, влияет на развитие экономики, социальной сферы, регулирует пропорции распределения и перераспределения ВВП. Понимание этого механизма в узком смысле слова заключается в том, что именно с помощью его составляющих обеспечивается функционирование налоговой системы. Центральным элементом, основным рычагом налогового механизма в широком и узком понимании являются налоги. В природе и сущности налогов заложена их способность регулировать социально-экономические процессы в системе распределения и перераспределения ВВП и обеспечивать поступление части ВВП в бюджет. Поэтому финансовая наука, исследуя налоговый механизм, опирается на сущность налогов, системы налогообложения, налоговой системы и особенности их функционирования в обществе. В этой связи важно выделить взаимосвязь хозяйственного, бюджетного, финансового и налогового механизмов, как институциональных элементов механизма реализации государственной экономической политики (табл. 1).

Таблица 1

Взаимосвязь хозяйственного, финансового, налогового и бюджетного механизмов [2, с. 97-99]

Механизм	Объект	Цель, стоящая перед управляющим субъектом	Субъект (формальные институты)
Хозяйственный	Система хозяйства	Формирование качественной хозяйственной системы	1. Законодательная власть. 2. Исполнительная власть.
Финансовый	Система финансов	Формирование качественной финансовой системы	1. Законодательная власть. 2. Из исполнительной власти: финансовые органы
Налоговый	Система налогов	Формирование качественной налоговой системы	1. Законодательная власть. 2. Из финансовых органов исполнительной власти – органы, занимающиеся налоговыми вопросами (налоговые и таможенные органы, др.)
Бюджетный	Система бюджета	Формирование качественной бюджетной системы	1. Законодательная власть. 2. Исполнительная власть и другие финансово-экономические органы.

Понятие «хозяйственный механизм» появилось достаточно давно. Ещё К. Маркс в работе «Капитал» описывал сущность хозяйственного механизма при капитализме. При этом в зарубежной литературе данный термин до сих пор используется редко. Экономическая категория «хозяйственный механизм» получила распространение с середины 70-х годов XX века, когда впервые этот термин появился в правительственных документах. После этого данная категория стала объектом научного исследования многими учёными.

Финансы – часть экономических отношений, поэтому финансовый механизм рассматривается как часть хозяйственного механизма. С нашей точки зрения, достаточно точное определение понятия «финансовый механизм» даёт В. Иваницкий. Он считает, что финансовый механизм – это «конкретная и формально определенная деятельность государства по использованию, а также аллокации финансов на уровне экономической категории в хозяйственной системе общества» [3, с. 60].

Рассматривая финансовый механизм, многие ученые редко применяли понятие «налоговый механизм» и ещё реже описывали его. Поэтому многие экономисты используют данный термин без пояснения, либо формулируют свою точку зрения на данную категорию. Первых – достаточно много.

Подводя итог дискуссий на сущность хозяйственного, финансового, бюджетного и налогового механизмов, важно отметить следующее:

1. Любой механизм представляется как набор инструментариев влияния субъекта на объект.

2. Механизм управления, в том числе финансовый и налоговый механизмы, представляет собой совокупность методов и способов обеспечения жизнедеятельности системы.

Система налогов – это система компонентов, т.е. система, которая объединяет и распределяет действующие налоги в определенные группы. В свою очередь, *налоговая система* – это совокупность экономических институтов (системы налогов, органов, осуществляющих реализацию системы налогов и механизма), которые включают в себя

принципы, инструменты, методы, позволяющие реализовать функционирование данной системы.

В вопросе трактовки категорий «система финансов» и «финансовая система» в научных кругах ведутся дискуссии. Подчеркнём, что по данному вопросу отсутствует единый подход.

Под *системой финансов* мы понимаем систему институтов, объединённых организационными элементами и опосредующих финансовые отношения (бюджетные, внебюджетные и т.д.), в процессе которых (отношений) формируются и используются денежные фонды. Под *финансовой системой* (на уровне абстракции) мы понимаем совокупность институциональных элементов, органов и механизмов, при помощи которых финансовая система функционирует. Элементы финансовой системы обусловлены экономической структурой общества, источниками и способами формирования финансовых ресурсов, направлениями и целями их использования.

Несмотря на многообразие целевых ориентиров, стратегическая цель, стоящая перед субъектом управления, одна: это построение эффективной модели управления общественными отношениями. В этой связи общими будут инструменты и методы хозяйственного, финансового, налогового и бюджетного механизмов. Это инструменты и методы управления.

На сегодняшнем этапе изучение налогового механизма и его аспектов, особенно институциональных, недостаточно. И если формы и элементы ещё прорабатываются, то вопрос методов полностью отодвинут на второй план. Принято считать, что данный контекст сам по себе сформируется в процессе исследований.

Поэтому было важно рассмотреть сущность механизма как набор принципов, приемов и методов реализации системы по отношению к системе хозяйства, системе финансов и системе налогов в зависимости от а) объекта управления; б) управляющего субъекта; в) цели, стоящей перед управляющим субъектом.

Анализ экономической литературы даёт основание для вывода: в таком же переносном значении понятие «механизм» употребляют для описания и анализа экономических процессов и явлений. При этом авторы по-разному трактуют это понятие, и до сих пор среди ученых нет единой точки зрения по поводу его определения и внутреннего строения.

Т. Юткина доказывает двойственный характер налогового механизма. В своих исследованиях она даёт следующие определения:

–это категориальное образование, в определенной степени обобщенное, которое даёт представление о целях и задачах налоговых действий с ориентацией на принципы заранее продуктивного функционирования;

–сборник общих правовых норм и специальных налоговых законодательных правил, регламентирующих процесс налогообложения конкретного государства в определенный период [4, с. 26].

В отличие от Т. Юткиной, академик Н. Кучерявенко, эксперт в сфере налогообложения, отмечает большую значимость элементов налогового механизма и отождествляет его с понятием «система налогообложения». С точки зрения учёного, налоговый механизм состоит из определенных элементов [5, с. 90-91].

Такие элементы делятся на две группы. К первой группе относятся, так называемые *основные элементы* – существенные характеристики налога, без которых невозможно представить соответствующий налоговый механизм: налогоплательщик, объект налогообложения, ставка налога. Следующая группа элементов, *дополнительные* – это необходимые характеристики налога, раскрывающие специфику

конкретного налогового механизма и его использования: льготы по налогообложению; особенности исчисления объекта; бюджет или фонд, куда поступают налоговые платежи; сроки и периодичность перечисления налогов и т.д. [6, с. 26].

С. Барулин считает, что «налоговый механизм представляется как свод закрепленных принципами налогового права элементов, методов и инструментов государственного налогового планирования, организации исполнения налоговых бюджетов, государственного налогового регулирования и налогового контроля, реализуемую в аспекте принятой концепции, стратегии и тактики государственной налоговой политики» [7, с. 35].

Е. Мураховская рассматривает налоговый механизм с другой точки зрения. Она полагает, что «налоговый механизм – это совокупность средств и способов эксплуатации налоговых отношений в определенном пространстве (территории), в определенное время и определенных целях (обеспечения потребностей общественного назначения), отражающие систему организации налогового воздействия на социально-экономические процессы» [8, с. 93-94].

Свое видение сущности налогового механизма предлагает Я. Янушевич: «...налоговый механизм выступает совокупностью объективных экономических отношений по поводу финансового обеспечения существования государства через налоги и сборы» [9, с. 321].

Таким образом, обобщение взглядов учёных по этому вопросу позволило установить определенные предпосылки и исходные позиции, обеспечивающие результативность обоснования сущности *механизма управления* различными явлениями и процессами в экономической среде:

1) механизм состоит из набора элементов, которые, с одной стороны, находятся в определенном соотношении друг с другом, с другой – в определенных соотношениях с элементами системы другой природы, на которую механизм влияет;

2) важными аспектами исследования механизма являются: оценка состава его элементов, связей между этими элементами; оценка характера связей (действие, влияние, восприятие, взаимодействие) и его влияние на уровень взаимного восприятия;

3) элементами механизма являются отдельные рычаги (инструменты), которые могут быть классифицированными по формам или методам, а также по другим критериям;

4) механизм – историческая категория, что означает его (механизма) развитие. Поэтому в динамике механизм представляется определенным процессом, что предполагает последовательность этапов его развития;

5) действие механизма часто обеспечивают соответствующие институты, информация, методология, нормативно-правовые акты и др.;

6) механизм действует в определенной среде, который также влияет на эффективность его функционирования.

Мы считаем, что в составе налогового механизма в зависимости от задач, набора инструментов, наличия субъектов и образа действий можно выделить две подсистемы: *механизм взимания* налогов плательщиками и *механизм контроля и обеспечения* уплаты налогов (институциональные аспекты).

С нашей точки зрения, механизм взимания налогов его плательщиками – это совокупность элементов налогообложения, мер и последовательность их использования налогоплательщиками по взиманию надлежащей суммы налогов и сборов в бюджеты всех уровней. На такой механизм ориентируются налогоплательщики, которыми

являются юридические и физические лица, на которых, согласно законам ДНР и РФ, возложена обязанность уплачивать налоги и сборы.

Этот механизм включает следующие элементы налогообложения: субъект и объект налогообложения; источник уплаты; база налогообложения; масштабы измерения, ставки налога, налоговые льготы, норма налогообложения; налоговое обязательство; налоговый долг; налоговый отчет, налоговый период; налоговый кредит; налоговое право и налоговые правоотношения.

Уплата налогов в бюджет сопровождается правоотношениями между плательщиками и государством, соответственно и влечет за собой юридическую ответственность. Она требует выполнения специфических действий и документального оформления. Если в процессе начисления налога плательщик не вступает в денежные отношения с государством и любые денежные потоки отсутствуют, и уплата налога сопровождается денежными потоками и связана с конкретными денежными отношениями между плательщиком и государством, осуществляются в конкретные сроки по четко определенной схеме. Такая схема четко определяет сферу действия институтов, которые влияют на итоговые показатели при сборе налогов.

Итак, механизм взимания налогов плательщиками отражает меры налогоплательщика, связанные с определением суммы налога и его уплаты в бюджет. В схеме функционирования этого механизма фигурируют налогоплательщик и представитель государства как институт в лице Министерства финансов, а иногда – и органа взыскания. В большинстве случаев органы государственной налоговой службы к этому виду механизма не имеют отношения [10].

Вторая подсистема налогового механизма – *механизм контроля и обеспечения уплаты налогов*, по нашему мнению, непосредственно связана с работой органов взыскания, среди которых первостепенное место занимают Министерство налогов и сборов ДНР и его территориальные органы, в ближайшей перспективе – Федеральная налоговая служба России. Мы считаем, что основными элементами этого механизма (кроме элементов первой подсистемы) являются экономические институты следующего порядка: налоговые каникулы, налоговое давление, налоговое расследование, уклонение от уплаты налогов, налоговый контроль, налоговый учет, налоговая ответственность, налоговое стимулирование, рассрочки налогового обязательства, отсрочки налогового обязательства и т.п. Важнейшими методами реализации данного механизма являются контроль и обеспечение уплаты налогов, а также принудительное взыскание налогов.

Авторы экономической энциклопедии предлагают «механизм налогообложения», который они называют механизмом взимания налогов. В зависимости от объемов применения этот механизм предлагается разделять на общий и специальный [11, с. 369]. Под общим механизмом предлагается считать совокупность общих нормативных и инструктивных актов о налогообложении и средств их реализации по конкретному виду налога или платежа. Под специальным механизмом налогообложения предложено считать совокупность норм, устанавливающих особенности взимания конкретного налога, сбора (обязательного платежа). Причем к основным элементам общего механизма предложено относить добровольную уплату налогов, контроль и обеспечение уплаты налогов, взыскание налогов.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, налоговый механизм как институт обеспечения экономического роста и развития государства охватывает процесс начисления, уплаты налога, составления и представления

налоговой отчетности, налогового контроля. С правовой точки зрения, его суть состоит в возникновении, изменении и прекращении налогового обязательства.

Идея выделения в налоговом механизме его общей и специальной частей является целесообразной. При этом осуществлять это разделение по предложенной схеме мы считаем неэффективным, поскольку общих и специальных механизмов будет столько, сколько налогов и обязательных платежей. В ДНР, в условиях переходного периода, должен быть один общий механизм налогообложения, который является составной частью бюджетного механизма России. Специальные части этого механизма могут касаться только отдельных налогов и учитывать особенности их методики начисления и уплаты в бюджет. В этой связи формирование институциональных особенностей налогового механизма требует оптимальных решений на основе реализации мер поддержки по стимулированию экономического развития за счет модернизации управленческих функций государства и налоговых льгот.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / Уклад. Л.О. Пустовіт та ін. – К.: Довіра, 2013. – 1018 с.
2. Угренинова С.Г. Теоретические основы налогов и налоговой системы: монография / С.Г. Привалова // М-во образования и науки Российской Федерации, М-во сельского хоз-ва и продовольствия Свердловской обл., ФГОУ ВПО Уральская гос. с.-х. акад. - Екатеринбург: Изд. дом УрГСХА, 2008. – 185 с.
3. Иваницкий В.П. Социально-экономические механизмы в управлении компетенциями на региональном уровне [Текст] / В.П. Иваницкий, А.Ю. Коковихин // Нормирование и оплата труда в сельском хозяйстве. – 2017. – № 5/6. – С. 52-63.
4. Юткина Т.Ф. Фискальный механизм и его роль в решении управленческих задач / Т.Ф. Юткина // Вестник российского нового университета. – 2014. – № 2. – С. 24-29.
5. Кучерявенко Н.П. Очерки бюджетно-правовой науки современности : монография / под общ. ред. Е.Ю. Грачевой и Н.П. Кучерявенко. Москва – Харьков : Право, 2013. – 512 с.
6. Дюрядин В.П. Налоговый механизм финансового оздоровления предприятий: теоретические аспекты / В.П. Дюрядин, А.М. Лемиш // Экономика Крыма. – 2013. – № 12. – С. 25-28.
7. Барулин С.В. Теория и история налогообложения : учебник / С.В. Барулин, В.А. Динес. – М.: КНОРУС, 2016. – 406 с.
8. Мураховская Е.С. Налоги и налогообложение: учеб. пособие / Е.С. Мураховская. – М.: МЦФЭР, 2012. – 528 с.
9. Янушевич Я.В. Налоговый механизм регулирования циклических колебаний экономики / Я.В. Янушевич // Финансовая сфера и ее роль в росте конкурентных преимуществ национальных экономик. – Экономика Крыма. – Ч. II. – 2013. – С. 320-322.
10. Алехин С.Н. Налоговая система в современных условиях России [Электронный ресурс] / С.Н. Алехин // Известия Тульского государственного университета. – 2011. – С. 149-155. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/nalogovaya-sistema-v-sovremennyh-usloviyahrossii>.
11. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия / Е.Е. Румянцева. – 4-е изд. – М.: ИНФРА-М Издательский Дом, 2016. – 882 с.

Поступила в редакцию 17.06.2022 г.

INSTITUTIONAL ASPECTS OF THE TAX MECHANISM ENSURING ECONOMIC GROWTH AND DEVELOPMENT

L. I. Dmytrychenko, V. V. Tarkov

The article defines the essential basis of the economic mechanism and its elements. The tax mechanism is singled out as an economic institution for the formation of a stimulating economic policy of the state aimed at

ensuring economic growth and development of the country. The characteristic is given and the main elements of the tax mechanism for the development of the Donetsk People's Republic and the Russian Federation are highlighted. Emphasis is placed on institutional factors in the development of the tax mechanism.

Key words: tax, tax mechanism, stimulating economic policy of the state, economic institution, economic growth and development.

Дмитриченко Лилия Ивановна

доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономической теории
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
liliyadm@meta.ua
+7-949-320-15-26

Тарков Виктор Витальевич

аспирант кафедры экономической теории
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк,
tarkoviktororiginal@mail.ru,
+7-949-423-14-06

Dmytrychenko Liliya

Doctor of Economics, Professor
Donetsk National University, Donetsk

Tarkov Viktor

Postgraduate
Department of Economic Theory
Donetsk National University, Donetsk

УДК 332.143

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ НА ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

© 2022. В. М. Дубель

В статье проанализированы основные тенденции развития энергетики мира и особенности взаимодействия энергетического комплекса с окружающей природной средой. Проведен анализ региональных особенностей развития энергетики. Сделан прогноз развития мировой энергетики в глобальном и региональном аспекте. Сформулированы основные требования к развитию энергетического комплекса с учетом соблюдения принципов устойчивого развития.

Ключевые слова: энергетика, энергетические ресурсы, устойчивое развитие, прогноз, альтернативные источники энергии.

Постановка проблемы. Энергетика традиционно относится к отраслям «авангардной тройки», определяющим направление и динамику мирового развития всего производственного комплекса. От уровня развития энергетики зависит техническая и технологическая оснащенность всех сфер материального производства. Вместе с тем, развитие энергетики оказывает значительное влияние на состояние окружающей природной среды. Это влияние, как правило, негативное. Оно проявляется на всех этапах функционирования топливно-энергетического комплекса, от добычи топливных ресурсов, превращении одних видов энергии в другие, до генерации и передачи электроэнергии, ее потребления.

Перед человечеством остро стоит проблема обеспечения достаточным количеством доступной энергии при сохранении среды обитания для нынешнего и будущих поколений. Это и обуславливает актуальность данной темы исследования.

Анализ исследований и публикаций. Различным аспектам функционирования энергетического комплекса, в том числе и вопросам взаимодействия энергетики с окружающей средой, посвящены работы таких ученых и общественных деятелей, как: С.Н. Бобылёв, П.А. Кирюшин, О.В. Кудрявцева [1], А.В. Трачук [2], Э.В. Сарнацкий [3], С.З. Жизнин, В.М. Тимохов [4], Т.Г. Зорина [5] и др.

Целью работы является анализ влияния развития энергетики на достижение целей устойчивого развития и прогноз развития мировой энергетики.

Результаты исследования. Традиционная энергетическая система использует в качестве производственного ресурса энергию ископаемых топливных ресурсов (уголь, нефть, природный газ), ядерную энергию, энергию водных потоков. В соответствии с этим, выделяют три основных типа электростанций: тепловые (ТЭС), атомные (АЭС), гидравлические (ГЭС). Несмотря на усилия человечества, направленные на замещение традиционных способов генерации энергии использованием альтернативных источников энергии, в ближайшей перспективе мы вынуждены констатировать относительную стабильность структуры энергетического комплекса [3].

Безусловно, в структуре топливно-энергетического баланса мира и отдельных регионов происходят изменения. Уголь, как основной энергоноситель начала XX века, уступил первенство более прогрессивным источникам получения энергии в виде нефти и природного газа. Если оценивать использование традиционных источников энергии с точки зрения влияния их на состояние окружающей природной среды, то можно

отметить однозначное лидерство угля, как наиболее опасного энергоносителя. В техническом плане сделано немало усилий, направленных на защиту окружающей среды от негативных последствий использования угля в качестве топлива. Установка фильтров, обогащение топлива и ряд других мероприятий привели к заметному снижению негативных последствий работы энергетических установок, основанных на сжигании угля. Тем ни менее, использование природного газа значительно выгоднее с точки зрения технологического процесса и гораздо экологичнее [1, 3].

Природный газ в качестве основного источника энергии в силу различных причин в начале нашего века снова уступил место углю во многих странах мира. Прежде всего, это связано с резким ростом цен на природный газ. Запасы этого топлива оказались не такими значительными, как предполагалось ранее. Значительно возрастает стоимость этого вида топлива при транспортировке морским путем в виде сжиженного природного газа. Достаточно показательной в этом плане является история с поставками природного газа из Российской Федерации в Западную Европу. Долгие годы Россия обеспечивала страны Европейского Союза дешевым природным газом. Это позволило странам ЕС генерировать относительно чистую электроэнергию в значительных объемах за символическую плату. Природный газ и нефть из Российской Федерации обеспечивали разные отрасли промышленности стран Европы дешевым сырьем и топливом, что в значительной степени способствовало процветанию этих стран и созданию благоприятной экологической ситуации в регионе.

По мере отказа от энергоносителей из Российской Федерации страны Европы столкнулись с проблемами. Прежде всего, дешевых энергоносителей в этом регионе не осталось. Норвегия многократно увеличила доход от продажи энергоносителей в страны Европы. Доставка сжиженного природного газа из США и стран Персидского залива частично решили проблему острого дефицита энергоносителей в зимний период 2022-2023 гг., но стоимость энергетических ресурсов значительно возросла. Это заставило многие предприятия в европейских странах сократить объемы производства. Некоторые предприятия приняли решение о переносе производственных мощностей из стран Европы в страны Азии и Америки. Увеличились показатели безработицы почти во всех странах Старого света.

Со второй половины XX века начинает стремительно развиваться атомная энергетика. Этот технологически сложный способ получения энергии оказался довольно мощным и относительно безопасным для состояния окружающей природной среды при условии соблюдения мер безопасности и нормальном функционировании. Атомными реакторами оснащали не только стационарные электростанции, но и плавучие средства. Рассматривалась возможность строительства теплоцентралей на основе использования установок небольшой мощности. Однако, авария на Чернобыльской атомной станции 26 апреля 1986 года стала переломным моментом в развитии атомной энергетике. С момента катастрофы на ЧАЭС во многих странах были приняты нормативно-правовые документы, ограничивающие развитие атомной энергетике. Отдельные страны приняли решение о продолжении функционирования уже существующих атомных реакторов до окончания их эксплуатационного срока при условии постепенного вывода их из строя. Строительство новых реакторов было заморожено. В некоторых странах были приняты законы о запрете строительства объектов атомной энергетике. Однако, под воздействием фактора необходимости увеличения производства энергии и отсутствия реальных условий резкого увеличения генерации электроэнергии за счет использования альтернативных источников энергии, большинство стран мира в начале нового тысячелетия вернулись к вопросу развития

атомной энергетики. Кроме того, этот способ получения энергии стал относительно недорогим на фоне резкого роста стоимости традиционных энергоносителей органического происхождения.

Показательным можно считать современное состояние энергетического комплекса Европы. По данным за 2021 год 25% генерируемой энергии приходилось на атомную энергетику [6]. Последствия проводимой политики коллективного Запада против Российской Федерации приведут к увеличению роли атомной энергетики в топливно-энергетическом балансе стран Европы. С точки зрения соблюдения принципов устойчивого развития этот факт достаточно неоднозначен. С одной стороны, атомная энергетика не приводит к выбросам огромного количества CO₂ в отличие от тепловой энергетики, работающей на традиционных энергоносителях. Вместе с тем, следует помнить о потенциальной угрозе радиационного загрязнения в результате обращения с топливными элементами для реакторов данных установок. Огромной проблемой является вопрос захоронения отработанных топливных элементов. Современные технологические решения не позволяют полностью гарантировать безопасность данных отходов производства в долгосрочной перспективе. Кроме того, всегда есть опасность ядерного терроризма [2].

Лидирующее положение атомная энергетика занимает во Франции, где на атомных станциях производится больше половины генерируемой электроэнергии. Велико значение атомной энергетики в Украине, Венгрии, Словакии, Финляндии, Бельгии, Швейцария, несмотря на то, что в последней принималось решение о закрытии всех атомных станций.

Кроме стран Европейского Союза атомная энергетика развивается в США, Японии, Китае, Российской Федерации, Южной Корее, Канаде, Индии, Бразилии, Аргентине, Пакистане, ЮАР, Мексике, Иране. Российская Федерация помогает в строительстве атомной станции в Турции.

На втором месте по объемам производства энергии среди европейских стран в 2021 году в структуре топливно-энергетического баланса находился природный газ (20%). Следует предположить, что сокращение поставок дешевого природного газа в страны Европы приведет к снижению роли этого энергоносителя в структуре как генерируемой электроэнергии, так и роли природного газа как источника тепла для бытовых потребностей.

Вместе с тем, можно предположить, что роль угля возрастет в структуре топливно-энергетического баланса стран Европы. В 2021 году на уголь приходилось 14% производимой энергии в европейских странах [6]. Традиционно лидирующее положение угля в энергетике таких стран Европы, как: Польша, Германия, Чехия. После взрывов на Северных потоках и сокращении поставок природного газа из Российской Федерации в Германии приступили к процессу расконсервации угольных разрезов и тепловых станций, работающих на угле. Однозначно, сжигание бурого угля наносит огромный вред окружающей природной среде. Высокая концентрация предприятий по сжиганию бурого угля в Германии обусловлена низкой рентабельностью перевозок данного топлива. Это приводит к появлению очагов повышенного содержания в атмосферном воздухе продуктов сгорания угля, взвешенных частиц, углекислого газа, что можно считать шагом назад в вопросе перехода к соблюдению принципов устойчивого развития [4].

Если рассмотреть ситуацию с потреблением угля в качестве источника топлива для тепловых электростанций, то явным мировым лидером станет Китай, на долю которого приходится практически половина потребляемого в мире угля. Безусловно,

это крайне негативно отражается на состоянии окружающей природной среды. Устойчивое развитие КНР предусматривает постепенное снижение роли угля как основного энергоносителя и постепенную замену его атомной энергией, использованием колоссального гидрологического потенциала страны, использованием энергии ветра и солнечной энергии.

Индия также относится к крупнейшим потребителям угля в энергетике. Эта страна потребляет угля больше, чем США. В свою очередь, США потребляют угля для генерации электроэнергии больше, чем все страны Европейского Союза вместе взятые. Достаточно много потребляет угля для нужд энергетики Российская Федерация и Австралия. Это обусловлено значительными запасами данного вида топлива и наличием развитой угольной промышленности.

Большое значение в структуре генерируемой среди европейских стран в 2021 году электроэнергии принадлежит гидроэнергетике – 13%. В некоторых странах сформировались благоприятные условия для генерации электроэнергии за счет использования энергии горных рек, что сопровождается минимальными негативными последствиями для состояния экосистем. Это можно отнести к таким странам, как Норвегия, Швеция, Австрия, Румыния, Албания, Черногория [6]. Несколько другая картина в Исландии, которая использует энергию теплых источников, приуроченных к районам тектонических разломов и проявлению магматизма.

Около 13% всего объема электроэнергии генерируется в странах Европы за счет использования энергии ветра. Среди стран этой части света, активно развивающих ветровую энергетику, можно выделить Германию, Испанию, Нидерланды, Великобританию, Данию, Францию, Литву и ряд других стран.

Солнечная энергия дает 6% объема генерируемой среди всех европейских стран электроэнергии [6]. Безусловно, этот показатель мог бы быть гораздо большим. С точки зрения положений концепции устойчивого развития именно солнечная энергетика должна во многом заменить традиционную энергетику, основанную на сжигании углеводородов с выделением значительного количества опасных для экосистемы планеты вредных веществ. Объяснением столь незначительной роли солнечной энергии в структуре топливно-энергетического баланса стран Европы является несовершенство используемых в настоящее время технологий преобразования солнечной энергии. Давно известно, что Солнце является основным источником энергии на нашей планете. Однако, до сих пор не удалось найти способ экологически безопасного и надежного получения достаточно большого объема солнечной энергии. Современные установки по преобразованию солнечной энергии довольно дорогие. При их производстве и утилизации возникает целый комплекс экологических проблем.

Еще меньшую роль в топливно-энергетическом балансе стран Европы играет использование биотоплива. Биоэнергетика создает порядка 5% электроэнергии в странах этой части света [6]. Достаточно вспомнить, что всего пару столетий назад дрова являлись основным источником энергии в Европе. Современная биоэнергетика далеко ушла в своем технологическом плане по сравнению с примитивным использованием лесных ресурсов нашими предками. Стоит остановиться подробнее на этом способе производства энергии. С точки зрения современной концепции развития биоэнергетики, любое превращение биологической энергии в другой вид энергии можно считать положительным результатом. Даже обыкновенные дрова можно использовать для обогрева жилищ. Так лесные ресурсы используют во многих странах мира. В Российской Федерации это обусловлено значительными запасами лесных

ресурсов, огромной площадью страны, значительной удаленностью небольших сельских населенных пунктов в восточной части страны, наличием традиций.

Современная концепция развития биоэнергетики подразумевает отход от традиционной системы, основанной на использовании исключительно лесных ресурсов. В качестве биологических источников энергии может быть использована шелуха подсолнечника, камыш, опилки, листва, отходы животноводческих ферм, сено, солома, водоросли и т.д. Такие источники энергии в достаточном количестве имеются в отдаленной от крупных магистралей и населенных пунктов местности, что представляет прекрасную возможность использования биоэнергетики как альтернативы традиционным способам получения энергии в местности с преобладанием дисперсной формы расселения населения. Фермеры, предприятия по первичной переработке сельскохозяйственной продукции и даже небольшие населенные пункты могут использовать преимущества данного способа получения энергии. При этом не стоит ожидать резкого увеличения роли биоэнергетики в структуре топливно-энергетического баланса индустриально развитых стран.

Развитие мировой энергетики имеет свои региональные аспекты. Прежде всего, развитие региональной энергетической системы опирается на имеющиеся энергетические ресурсы. Структура топливно-энергетического баланса того или иного региона мира будет в значительной степени зависеть от возможности местной базы энергетических ресурсов обеспечить достаточное количество энергии. Например, месторождения природного газа будут иметь решающее значение при определении структуры потребления энергетических ресурсов в таких странах, как Великобритания, Нидерланды, Российская Федерация, Иран, Катар и ряд других стран.

Импорт энергоносителей становится фактором, оказывающим влияние на развитие и размещение производительных сил. Например, производственные мощности практически всех европейских и азиатских производителей энергоемкой продукции приурочены к крупным портовым хозяйствам с целью сократить транспортные расходы на перемещение энергетических ресурсов. Практически тот же эффект можно наблюдать вдоль крупных магистральных путей перекачки энергоносителей на суше. Вдоль трубопроводов сосредоточена значительная часть производственных мощностей, располагаемых вдали от портовых комплексов.

Кроме того, развитие энергетики как в мировом масштабе, так и с учетом региональных особенностей, подчинено решению вопроса обеспечения потребностей в энергии со стороны хозяйственного комплекса. Соответственно, потребности в энергии будут в значительной степени определять необходимость количественных изменений в объемах производимой энергии. Внедрение энергосберегающих технологий могут позволить сократить потребление энергетических ресурсов. Это, в свою очередь, может способствовать качественным изменениям в структуре потребляемых энергетических ресурсов. Например, альтернативные источники энергии традиционно подвергаются критике за их относительно незначительную производственную мощность. Однако, если снизить потребности в энергии, то может вполне хватить мощности генерируемой энергии в результате использования возобновляемых источников энергии. Это уже победа в вопросе перехода к соблюдению принципов устойчивого развития [4].

В региональном аспекте добиться развития альтернативной энергетики, основанной на использовании возобновляемых источников энергии можно за счет снижения потребности в энергии. Этого можно добиться путем реструктуризации всей энергетической системы. Помимо единой энергетической системы, которая является гарантией энергетической безопасности и бесперебойного снабжения энергией

потребителей независимо от местных условий, должна параллельно функционировать местная энергетическая система. Эта система должна быть основана на использовании регионального возобновляемого источника энергоснабжения. Например, в прибрежных районах таким источником энергоснабжения может стать энергия ветра. В Европе уже две страны по итогам 2021 года добились первенства ветровой энергетики в структуре топливно-энергетического баланса. Речь идет об Испании и Литве. В отдельных случаях, можно рассматривать возможность применения приливной энергии. В пустынных регионах видится перспективным местным источником возобновляемой энергии использование энергии Солнца. Опыт строительства систем энергоснабжения такого типа уже имеется в Австралии, странах Африки, странах Ближнего Востока. Использование энергии малых рек известен уже сотни лет. Можно предположить, что развитие использования гидропотенциала будет только возрастать в таких странах, как Норвегия, Бразилия, Российская Федерация, Китай, США, Венесуэла и ряде других стран.

С точки зрения соблюдения принципов устойчивого развития, развитие энергетики мира должно соответствовать следующим требованиям [5]:

переход к альтернативной энергетике, основанной на использовании возобновляемых источников энергии;

совершенствование техники и технологии в сфере генерации электроэнергии;

минимизация отрицательного влияния современных средств генерации энергии на состояние окружающей природной среды посредством установки очистного оборудования, фильтров и т.д.;

применение энергосберегающих технологий во всех сферах жизнедеятельности современного общества;

популяризация разумного отношения к природным благам, в том числе и ограничение чрезмерного потребления;

учет региональных особенностей потребления энергии, степени обеспеченности территории энергетическими ресурсами, возможности доставки энергоносителей.

Выводы. Анализ влияния развития энергетики на достижение целей устойчивого развития показал, что несмотря на усилия человечества, направленные на замещение традиционных способов генерации энергии использованием альтернативных источников энергии, в ближайшей перспективе мы вынуждены констатировать относительную стабильность структуры энергетического комплекса.

Наряду с единой энергетической системой должна параллельно функционировать местная энергетическая система, основанная на использовании региональных возобновляемых источников энергоснабжения.

В развитии мировой энергетики можно спрогнозировать применение энергосберегающих технологий, новых эффективных способов преобразования энергии, стремление к минимизации отрицательного влияния современных средств генерации энергии на состояние окружающей природной среды, возрастание роли альтернативной энергетики, основанной на использовании возобновляемых источников энергии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зелёная экономика и цели устойчивого развития для России: коллективная монография / под науч. ред. С. Н. Бобылёва, П. А. Кирюшина, О. В. Кудрявцевой. – М.: Экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, 2019. – 284 с.

2. Управление устойчивым развитием / под ред. А.В. Трачука. – СПб.: ООО «Издательский дом „Реальная экономика”» 2015. – 480 с.
3. О новой энергетической идеологии в пространственном развитии территорий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.abok.ru/for_spec/articles/36/7365/7365.pdf.
4. Жизнин, С.З. Влияние энергетики на устойчивое развитие / С.З. Жизнин, В.М. Тимохов // Мировая экономика и международные отношения. 2017. – Т 61. – № 11. – С. 34-42.
5. Устойчивое развитие энергетики: сущность и методические подходы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sovman.ru/article/4905/>.
6. Статистика мировой энергетики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2021-full-report.pdf>.

Поступила в редакцию 21.06.2022 г.

IMPACT OF ENERGY DEVELOPMENT ON ACHIEVING THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

V. M. Dubel

The article analyzes the main trends in the development of the world's energy industry and the features of the interaction of the energy complex with the natural environment. The analysis of regional peculiarities of energy development has been carried out. A forecast is made for the development of world energy in the global and regional aspects. The main requirements for the development of the energy complex are formulated, taking into account the observance of the principles of sustainable development.

Keywords: energy, energy resources, sustainable development, forecast, alternative energy sources.

Дубель Владимир Михайлович

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры национальной и региональной экономики

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

v.dubel@donnu.ru

+7-949-397-81-74

Dubel Vladimir

Candidate of Economic Sciences

Donetsk National University, city Donetsk

УДК 658:330.87

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

© 2022. А. А. Заяц

В статье раскрыты основные аспекты формирования культуры предпринимательства в сфере туризма. Проведено комплексное исследование туристической индустрии на основе данных Центра социальных разработок, в котором систематизирована основная статистическая информация, построена карта стейкхолдеров, характеризующая ключевых участников рынка. Обобщены преимущества и недостатки существующих теоретических подходов к оценке эффективности культуры предпринимательства. Усовершенствован методический подход к интегральной оценке уровня развития культуры предпринимательства, который в отличие от существующих, включает пять индикаторов (адаптивность, миссия, взаимодействие, вовлеченность и когерентность).

Ключевые слова: культура предпринимательства, сфера туристических услуг, интегральная оценка, когерентность, клиентоориентированность, потребители.

Постановка проблемы. Важнейшим источником конкурентных преимуществ преуспевающих фирм и корпораций сферы туристических услуг становятся не столько финансовые и материально-технические факторы, сколько развитость и особенности культуры предпринимательства, носителями которой являются персонал и руководители предприятия. Культура предпринимательства в сфере туристических услуг отражает систему взаимоотношений предприятия с потребителями, поставщиками услуг, посредниками, конкурентами, контактными аудиториями, государственными органами, а также связи руководства и персонала предприятия между собой и между отдельными его группами на основе положений кодекса этики: правил задекларированных или принятых в устной форме [1]. Недостатки формирования и развития культуры предпринимательства негативно отражаются в организационном поведении руководителей, в формировании и поддержании бизнес-отношений с партнерами, мотивации персонала, что, в свою очередь, препятствует эффективной деятельности туристических предприятий и удержанию их конкурентных позиций на рынке.

Актуальность темы исследования Развитие туризма является одним из приоритетов экономической политики России. Основные направления его совершенствования в долгосрочной перспективе закреплены в Стратегии развития туризма в России до 2035 года, которая вступила в силу с начала 2020 года [2]. Важное значение в направлении развития туризма принадлежит умению гармонично строить взаимоотношения специалист – потребитель, специалист – сотрудники, специалист – руководитель, специалист – партнер. Приоритетная роль в этом контексте принадлежит умению специалиста адаптироваться к общественным изменениям, владению лидерскими качествами, высоким уровнем эмоциональной, конфликтологической и коммуникативной компетентности, что обеспечит высокий уровень предоставления услуг в сфере туризма.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди современных исследований, посвященных изучению и разработке методик оценки культуры предпринимательства следует отметить публикации Д. Денисона, Д. Зоннефельда, К. Камерона и Р.Куинна, Г. Хофштеде, Е. Шейна и др. Несмотря на пристальное внимание к обозначенной проблеме со стороны ученых, актуальным остается

проведение научных исследований в направлении оценки развития культуры предпринимательства предприятий сферы туристических услуг с использованием статистических методов.

Целью исследования является усовершенствование интегральной методики оценки развития культуры предпринимательства предприятий сферы туристических услуг и ее апробация на примере туроператоров, турагентств, средств размещения, транспортных компаний и предприятий питания.

Результаты исследования. Центр социально-экономических исследований, в частности фонд «Центр стратегических разработок» провел комплексное исследование туристической индустрии, в котором систематизирована основная статистическая информация, построена карта стейкхолдеров, характеризующая ключевых участников рынка. На основании опроса руководителей более 1 000 компаний сферы туризма сформирована картина восприятия положения дел бизнес-сообществом. Опрос позволил сформировать объективное представление об условиях, в которых функционирует бизнес, о драйверах и барьерах его развития, а также ключевых недостатках существующей инфраструктуры. В опросе приняли участие не только туроператорские и турагентские компании, но и непосредственные поставщики туристических услуг (гостиницы, транспортные компании, объекты показа), а также вспомогательные и сервисные предприятия (рис. 1) [3].



Рис. 1. Карта ключевых участников сферы туристических услуг

По итогам исследования был составлен рейтинг приоритетности стратегий развития туристических компаний. Из него видно, что туристические компании уделяют повышенное внимание внедрению цифровых решений, контролю над уровнем расходов, установление прочных связей с партнерами по бизнесу на основе культуры предпринимательства и диверсификации бизнеса (разработке новых туристических и бизнес-направлений).

Для проведения глубинного анализа составлена карта стратегий (рис. 2) – она позволяет продемонстрировать приоритетность стратегий не со стороны ее популярности среди большинства участников рынка (как рейтинг), а непосредственно в зависимости от состояния компании: перспектив изменения ее операционной прибыли и положения на рынке.

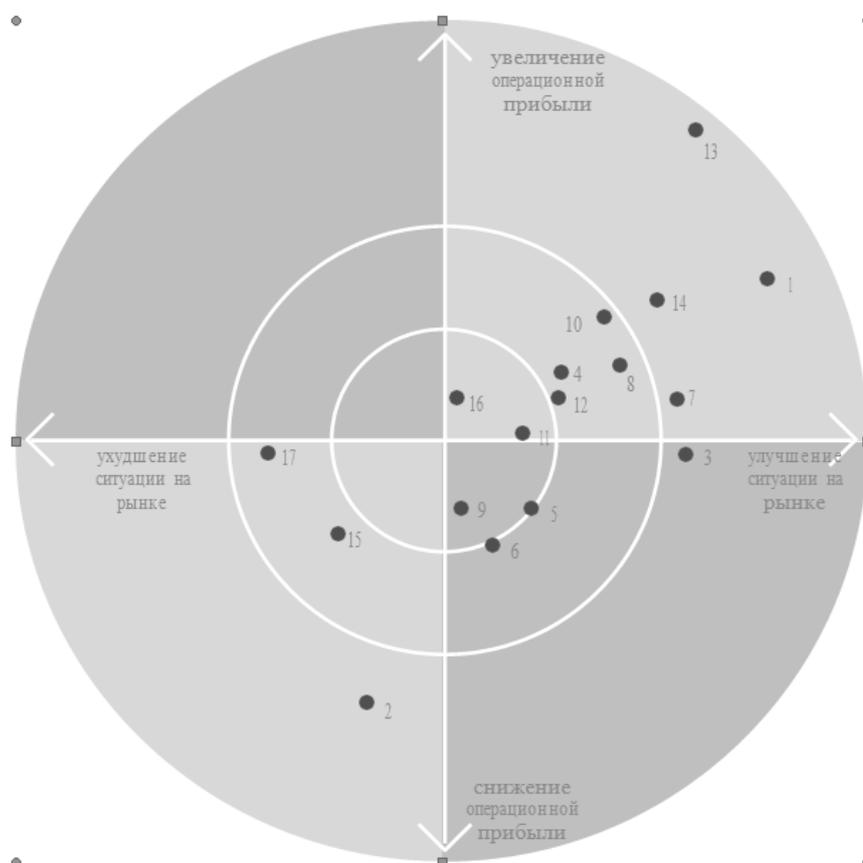


Рис. 2. Карта стратегий управления туристическими компаниями

Рейтинг стратегий туристических компаний:

1. Внедрение цифровых решений во взаимодействии с клиентами, установление прочных связей со всеми участниками сферы туристических услуг на основе принципов культуры предпринимательства.

2. Сокращение расходов.

3. Разработка новых туристических направлений для россиян в России с учетом концепции экономики впечатлений.

4. Создание новых направлений бизнеса/ запуск сервисов.

5. Цифровизация/автоматизация внутренних бизнес-процессов.

6. Увеличение расходов на продвижение/маркетинг.

7. Разработка новых туристических направлений за рубежом.
8. Внедрение систем кибербезопасности.
9. Упразднение неэффективных направлений бизнеса/отказ от сервисов.
10. Инвестирование в развитие персонала.
11. Снижение долговой нагрузки.
12. Привлечение внешних источников финансирования.
13. Разработка новых туристических направлений для иностранцев в России.
14. Покупка, создание и/или модернизация основных средств компании (здания, оборудование).
15. Ликвидация/продажа неэффективных активов/основных средств.
16. Слияния и поглощения.
17. Закрытие бизнеса.

На карте удаленность от центра характеризует важность стратегии относительно среднего уровня – чем больше расстояние, тем более характерна стратегия для компаний с определёнными финансовыми и операционными перспективами.

К стратегиям лидеров рынка можно отнести разработку новых туристических направлений для иностранцев в России (точка 13) и внедрение цифровых решений во взаимодействии с клиентами, установление прочных связей со всеми участниками сферы туристических услуг на основе принципов культуры предпринимательства (точка 1) – они в первую очередь характерны для туристических компаний, ожидающих роста своей операционной прибыли и улучшения положения на рынке. Также к числу более приоритетных стратегий для компаний, находящихся в благоприятной зоне, можно отнести разработку новых туристических направлений за рубежом (точка 7), а также инвестиции в основные средства (точка 14). Разработка новых туристических направлений для россиян в России (точка 3) более характерна для компаний, которые ожидают улучшения своего положения на рынке, но не ожидают значительных изменений в размере операционной прибыли.

К числу антикризисных мер можно отнести сокращение расходов, а также продажу неэффективных активов: в первую очередь их планируют реализовывать компании, которые ожидают ухудшения своего положения на рынке и сокращения операционной прибыли. О закрытии бизнеса чаще говорят представители компаний, которые ожидают ухудшения своего положения на рынке. Также стоит отметить, что стратегия увеличения расходов на продвижение и маркетинг (точка 6), а также цифровизация внутренних бизнес-процессов (точка 5) более характерны для компаний, ожидающих улучшения своего положения на рынке, но снижения операционной прибыли. Действительно, расходы, связанные с реализацией этих стратегий, учитываются в составе коммерческих и управленческих расходов, которые уменьшают размер операционной прибыли.

Заметим также, что внедрение систем кибербезопасности (точка 8) и инвестирование в развитие персонала (точка 10) являются более приоритетными для компаний из благоприятной зоны (увеличение прибыли – улучшение положения на рынке).

Большинство компаний считают своим основным конкурентным преимуществом качество предоставляемых ими услуг – об этом заявляет 60% компаний. О том, что успешно конкурировать удастся за счет уровня цен, говорит каждая вторая компания (47%). Чаще всего за счет уровня цен конкурируют транспортные компании (рис. 3).



Рис. 3. Рейтинг преимуществ туристических компаний

Туроператоры чаще называют своим недостатком низкую скорость адаптации к изменениям и недостаточное взаимодействие с госорганами (рис. 4).

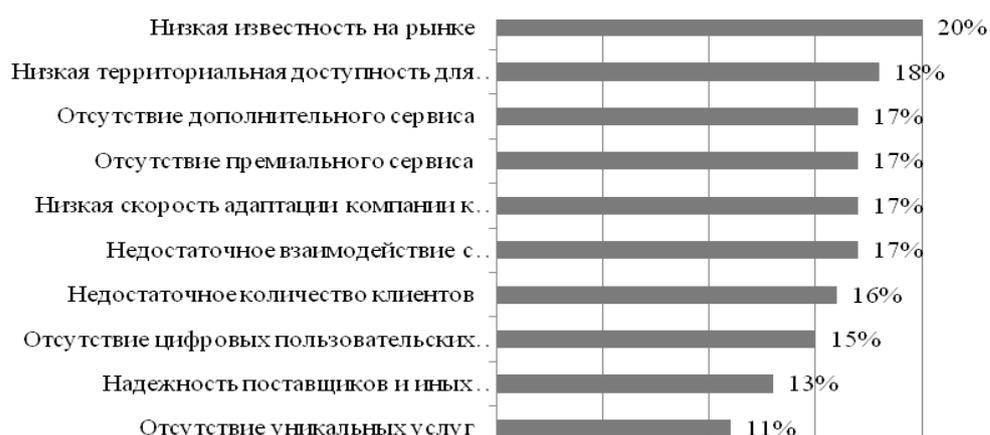


Рис. 4. Рейтинг недостатков туристических компаний

Турагентства – отсутствие дополнительного сервиса и низкая клиентоориентированность, гостиницы – низкий уровень известности на рынке, а транспортные компании – низкую территориальную доступность.

Значимо отличается рейтинг недостатков также и в зависимости от объемов выручки компании. Для небольших компаний основными недостатками являются низкая известность на рынке и недостаточное количество клиентов (крупные компании эти пункты чаще отмечали как свои достоинства). Помимо этого компании с выручкой менее 2 млн. руб. чаще отмечали как свой недостаток отсутствие цифровых пользовательских сервисов.

Для крупных компаний основными недостатками являются отсутствие премиального сервиса, низкая скорость адаптации компании к изменениям и недостаточное взаимодействие с государственными органами.

Потребитель и туристическое предприятие в процессе совместного создания ценностей взаимодействуют в интерактивном режиме, а стоимость товара или услуги

зависит от сформированной культуры предпринимательства и восприятия контекстного опыта, вложенного в клиентоориентированный сервис.

Трансформация традиционных услуг гостеприимства на основе применения инструментария культуры предпринимательства предполагает создание эмоционального туристического продукта, который должен быть привлекательным и оригинальным, что обеспечивается внедрением инноваций и использованием новейших технологий туристического бизнеса.

По мнению опрошенных, трансформация культуры предпринимательства должна состоять в повышении квалификации сотрудников; внедрении цифровых технологий для оптимизации бизнес-процессов; применении клиентоориентированного подхода; соблюдении принципов когерентности между ключевыми участниками сферы туристических услуг; повышении эффективности коммуникаций между сотрудниками; росте финансирования; устранении бюрократической составляющей при организации бизнес-процессов на предприятиях (рис. 5).



Рис. 5. Приоритетные направления трансформации культуры предпринимательства предприятий сферы туризма

Самые большие споры в среде исследователей культуры предпринимательства вызывают методики оценки ее эффективности, особенно количественный подход. Основной вопрос, интересующий ученых, состоит в том, имеет ли он законную силу, или только качественные методы оценки культуры предпринимательства являются достоверными, надежными, валидными и, следовательно, единственными способами оценки и описания культуры [3].

На основе анализа литературы систематизируем основные методы оценки эффективности культуры предпринимательства в сфере туристических услуг (рис. 6).

Анализ существующих методик оценки эффективности культуры предпринимательства позволяет сделать вывод, что преимущества и недостатки есть у всех перечисленных методов. Холистический метод (качественный) позволяет получить наиболее точное описание бизнес-культуры предприятия, выявить исходные мотивы многих поступков и традиций. Качественный анализ богат деталями, но имеет, как минимум, две слабые стороны: во-первых, атрибуты, определенные на одном этапе исследования, могут оказаться ненужными на другом, и во-вторых, нельзя проследить

четкую связь между атрибутами культуры и их влиянием на производительную работу предприятия.



Рис. 6. Методы оценки эффективности культуры предпринимательства в сфере туристических услуг [4, 5]

Количественный метод позволяет оценить только внешние проявления, часто не вникая в истинные причины возникновения соответствующей бизнес-культуры, но с его помощью можно сравнивать культуры разных предприятий. Количественный метод отличается широтой сферы исследования, однако любые опросы желательно проводить с учетом особенностей конкретной организации, поскольку часто респонденты дают безразличные социально-желательные ответы.

На основе анализа специальной литературы по менеджменту обобщены существующие научные подходы к определению факторов, влияющих на развитие культуры предпринимательства компаний. Их условно можно разделить по следующим группам:

адаптация к внешней среде (связана с определением сегмента на рынке, гибкостью организации, способностью приспособления к окружению; включает деловую среду в стране, регионе, отрасли, национальную культуру);

внутренняя интеграция (задача сотрудников);

лично-поведенческие (личность лидера, управленческие акценты, индивидуально-поведенческие и профессиональные характеристики сотрудников);

структурно-нормативные (миссия, цели, стратегия и структура организации, коммуникационные каналы и организационные процедуры, история организации, принципы стимулирования, принципы отбора, продвижения и увольнения);

внешние (экономико-политические условия, политика конкурентов, потребительская среда);

способность эффективно исходить из конфликтной ситуации, децентрализованная система управления, делегирование полномочий, степень готовности к риску и внедрение инноваций, неформальные отношения.

На формирование и развитие культуры предпринимательства предприятий значительное влияние оказывают эндогенные факторы, к которым относятся следующие: менеджмент организации (научно-техническая и инновационная деятельность, производство, управление персоналом, маркетинг и логистика,

финансовое состояние, коммуникационная политика, планирование и стратегирование); сотрудники организации (лояльность к кадровой политике, менеджменту, миссии организации, трудовой деятельности; соблюдение интересов организации, конфиденциальность информации, ценностная ориентация). Вышеперечисленные факторы требуют использования определенных приемов и инструментов, позволяющих добиться успеха при трансформации культуры предпринимательства предприятий).

Д. Денисон определил 4 составляющих культуры предпринимательства, которые оказывают наибольшее влияние на ключевые показатели эффективности предприятия в целом. Модель разделена на четыре части, в соответствии с четырьмя ключевыми составляющими корпоративной культуры: адаптивность, вовлеченность, взаимодействие, миссия. В свою очередь каждая с долей содержит три индикатора [6].

В результате исследования установлено, что адаптивные компании способны эффективно собирать, анализировать и интерпретировать сигналы, поступающие из внешнего окружения, и трансформировать эту информацию в конкретные изменения внутри предприятия, способствующие более эффективному развитию бизнеса. Такие компании очень внимательно реагируют на изменения во внешней среде, их внимание сфокусировано на клиентах и конкурентах.

Индикаторами адаптивности являются: изменения в компании, ориентация на потребителя и организационное обучение.

На основании экспертного опроса оценен уровень развития культуры предпринимательства на исследуемых предприятиях – ключевых участников сферы туристических услуг: туроператоров, турагентов, гостиничных, транспортных и предприятий питания. Для этого определены и рассчитаны индикаторы, которые отражают характеристику культуры предпринимательства сферы туризма (табл. 1).

Изменения в компании, ориентир на потребителя и организационное обучение характеризуют адаптивность культуры предпринимательства; стратегическое планирование, постановка целей и видение – миссию; координация, согласие и ценности – взаимодействие; развитие способностей, работа в команде, ответственность и полномочия – вовлеченность. Определение приоритета весового коэффициента на основе экспертных оценок необходимо для того, чтобы учитывая изменчивость среды, в которой функционируют предприятия, можно было бы отразить разную степень важности исследуемых показателей оценки культуры предпринимательства. При определении удельного веса показателей в качестве экспертов выступали специалисты в сфере туризма, гостиничного хозяйства, развития транспорта, руководители туристических предприятий, преподаватели государственных организаций высшего профессионального образования.

По нашему мнению, для оценки культуры предпринимательства в сфере туристических услуг необходимо добавить еще один индикатор – когерентность. Понятие когерентности используется в физике, когда волны совпадают друг с другом по фазе, они получают новые свойства. В экономике под когерентной экономической структурой подразумевается экономическое объединение предприятий, учреждений, организаций, а также их структурных подразделений в целях синхронизированной совместной экономической деятельности на основе единой сети в условиях нестабильной внешней среды [7]. Поскольку сфера туристических услуг отличается взаимодействием большого количества различных предприятий и организаций, целесообразно использовать принцип когерентности, а именно согласованности сложных процессов всех ключевых участников сферы туристических услуг.

Таблица 1

Показатели развития культуры предпринимательства предприятий сферы туристических услуг

Характеристики	Весовой коэффициент	Составляющие индикаторы	Весовой коэффициент
Адаптивность	0,2	Способность к организационным изменениям под влиянием внутренних и внешних факторов	0,3
		Ориентация на потребителя	0,4
		Обучение и повышение квалификации	0,3
		Итого	1,0
Миссия	0,2	Стратегическое планирование	0,3
		Цели и перспективы	0,4
		Социально-ответственное ведение бизнеса	0,3
		Итого	1,0
Взаимодействие	0,2	Распределение ключевых ценностей	0,3
		Умение достигать согласия	0,4
		Координация и интеграция	0,3
		Итого	1,0
Вовлеченность	0,2	Делегирование полномочий и ответственность	0,4
		Ориентация на работу в команде	0,3
		Развитие способностей	0,3
		Итого	1,0
Когерентность	0,2	Единая информационная среда	0,2
		Работа на одной волне на принципах взаимочувствия	0,2
		Вовлечение сотрудников в процесс принятия решений	0,2
		Общее видение целей и стратегии компании	0,2
		Отношение руководства ко всем подразделениям с одинаковым вниманием	0,2
		Итого	1,0
		Итого	1,0

На предприятиях сферы туристических услуг были опрошены руководители фирм, менеджеры среднего и нижнего звеньев.

Вид экспертного опроса – стандартизированное анкетирование. Однако некоторые вопросы были открыты с возможностью выражения собственного мнения респондента. Форма опроса – раздаточные анкеты, по электронной почте и по телефону.

Определение уровня культуры предпринимательства в целом осуществляется по среднему значению каждой характеристики (табл. 2) по формуле 1:

$$Y_{кп} = \frac{\sum (КП_1 \times i_1 + КП_2 \times i_2 + КП_3 \times i_3 + КП_4 \times i_4 + КП_5 \times i_5)}{n}, \quad (1)$$

где, КП₁ – среднее значение характеристики «адаптивность»;

КП₂ – среднее значение характеристики «миссия»;

КП₃ – среднее значение характеристики «взаимодействие»;

КП₄ – среднее значение характеристики «вовлеченность»;

КП₅ – среднее значение характеристики «когерентность».

i - весовой коэффициент соответствующей характеристики культуры предпринимательства.

Среднее значение каждой характеристики рассчитано по формуле 2:

$$КП = \frac{\sum_{i=1}^n I_i}{n}, \quad (2)$$

где I_i – индикатор соответствующей характеристики культуры предпринимательства;

n – количество индикаторов.

Таблица 2

Шкала оценки уровня развития культуры предпринимательства

Оценка культуры предпринимательства, баллы	Уровень развития культуры предпринимательства
0-0,25	Очень низкий
0,26-0,5	Низкий
0,51-0,75	Средний
0,76-1,0	Высокий

Осуществлена апробация данного методического подхода на предприятиях сферы туроператоров 25 предприятий: по 5 туроператоров, турагентств, гостиничных, транспортных и предприятий питания (табл. 3).

Таким образом, согласно результатам расчетов интегрального показателя культуры предпринимательства установлено, что исследованные предприятия сферы туристических услуг имеют средний уровень развития организационной культуры, поскольку значение ее оценки находится в пределах 0,51-0,75 (табл.2). Полученные в результате проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы.

Предприятия имеют достаточно четкое представление о своей миссии (индекс составляет соответственно 0,756; 0,525; 0,604; 0,704; 0,511). В то же время получены низкие показатели по целям и перспективам для средств размещения (0,438) и по социально-ответственному ведению бизнеса для турагентств (0,442).

Туроператоры, средства размещения и транспортные компании имеют достаточный уровень преданности сотрудников, собственный подход к ведению бизнеса (индекс «координация и интеграция» - 0,813; 0,750 и 0,802 соответственно).

Исследуемые предприятия достаточно хорошо понимают пожелания и потребности своих клиентов (индекс «ориентация на потребителя» — 0,876; 0,567; 0,750; 0,840 и 0,650), однако хорошо подвергаются организационным изменениям и быстро адаптируются к изменениям внешней среды, кроме турагентств (индекс «способность к изменениям» - 0,719; 0,492; 0,500; 0,786 и 0,692).

Сотрудники предприятий сферы туроператоров отличаются высокой вовлеченностью и работой в команде (0,782; 0,567; 0,875; 0,786 и 0,592).

По показателю когерентности также получены в основном средние значения, кроме индикатора «единая информационная среда» для предприятий питания (0,496) и «вовлечение сотрудников в процесс принятия решений» для турагентств (0,498) и предприятий питания (0,462).

Таблица 3

Уровень развития характеристик культуры предпринимательства предприятий сферы туруслуг

Характеристика	Средние значения культуры предпринимательства				
	Тур операторы	Тур агенты	Средства размещения	Транспортные компании	Предприятия питания
<i>Адаптивность</i>	0,813	0,498	0,521	0,739	0,633
Способность к организационным изменениям под влиянием факторов	0,719	0,492	0,500	0,786	0,692
Ориентация на потребителя	0,876	0,567	0,750	0,840	0,650
Обучение и повышение квалификации	0,844	0,434	0,313	0,679	0,556
<i>Миссия</i>	0,756	0,525	0,604	0,704	0,511
Стратегическое планирование	0,719	0,542	0,750	0,579	0,469
Цели и перспективы	0,829	0,592	0,438	0,719	0,563
Социально-ответственное ведение бизнеса	0,719	0,442	0,625	0,813	0,500
<i>Взаимодействие</i>	0,704	0,556	0,750	0,726	0,490
Распределение ключевых ценностей	0,579	0,692	0,750	0,729	0,505
Умение достигать согласия	0,719	0,650	0,750	0,646	0,469
Координация и интеграция	0,813	0,325	0,750	0,802	0,496
<i>Вовлеченность</i>	0,709	0,442	0,771	0,788	0,525
Делегирование полномочий и ответственность	0,719	0,325	0,938	0,739	0,542
Ориентация на работу в команде	0,782	0,567	0,875	0,786	0,592
Развитие способностей	0,625	0,433	0,500	0,840	0,442
<i>Когерентность</i>	0,639	0,504	0,655	0,698	0,516
Единая информационная среда	0,702	0,503	0,603	0,687	0,496
Работа на одной волне на принципах взаимочувствия	0,687	0,521	0,585	0,785	0,596
Вовлечение сотрудников в процесс принятия решений	0,625	0,498	0,872	0,632	0,462
Общее видение целей и стратегии компании	0,579	0,502	0,605	0,602	0,505
Отношение руководства ко всем с одинаковым вниманием	0,603	0,495	0,612	0,785	0,523
Общая оценка	0,724	0,505	0,660	0,731	0,535

Таким образом, на основании рассчитанных оценок формируется общий профиль культуры предпринимательства, состоящий из пяти характеристик с разным набором индикаторов организационной эффективности.

Выводы. Все вышеизложенное позволяет утверждать, что для комплексной оценки культуры предпринимательства необходимо использовать данную методику, основанную на эмпирических доказательствах, полученных в результате комбинации как количественного, так и холистического метода, что позволяет максимально полно оценить культуру предпринимательства сферы туристических услуг. Усовершенствован методический подход к интегральной оценке уровня развития культуры предпринимательства, который в отличие от существующих, включает пять индикаторов (адаптивность, миссия, взаимодействие, вовлеченность и когерентность).

Это позволит осуществлять мониторинг современного состояния культуры предпринимательства, своевременно выявлять проблемы и искать возможные пути их решения, оперативно принимать научно обоснованные управленческие решения о необходимости трансформации культуры предпринимательства предприятий сферы туристических услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Муравьев, Ю.Л. Развитие предпринимательства в сфере туризма / Ю.Л. Муравьев, И.В. Наседкин // Экономическое развитие общества в современных кризисных условиях. – 2017. – № 5. – С. 88-92.
2. Стратегия развития туризма в России до 2035 года / Распоряжение от 20 сентября 2019 года № 2129-р. – Режим доступа: <http://government.ru/docs/37906/>.
3. Туриндустрия через призму драйверов и барьеров бизнеса / Центр стратегических разработок. – Режим доступа: <https://roscongress.org/materials/turindustriya-cherez-prizmu-drayverov-i-barerov-biznesa/>.
4. Щербаков, А.В. Организационная культура как фактор эффективности управления организацией / А.В. Щербаков, О.В. Скудалова // Вестник Тверского государственного университета. – 2018. – № 3. – С. 99-105.
5. Специфика профессиональной предпринимательской культуры / Т.В. Логинова, О.А. Музыка, В.В. Попов // Современные проблемы науки и образования. – 2018. – № 2-3. – С. 15-25.
6. Денисон, Д. Изменение корпоративной культуры в организациях / Д. Денисон, Р. Хойшберг, Н. Лэйн, К. Лиф. – СПб.: Питер, 2013. – 192 с.
7. Кушкин, А.И. Методология формирования когерентных экономических структур / А.И. Кушкин // Лесной Вестник. – 2017. – № 1. – С. 105-115.

Поступила в редакцию 27.05.2022 г.

METHODOLOGY FOR ASSESSING THE BUSINESS CULTURE OF TOURISM SERVICES ENTERPRISES

A. A. Zayats

The article reveals the main aspects of the formation of a culture of entrepreneurship in the field of tourism. A comprehensive study of the tourism industry was carried out based on data from the Center for Social Development, in which the main statistical information was systematized, a map of stakeholders was built that characterizes the key market participants. The advantages and disadvantages of existing theoretical approaches to assessing the effectiveness of entrepreneurial culture are summarized. The methodological approach to the integral assessment of the level of development of the entrepreneurial culture has been improved, which, unlike the existing ones, includes five indicators (adaptability, mission, interaction, involvement and coherence).

Key words: entrepreneurial culture, tourism services, integral assessment, coherence, customer orientation, consumers.

Заяц Анна Александровна

аспирант кафедры туризма

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

anyuta.zayats@yandex.ru

+7-949-307-24-43

Zayats Anna

Postgraduate student of the Department of Tourism

State Organization of Higher Professional Education “Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky”, city Donetsk

УДК 339.138:004.738.5

ПРАКТИЧЕСКОЕ ПРИМЕНЕНИЕ SEO- И PPC-АНАЛИТИКИ

© 2022. Т. В. Ибрагимхалилова, Д. А. Леонова

В статье обоснована целесообразность применения инструментов интернет-маркетинга (SEO- и PPC-аналитики).

Посредством использования инструментов интернет-платформы «MegaIndex» проведен анализ сайта ГК «Недра». На основе данных анализа конкурентов и ГК «Недра» сделаны выводы о недостающих функциональных элементах сайта. В виде диаграммы Ганта представлен план ускоренного продвижения сайта. Аналитика сайта позволила выделить ключевые метрики (CPC и CTR) и на их основе рассчитать бюджет на создание контекстной рекламы.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, инструменты интернет-маркетинга, интернет-платформы, метрики, SEO- и PPC-аналитика, сайт, продвижение.

Постановка проблемы. Наличие эффективных инструментов интернет-маркетинга на рынке B2B обеспечивает широкий спектр преимуществ как для компаний, работающих на этом рынке, так и для их клиентов и контрагентов. Интеграция компании в среду Интернет – это не только дань «моде», но и ключевой элемент создания и поддержания определенного имиджа в профессиональной среде.

Грамотное включение инструментария онлайн-маркетинга может позволить компаниям значительно повысить осведомленность потенциальных клиентов о самой компании и её продукции, сформировать первичный интерес к покупке и побудить к возможному сотрудничеству.

Актуальность исследования. Согласно исследованиям Эмиля Кристенсена, 76% продавцов считают технологию продаж «критически важной» или «чрезвычайно важной» для заключения сделок. Технологии делают процесс продаж более эффективным, помогают персонализировать сообщения, уделить больше времени на общение с ценными потенциальными клиентами, выделяя, при этом, ключевые функции продукта [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Широкое применение интернет-технологий, вообще, и инструментов интернет-маркетинга, в частности актуализировало научный интерес к данной теме. Так, теоретико-методические основы интернет-маркетинга и его инструментария затрагиваются в работах А.А. Воронова и Т.С. Степченко [2], О.Н. Жильцовой, С.В. Карповой, И.В. Рожкова [3], А.М. Прохорова [4] и др. Л. М. Капустина и И. Д. Мосунов изучая вопросы практического применения инструментов интернет-маркетинга, акцентируют внимание на функцию продвижения бренда в сети Интернет [5]; группа авторов во главе с Ю.А. Мальцевой затрагивают вопросы особенностей коммуникационного инструментария интернет-пространства и выделяют тенденции его развития [6]; А. Д. Назаров уделяет внимание особенностям инструментов интернет-маркетинга в период цифровизации [7] и другие.

Цель исследования заключается в практическом применении SEO- и PPC-аналитики для реализации концептуально значимых решений в деятельности ГК «Недра».

Результаты исследования. Необходимым условием устойчивости и успешности бизнеса в долгосрочной перспективе является системное проведение исследование рынка. Оно выступает главным источником получения информации о внешней среде

функционирования бизнеса и закладывает основу принятия управленческих решений. Анализ онлайн-рынка осуществляется онлайн-инструментами.

Сегодня для комплексного анализа (сбора данные в Интернете, их обработки, формирования информативных отчетов) применяется ряд интернет-платформ, которые представляют собой набор приложений для полноценного анализа и продвижения ресурсов в сети Интернет. Одним из таких инновационным инструментом является «MegaIndex», его по праву называют «комбайном» для SEO- и PPC-аналитики», т.к. в режиме одного окна предоставляет доступ к 37 инструментам. Основной функционал «MegaIndex» представлен на рис. 1.



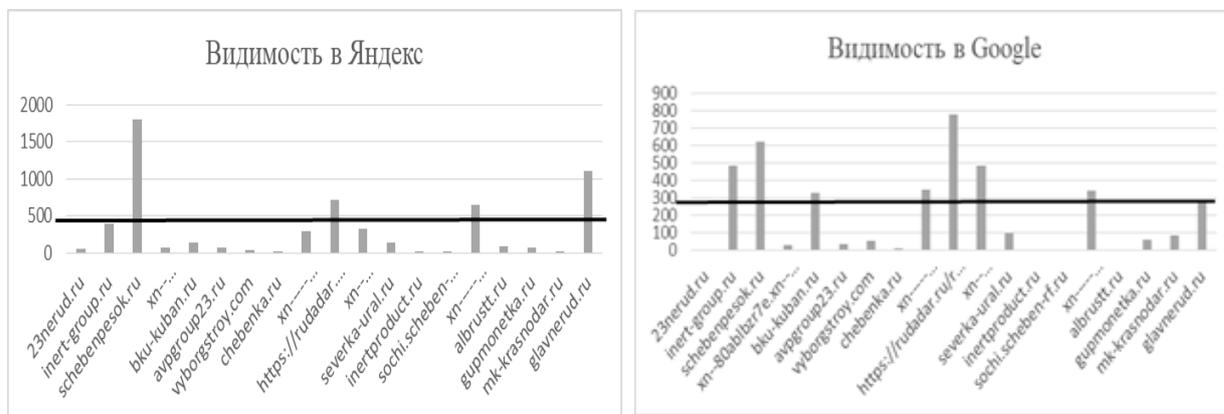
Рис. 1. Основной функционал «MegaIndex» [8]

Отличительной особенностью интернет-платформы «MegaIndex» является то, что она позволяет получить данные 100 конкурентов, со схожими тематиками.

Простота пользования – получение первичных базовых данных также легко позволяет интегрироваться с KeyCollector, где «снятые» метрики, становятся показателями эффективности сайта как информационного продукта.

На практическом примере проведем анализ сайта ГК «НЕДРА», зарегистрированного в Донецкой Народной Республике, с сайтами конкурентов [9].

Перенесем данные видимости на графики (рис. 2 а, б), чтобы увидеть какие сайты имеют эффективность выше среднего. При условии, что они имеют «растущий» график истории видимости, такие сайты будут считаться основными при сравнении с сайтом ГК «НЕДРА».



а) в Яндекс

б) в Google

Рис. 2. Показатели видимости сайтов по данным MegaIndex.com

Из сайтов, показавших результат выше среднего, выберем те, что не имеют тенденцию к падению (табл. 1).

Таблица 1

Конкуренты с лучшими показателями эффективности

№	Конкурент	Возраст/лет	Видимость Ya	Видимость Go
1	schebenpesok.ru	8	1800	619
2	bku-kuban.ru	5	144	326
3	https://rudadar.ru/rostov/	5	716	776
4	glavnerud.ru	6	1100	271

Данные таблицы 1 позволяют сделать вывод о том, что на данном рынке не высокая конкуренция за трафик, что дает возможность «молодым» сайтам эффективно продвигаться. Выделенные сайты имеют возраст, приближенный к среднему и выше, в то время как более молодые представители имеют значительно более низкие показатели. Однако, такое возможно из-за отсутствия на рынке устоявшейся тенденции к развитию интернет-маркетинга и постоянному продвижению.

Сайты, включенные в таблицу 1, имеют показатели трафика и ссылочной активности выше среднего. Что касается анализа восприятия, то ссылки на этих сайтах не воспринимаются как 100 % органичные, следовательно, только от 20 % до 50 % ссылок воспринимаются как SEO инструмент.

Что касается региона деятельности, то 2 из 4 выбранных конкурентов функционируют на территории Ростовской области.

На основании данных о потенциальных конкурентах можно задать дополнительные элементы, которые могут улучшать функциональность сайта (табл. 2).

Таблица 2

Дополнительные функциональные элементы сайта

№	Название	формы	калькулятор	регистрация	корзина	заказать звонок	живые комментарии	FAQ	фильтры поиска
1	23nerud.ru	-	-	-	-	-	-	+	-
2	inert-group.ru	+	-	-	-	-	-	-	-
3	schebenpesok.ru	-	-	-	-	+	-	+	-
4	xn--80ablbr7e.xn--p1ai	-	+	-	-	+	-	-	-
5	bku-kuban.ru	-	-	-	-	+	-	-	-
6	avpgroup23.ru	+	-	-	-	-	-	-	-
7	vyborgstroy.com	-	-	-	-	-	-	-	-
8	chebenka.ru	-	-	-	-	-	-	-	-
9	xn-----elcble4adrpfe1ah.xn--p1ai	+	+	-	-	+	-	-	-
10	https://rudadar.ru/rostov/	-	-	-	-	-	-	+	-
11	xn--90afdb1bdc3g5a.xn--p1ai	+	-	+	-	-	-	-	-
12	severka-ural.ru	+	+	-	-	+	-	-	-
13	inertproduct.ru	+	-	+	-	-	-	-	-
14	sochi.scheben-rf.ru	+	-	-	-	+	-	+	-
15	xn-----9kcfbnbe7bthq3b4g2b.xn--p1ai	+	-	-	-	+	-	-	+
16	albrustt.ru	+	-	-	-	-	-	+	-
17	gupmonetka.ru	-	-	-	-	-	-	-	-
18	mk-krasnodar.ru	-	-	-	-	-	+	-	-
19	glavnerud.ru	-	+	+	+	+	-	-	-
Итого		9	4	3	1	8	1	5	1

Из собранной в таблице 2 информации, можно составить список наиболее популярных дополнительных функциональных элементов сайта.

1. Формы обратной связи – необходимы для сокращения времени, затрачиваемого на каждого клиента.

2. Калькуляторы – ускоряют процесс принятия решений о заказах и уточняют его.

3. В некоторых случаях имеют место элементы регистрации – позволяют собирать более подробную базу данных.

4. Форма заказа звонка – избавляет потребителя от необходимости ожидать на линии, если принимающий звонки сотрудник занят.

5. Живые комментарии.

6. FAQ (англ. frequently asked questions) – часто задаваемые вопросы. Такие блоки дают возможность потребителю сразу получить ответы на 90% своих вопросов.

7. Фильтрация поиска – уточняют поисковой запрос на сайте и дают наиболее релевантный ответ.

Стоит отметить, что анализ сайта ГК «НЕДРА» и сайтов конкурентов позволил нам выявить несоответствия с положением о Сайте [9].

Так как сайт у ГК «НЕДРА» уже существует, необходимо проработать план его оптимизации. Перечень работ можно представить в форме древовидной карты. Предоставление информации в виде такой иерархии позволяет увидеть последовательность действий, группировать их и расширять для создания полноценного технического задания при делегировании (рис. 3).

Повышение эффективности сайта	SEO-продвижение	Собрать семантическое ядро	Написание SEO-текста на главную страницу и страницу товаров
		Подключить системы сбора аналитики	
		Настройка внутренней перелинковки	
		создание ссылок	Написание информационных статей, результатов исследований
			Размещение статей на информационных ресурсах с ссылкой на источник
			Размещение актуальной информации на сайтах-каталогах
		Размещение вакансий на сайте центра занятости с ссылкой на сайт	
	Размещение на сайте ссылок на социальные сети		
	Контекстная реклама	Собрать семантическое ядро объявления	
		Настройка контекстной рекламы для страницы товаров	
	Техническое совершенствование	Размещение формы обратной связи на всех продающих страницах сайта (главная, товары и контакты)	
		Создание калькулятора для расчета стоимости товара	
		Размещение формы заказа звонка	
	социальные сети	Создание страницы в ВК	
		Создание Телеграм канала	
		Создание чат-бота в телеграме	
	Аналитика	Анализ конкурентов	
Анализ текущих позиций			
Анализ эффективности рекламы			

Рис. 3. Древовидная карта структуры работ по оптимизации сайта

Переходя к контекстной рекламе, стоит отметить, что самая важная часть ее настройки – это расчет оптимального бюджета. Необходимо выделить достаточно средств, чтобы результат был ощутим, но при этом не использовать лишние средства.

Первым шагом является выделение из собранного семантического ядра ключевых слов, подходящих для использования их в рекламной кампании. Так как сайт не имеет широкой номенклатуры, достаточно использовать 3 основных запросов (табл. 3).

Таблица 3

Метрики ключевых запросов для контекстной рекламы

Фраза	CPC	CTR	Показы	Переходы
купить песок в ДНР	116,6	16,67	24	4
купить песок в ДНР с доставкой цена	0,3	100	2	2
купить строительный песок	346,4	27,78	18	5

Акцентируем внимание на то, что в таблице 3 внесены новые метрики, необходимые для расчета рекламного бюджета – CPC (Cost-per-click) – показатель средней ставки стоимости клика и CTR (click-through rate) – показатель кликабельности, т.е. отношение количества переходов к количеству показов.

Для расчета бюджета на рекламу необходимо количество переходов умножить на CPC. Таким образом:

$$116,6 * 4 + 0,3 * 2 + 346,4 * 5 = 2199 \text{ рублей.}$$

Это минимальный бюджет при условии, что переходы и цена клика не изменятся. На случай скачков этих параметров, можно добавить половину вычисленного бюджета на погрешности:

$$2199 * 1,5 \approx 3300 \text{ рублей}$$

Имея бюджет и процедуру создания контекстной рекламы, важно ознакомиться с рисками, которые могут возникнуть на пути продвижения. Для этого составим диаграмму Исикавы (рис. 5).



Рис. 5. Причины низкой эффективности контекстной рекламы

Указанные на рис. 5 причины отсутствия роста являются универсальными и наиболее распространенными.

Минус-слова – это слова, которые могут содержать запрос, однако они лишают релевантности фактическую выдачу. Например, при составлении объявления продающего сайта будут неуместны запросы, содержащие информационные приставки «как», «для», «что», «это».

Также важно уточнение с помощью таргетинга. Время показа, целевая аудитория и территории также улучшают капиталоотдачу в случае достаточного точного их установления.

Даже при максимально точном составлении объявления, содержание страницы должно быть релевантно запросу. Поисковые машины принимают для анализа релевантности не только заявленные в рекламе данные, но и содержание целевой страницы.

Ограничение ставки позволит нам сохранить бюджет в моменты значительных скачков CPC.

Содержание объявления должно коротко и четко описывать содержание целевой страницы, а также подталкивать пользователя к переходу. «Продающий» заголовок является важным элементом объявления.

Разные рекламные сервисы имеют специфические алгоритмы составления рейтинга объявлений. Слишком низкая ставка может снизить эффективные показы рекламы, так как в моменты наибольшего интереса потребителей их стоимость растет. Такие интервалы роста являются наиболее важными. Они способствуют скачкам посещаемости и, в свою очередь, повышают рейтинг объявления, так же как релевантность и кликабельность.

Вывод. Интернет-маркетинг – это комплекс маркетинговых мероприятий, связанный с анализом рынка и продвижением товаров, а также обеспечением взаимодействия с клиентами и бизнес-партнёрами с использованием информационно-коммуникационных технологий для привлечения дополнительной прибыли.

Анализа сайта ГК «Недра» посредством интернет-платформы «MegaIndex» показало низкую видимость сайта; малую наполненность; отсутствие интерактивных элементов; ничем не обоснованный выбор цветовой основы сайта.

Для нивелирования этих недостатков, автором были предложены следующие меры: оптимизация сайта и SEO-продвижение; настройка контекстной рекламы; совершенствование технической составляющей сайта и добавление интерактивных функций; мониторинг и сбор аналитики (своей и конкурентов).

Для контекстной рекламы с учетом узкой специализации и низкой популярности запросов в регионе, бюджет рекламы составил 3 300 рублей в месяц.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 11 Surprising B2B Sales Statistics You Need to Know in 2022. – URL: <https://www.drip.com/blog/b2b-sales-statistics> (дата обращения 01.11.2022).
2. Воронов, А. А. Методы и инструменты интернет-маркетинга в системе маркетинговых коммуникаций современной торговли [Текст] / А.А. Воронов, Т.С. Степченко, Г.Н. Сторожева // Экономика и предпринимательство. – 2015. – №. 3-2. – С. 937-942.
3. Жильцова, О. Н. Интернет-маркетинг : учебник для вузов [Текст] / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 301 с.
4. Прохорова, А. М. Основные понятия и инструменты интернет-маркетинга [Текст] / А.М. Прохорова // Наука и современность. – 2016. – №. 46. – С. 114-118.

5. Капустина, Л. М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети [Текст] : [монография] / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов ; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. – 102 с.
6. Мальцева, Ю.А. Коммуникационные инструменты маркетинга в интернетпространстве : монография [Текст] / Ю.А. Мальцева, И.В. Котляревская, В.А. Багинская ; [под общ. ред. канд. филос. наук, доц. Ю.А. Мальцевой] ; Мин-во науки и высш. образования РФ. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2019. – 73 с.
7. Назаров, А. Д. Инструменты интернет-маркетинга в период цифровизации экономики [Текст] / А.Д. Назаров // Наука и бизнес: пути развития. – 2018. – №. 10 (88). – 100 с.
8. MegaIndex: особенности и возможности аналитического сервиса. – URL: <https://rookee.ru/blog/megaindex-osobennosti-i-vozmozhnosti-analiticheskogo-servisa/> (дата обращения: 10.05.2022).
9. Официальный сайт ГК «НЕДРА». – URL: <http://nedra-dnr.ru>. (дата обращения: 10.05.2022).
10. Психология цвета: значение, влияние, использование. – URL: <https://web-valley.ru/articles/tpost/gc0a74ar21-psihologiya-tsveta-znachenie-vliyanie-is> (дата обращения: 10.05.2022).

Поступила в редакцию 06.05.2022 г.

PRACTICAL USE OF SEO AND PPC ANALYTICS

T. V. Ibragimkhalilova, D. A. Leonova

The article substantiates the expediency of using Internet marketing tools (SEO and PPC analytics).

Using the tools of the MegaIndex Internet platform, an analysis of the website of the Nedra Group of Companies was carried out. Based on the data of the analysis of competitors and the Nedra Group, conclusions were drawn about the missing functional elements of the site. In the form of a Gantt chart, a plan for accelerated website promotion is presented. Site analytics allowed to identify key metrics (CPC and CTR) and, on their basis, calculate the budget for creating contextual advertising.

Keywords: Internet marketing, Internet marketing tools, Internet platforms, metrics, SEO and PPC analytics, website, promotion.

Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна

доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
itv2106@mail.ru
+7-949-029-18-88

Леонова Дарья Андреевна

магистрант кафедры «Маркетинг и логистика»
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
dashunkaleo@mail.ru
+38-071-430-83-70

Ibragimkhalilova Tatyana

doctor of Economic Sciences, Associate professor
Donetsk National University, city Donetsk

Leonova Daria

Master
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 338.2

АНАЛИЗ ИНДИКАТОРОВ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВОЙ СФЕРЫ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

© 2022. Т. В. Ибрагимхалилова, К. О. Овчиникова

Анализ тенденций социально-трудовой сферы Донецкой Народной Республики и выявление трансформационных проявлений на рынке труда в условиях военного конфликта на Донбассе.

Ключевые слова: социально-трудовая сфера, социально-трудовые отношения, региональная социально-трудовая сфера, коэффициент напряженности на рынке труда, прожиточный минимум, минимальный размер оплаты труда, индекс потребительских цен.

Постановка проблемы. Несмотря на большое количество исследований социально-трудовой сферы (СТС) в части ее теоретических основ, ключевых особенностей и управления на разных уровнях, существует потребность в дополнительных исследованиях по причине недостатка комплексных исследований развития СТС, которые бы определяли специфику индустриального региона с учетом трансформации, происходящей в современных социально-экономических условиях.

Актуальность исследования. Имеющиеся научные результаты, медленно адаптируются к практической деятельности в Донецкой Народной Республике, что и предопределяет углубленное изучение проблем СТС. Кроме этого, системные трансформации в самом обществе, препятствует эффективному развитию СТС и требуют системного пересмотра направлений ее развития. Именно поэтому, в таких деструктивно-военных условиях очень важно найти и внедрить новые эффективные формы и методы развития СТС в Республике.

Анализ последних исследований и публикаций. Важность СТС обуславливает рост научного интереса к этим вопросам. Среди ученых, занимающихся социально-трудовой проблематикой, следует отметить Н. Волгину, А. Гришнову, О. Колот, Е. Либанову, С. Мельник, Г. Назарову, В. Бибикову и др.

Цель исследования заключается в анализе индикаторов социально-трудовой сферы и на его основе выявление тенденций ее развития с учетом современных реалий.

Результаты исследования. Во избежание терминологической путаницы и недоразумений, прежде всего, считаем целесообразно привести определение термина «социально-трудовая сфера».

Анализ литературных источников свидетельствует о том, что единого четкого определения нет, однако, для достижения целей данного исследования СТС идентифицируется как социально-экономическая категория, включающая в себя институциональное пространство для формирования, функционирования и развития социально-трудовых отношений. Иначе говоря, СТС существует, если есть работодатели и работники [5].

В таблице 1 представлены основные составные части СТС.

Для определения особенностей развития СТС в промышленных регионах В.В. Бибиковой была разработана система индикаторов для каждого ее элемента (табл. 2). Она основывается как на статистических и социологических данных, так и на индикаторах разного влияния (положительного, отрицательного). Такая система позволяет получить более непредвзятую информацию об уровне развития СТС [6].

Основные составные части СТС

Комплекс взаимоотношений между работодателями и работниками				
Рынок труда как результат коммуникации между возможными работниками и работодателями что влияет на:	Охрана труда (охрана труда и здоровья)	Оплата труда	Профессиональное развитие работников	Качество трудовой жизни (описывает среду трудового процесса и влияет на эффективность труда).
количество вакансий	условия труда	ЗП	профессиональная подготовка и переподготовка	продуктивная среда
требования к компетенциям лица	режим труда (в т.ч. кратковременный) и отдых	нематериальные выплаты	адаптация, оценка, тестирование и аттестация работников	непродуктивная среда
его заработную плату	профилактические мероприятий по производственному травматизму и т.п.	других социальные гарантии работникам и членам их семей	проектирование карьеры внутри предприятия и т.д.	

В результате оценки текущего состояния рынка труда города Донецкой Народной Республики были проранжированы по возрастанию коэффициента напряженности на рынке труда.

Кроме того, наблюдается неравномерное развитие различных систем СТС. Наиболее развитыми, как по наличию социологических и статистических данных, так и по комплексным индикаторам являются элементы рынка труда и региональной системы профессионального развития.

Наиболее критическими и общими проблемами для всех городов являются постепенное уменьшение количества занятых в промышленности и низкий уровень развития СТО, охраны труда, в частности, на данный момент предприятия не могут обеспечить своим работникам условия труда, отвечающие санитарно-гигиеническим нормам, по причине острой нехватки воды в республике.

В результате отсутствия эффективных решений усугубляются проблемы СТС.

Выяснено, что между городами Донецкой Народной Республике существуют диспропорции в текущей ситуации на рынке труда (рис. 1), согласно официальным статистическим данным.

Рассмотрим на рисунке 1 рейтинг городов ДНР по количеству свободных рабочих мест (вакантных должностей), предоставленных работодателями в центр занятости.

Так, в городах Донецк, Макеевка, Мариуполь, которые занимают первые три позиции в рейтинге, наибольшее количество свободных мест.

Таблица 2

Индикаторы оценки текущего состояния социально-трудовой сферы

№ п/п	СТО	Рынок труда	Система профессионального развития работников	Оплата труда	Охрана труда	Качество трудовой жизни
1	Доля работников, охваченных коллективными договорами, %	Нагрузка на рабочее место/вакансию лицами, не занятыми трудовой деятельностью, чел	Доля постоянных работников, имеющих высшее, базовое и неполное высшее образование, %	Среднемесячная заработная плата постоянного работника, руб.	Количество работников отделов охраны труда на 1 предприятие, чел	Доля работников, работающих в условиях, не соответствующих санитарно-гигиеническим нормам, в общей численности занятых, %
2	Производительность труда на одного занятого, тыс. руб.	Уровень безработицы, %	Численность работников, повысивших квалификацию, на 100 работников, чел	Темпы роста реальной заработной платы, % к предыдущему году	Количество лиц, привлеченных к ответственности (административной) за правонарушения в сфере охраны труда и здоровья человека на 10 дел с резолюциями, чел	Доля работников с заработной платой ниже минимального размера оплаты труда (менее 15 279 руб.) с 30 сентября 2022 года, %
3	Количество профессиональных ассоциаций, единиц на 10 тысяч занятых	Доля экономически неактивного населения в общей численности экономически неактивного населения, %	Доля студентов заочных и вечерних школ в общей численности студентов академий, %	Среднемесячная заработная плата работника в эквиваленте полной занятости, % к средней заработной плате в экономике	Уровень производственного травматизма, чел	Численность населения на 1 billionную койку, чел
4	Количество профсоюзных организаций, единиц на 1 тыс. занятых	Уровень вынужденной неполной занятости, %	Количество выпускников аспирантуры без отрыва от производства на 100 тыс. работников, чел.	Доля основной заработной платы в общем фонде заработной платы, тыс. руб.	Доля работников, работающих под воздействием вредных факторов, %	Численность работников с полной занятостью, работающих в режиме неполной занятости по экономическим причинам, %

Окончание табл. 2

№ п/п	СТО	Рынок труда	Система профессионального развития работников	Оплата труда	Охрана труда	Качество трудовой жизни
5	Доля работников, имеющих в соответствии с коллективным договором дополнительные профессии за работу во вредных и тяжелых условиях и за особый характер работы, % Численность работников, выбывших по причине дезертирства персонала, %	Нагрузка на рабочем месте/вакансию для инвалидов по инвалидам, чел Доля трудоустроенных инвалидов в общей численности трудоустроенного незанятого населения, %	Количество работников, обученных новым профессиям на 100 работников, человек	Соотношение заработной платы женщин и мужчин, %	Численность работников, имеющих хотя бы один вид льгот и компенсаций, %	Количество уволенных на 1 тыс. работников, %
6			Доля докторов наук, занятых в экономике на 1 тыс. занятых, человек	Доля работников с заработной платой более 10 тыс. руб. в декабре 2022 года, %	Количество предприятий, на которых работники работают в условиях, не соответствующих санитарно-гигиеническим нормам, %	Фонд оплаты труда на одного работающего, тыс. руб.
7	Число уволенных по сокращению штатов, %	Доля незанятого населения в общей численности незанятого населения, %	Количество выпускников, получивших приглашение на работу, %	Динамика суммы задолженности по заработной плате, % к предыдущему году	Количество человеко-дней нетрудоспособности на одного пострадавшего от травм, %	
8	Количество предприятий и организаций на один зарегистрированный коллективный договор, единиц	Доля экономически активного населения, %		Доля работников экономически неактивных предприятий с невыплаченной суммой заработной платы, %	Смертность на производстве, человек на каждые 100 тыс. занятых	
9		Фонд рабочего времени на одного работника, человеко-день Уровень занятости, %			Число пострадавших на 1 групповой несчастный случай, чел Доля смертности на производстве, %	
10						

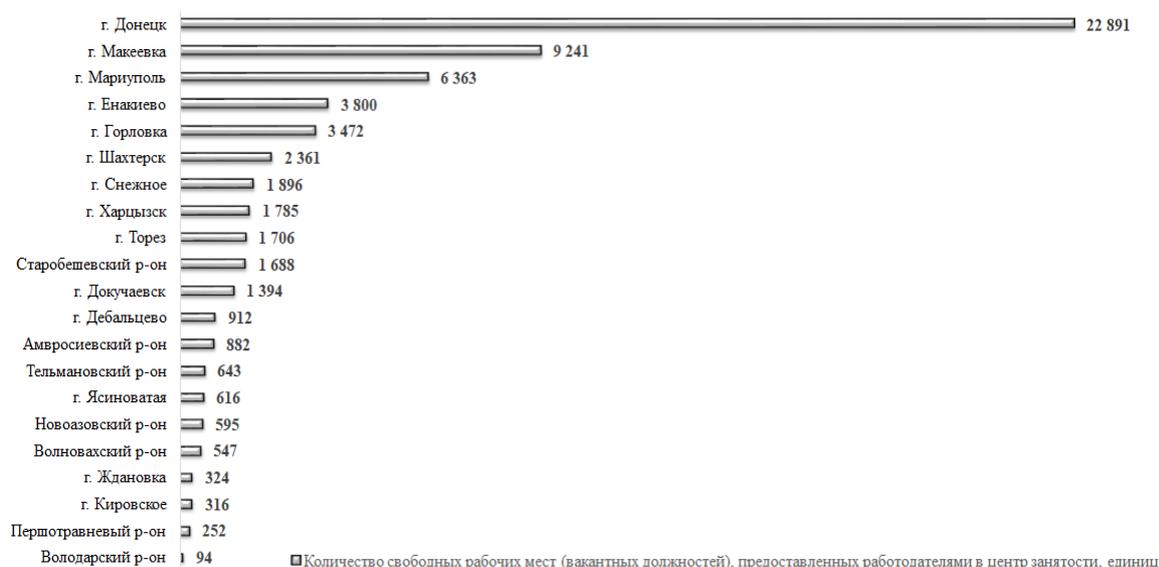


Рис. 1. Рейтинг городов ДНР по количеству свободных рабочих мест

Однако, для определения текущего состояния на рынке труда, необходимо рассмотреть динамику коэффициента напряженности на рынке труда (рис. 2).

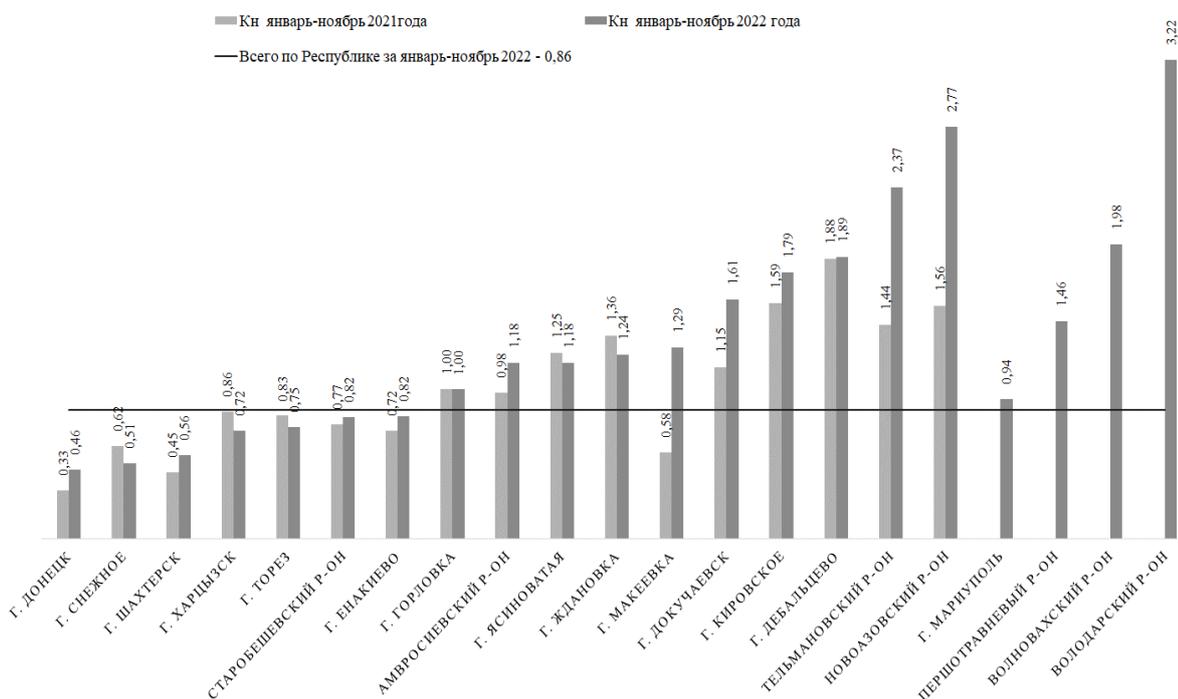


Рис. 2. Динамика коэффициента напряженности на рынке труда

Видим, что за данный отчетный период напряженность на рынке труда Донецкой Народной Республики умеренная, однако высокие показатели данного коэффициента наблюдаются в Тельмановском, Новоазовском, Першотравневом, Волноваском и Володарском районах, что обусловлено ростом населения за счет присоединения

территорий после 19 февраля 2022 года, в конституционных границах Донецкой Народной Республики [1], а также увеличением количества эвакуированного населения с территорий, находящихся в зоне активных боевых действий и территорий временно оккупированных Украиной. Так, по данным администраций численность населения на 30.06.2022 года присоединенных территорий превысила 346 тысяч человек, что на 20 % повысило общую численность населения Донецкой Народной Республики.

Например, за период январь-ноябрь 2022 года нагрузка на одну вакансию в Володарском районе составила 3 человека. Таким образом, исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что в Донецке, Шахтерске и Снежное текущее состояние на рынке труда лучше, чем в других городах.

Эти изменения наряду с военными действиями, отсутствием рабочих мест, дефицитом бюджета и низкими социальными выплатами приводят к снижению уровня благосостояния общества, а также к ухудшению демографических показателей. Все эти факторы являются реальной угрозой для нормального функционирования городов и республики в целом.

Еще очень важными социально-экономическими показателями, которые необходимо, на наш взгляд, включить в индикаторы оценки состояния СТС, являются показатели прожиточного минимума и минимального размера оплаты труда, которые применяются для определения критериев нуждаемости, назначения зарплат и пенсий, других выплат от государства (рис. 3).

С 1 июня 2022 года размер прожиточного минимума был увеличен на 10%, проиндексированные суммы с 1 января 2023 года будут увеличены на 3,3%. Для расчета регионального прожиточного минимума для ДНР действует коэффициент 0,78 от федерального прожиточного минимума, что на 28% ниже федерального показателя.

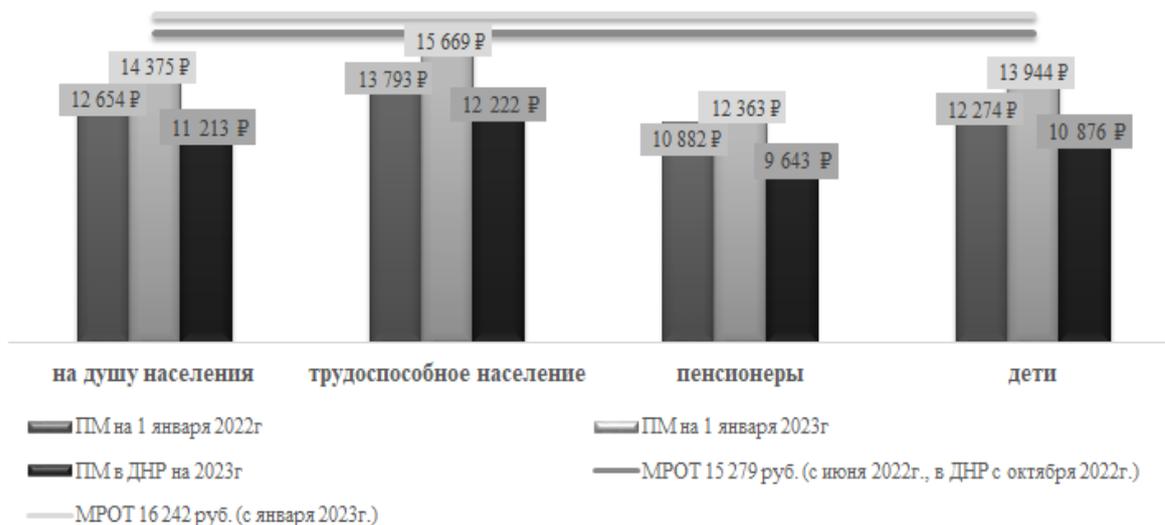


Рис. 3. Динамика прожиточного минимума и МРОТа 2022 г. – 2023 г.

Из рисунка 3 видно, что МРОТ покрывает прожиточный минимум с весьма скудным запасом. Тем более сложно рассуждать о том, чтобы два работающих человека за минимальную заработную плату могли себе позволить растить детей.

Величина МРОТ будет на 13% выше прожиточного минимума, который на 2023 год Правительство РФ решили поднять до 14 375 руб.

Критики из интернет-сообществ против повышения МРОТ рассуждают, что, если

поднять МРОТ – тут же и на столько же вырастут цены на продукты, данный показатель остро реагирует на рост доходов беднейших слоев населения. С октября 2022 г. на территории ДНР установлен МРОТ по законодательству РФ (15 279 руб.) [2], который на 33% выше ранее установленного Народным Советом ДНР (10 245 руб.) [3]. При этом индекс потребительских цен на продовольственные товары в ноябре 2022 года к октябрю составил 102,84% [7]. Как видим, продовольственная инфляция составила 2,8%, тем самым подтвердив, что подорожание продуктов и рост МРОТ оказались мало связаны. В любом случае, рост продовольственной инфляции оказался несопоставим с ростом МРОТ.

На рисунке 4 изображен индекс потребительских цен за 2022 год к предыдущему периоду.

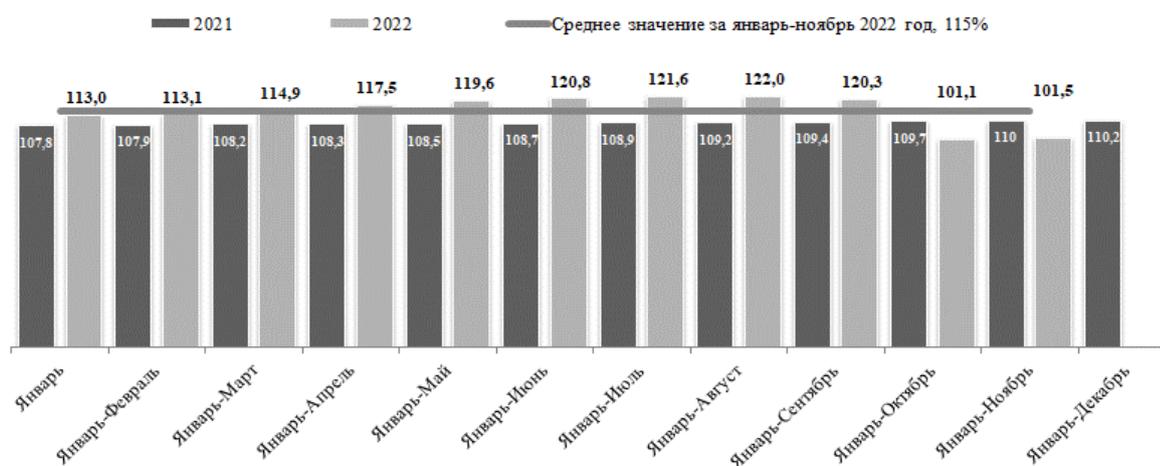


Рис. 4. Базовый индекс потребительских цен к соответствующему периоду предыдущего года, %

Исходя из рисунка следует вывод, что в среднем за период январь-ноябрь 2022 года в среднем индекс потребительских цен вырос на 15%. Данное увеличение МРОТ и прожиточного минимума с января превысит ожидаемый уровень инфляции.

Устойчивость сферы труда требует последовательных мер, которые можно разделить на несколько блоков в зависимости от их принадлежности к различным элементам сферы труда (табл. 3).

Таблица 3

Предложения по развитию и улучшению СТС

Элементы СТС	Предложения
1	2
СТО	<ul style="list-style-type: none"> -развитие отношений между работниками и работодателями на основе социального партнерства; -выполнение обязательств, принятых работодателями и работниками в ходе коллективных переговоров; -защита работников, охваченных нестандартными формами занятости (например, аутсорсинг, аутстаффинг, фриланс и т.д.) со стороны государства; -внимательность к новым деталям и аспектам трудового процесса (человеческий и интеллектуальный капитал, качество трудовой жизни, условия труда и т.д.) во время переговоров между сторонами СТО; -направление усилий сторон производственных отношений на достижение общих интересов; -повысить доверие граждан к своим представительным органам.

Окончание табл. 3

1	2
Рынок труда	-регулирование новых форм и видов занятости со стороны государства (особое внимание должно быть уделено институциональной среде и законодательной базе); -ликвидация «теневого рынка труда» как явления; -снижение уровня скрытой безработицы; -создание условий для снижения мобильности среди высококвалифицированных специалистов.
Оплата труда	-реорганизация механизмов распределения, чтобы ограничить рост высоких доходов и ускорить рост низких доходов; -ликвидация задолженности по заработной плате (особенно в промышленности), не допускать задержек выплат и их неполноты; -внедрение новых эффективных форм переменной части оплаты труда.
Система профессионального развития работников	-своевременная оценка компетенций, навыков и знаний сотрудников с целью выявления пробелов и их устранения; -увеличение программ обучения сотрудников; -увеличение объема средств, направляемых на обучение.
Охрана труда	-распространение мировой практики корпоративной социальной ответственности; -внедрение международных стандартов охраны труда в реалии хозяйствующих субъектов; -своевременное обновление производственных мощностей для уменьшения и предотвращения возможных травм и аварий; -внедрение экологического законодательства и ответственности за его неисполнение.

Вывод. Анализ индикаторов социально-трудовой сферы показал, что одним из ключевых приоритетов на пути развития СТС является повышение престижа труда, что требует сбалансированной государственной поддержки. Это, в свою очередь, требует переосмысления роли и функций государства в регулировании СТС, а также развития институтов гражданского общества, которые рассматриваются как хорошая мера контроля над системой управления.

Концентрируя внимание на вышеперечисленных направлениях развития СТС, мы не должны выбирать в качестве приоритетного одно из них. Напротив, при комплексном подходе будет достигнуто наиболее эффективное развитие всех ключевых элементов сферы труда.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный конституционный закон от 04.10.2022 № 5-ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта – Донецкой Народной Республики».
2. Федеральный Закон от 19 декабря 2022 г. N 522-ФЗ «О внесении изменения в статью 1 Федерального Закона «О минимальном размере оплаты труда» и о приостановлении действия ее отдельных положений».
3. Закон Донецкой Народной Республики от 24 декабря 2021 г. N 344-ПНС «О внесении изменения в статью 1 Закона Донецкой Народной Республики «О минимальном размере оплаты труда» и о внесении изменений в Закон Донецкой Народной Республики «Об оплате труда».
4. Лукьянченко, Н.Д. Теоретико – методологические основы социально – трудовой сферы [Текст] / Н.Д. Лукьянченко, Т. В. Ибрагимхалилова // Вестник ДонНУ. Сер. В. Экономика и право. – 2020. – № 3. – С. 76 – 82.
5. Колот, А.М. Социально-трудовая сфера: состояние отношений, новые вызовы, тенденции развития: моногр. / А.М. Колот. – К.: КНЭУ, 2010. – 251 с.
6. Бибилова, В.В. Анализ уровня развития социально-трудовой сферы регионов Украины /

В.В. Бибикина // БИ. - 2013. - №12. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-urovnya-razvitiya-sotsialno-trudovoy-sfery-regionov-ukrainy> (дата обращения: 12.06.2022).

7. Государственная служба статистики Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gosstat-dnr.ru/>.

Поступила в редакцию 10.06.2022 г.

ANALYSIS OF SOCIAL AND LABOUR INDICATORS I N THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

T. V. Ibragimkhalilova, K. O. Ovchinnikova

Analysis of trends in the socio-labor sphere in the Donetsk People's Republic and identification of transformational manifestations in the labor market in the context of the military conflict in Donbas.

Keywords: social and labor sphere, social and labor relations, regional social and labor sphere, labor market tension coefficient, subsistence minimum, minimum wage, consumer price index.

Ибрагимхалилова Татьяна Владимировна

доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
itv2106@mail.ru
+7-949-029-18-88

Овчиникова Карина Олеговна

аспирант кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
karina.lebedewa2016@yandex.ru
+7-949-328-02-43

Ibragimkhalilova Tatyana

doctor of Economic Sciences, Associate professor
Donetsk National University, city Donetsk

Ovchinnikova Karina

graduate student
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 339.138

АНАЛИЗ СТРАТЕГИЙ МАРКЕТИНГА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

© 2022. *Е. В. Комарницкая*

Статья посвящена исследованию характеристик стратегий маркетинга в цифровой среде. В работе рассмотрены существующие стратегии маркетинга, их составляющие и каналы охвата аудитории.

Ключевые слова: маркетинг; стратегии маркетинга; интернет-маркетинг; маркетинговые каналы продвижения, тактика.

Постановка проблемы. В условиях жесткой конкуренции интернет-среда стала базовой площадкой для торговли, продвижения бренда компании и поиска новых ниш рынка сбыта. Однако, деятельность маркетологов в интернете в большинстве случаев не имеет четко выстроенной стратегии, что вызывает трудности по достижению целей организации. А разработка стратегий маркетинга по продвижению бренда через каналы интернет-маркетинга становится важнейшей задачей для современных компаний. Использование различных инструментов маркетинга должно быть направлено на достижение общей стратегии развития бизнес-единицы.

Актуальность исследования. Онлайн-пространство используется большинством современных компаний для продвижения товаров или услуг, что позволило определить новый вектор развития – интернет-маркетинг. Высокий охват целевой аудитории, возможность предоставить покупателю максимум информации о товаре, доступность интернета в любое время суток, широкий выбор каналов продвижения – все это способствует развитию интернет торговли и требует новых инструментов, что позволит разработать современные маркетинговые стратегии. Несмотря на все вышесказанное, интернет-маркетинг не вытесняет традиционный маркетинг, но дополняет его.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы стратегии маркетинга в цифровой среде рассматриваются в трудах современных ученых: Н. В. Апатовой [1], Д. А. Бутусовой [2], Б. Б. Бекмурзаева [3], Л. В. Балабановой и А. Н. Германчук [4], В. В. Ивахнишиной [6], М. М. Горохова [7] и др. Вопросы стратегии повышения эффективности интернет-маркетинга на предприятии рассмотрены в научных трудах И. В. Пеньковой и Л. И. Дытюк [13].

Выделение нерешённой проблемы. Статистика подтверждает, что всё большее число пользователей приходят в интернет за информацией или за покупками. И соответственно, способствует развитию как одного из самых перспективных каналов роста продаж и способе получения прибыли. Что несомненно, вынуждает компании внедрять маркетинговые стратегии в онлайн-среде в деятельность своей организации. Четко выстроенная стратегия продвижения позволит компании быстро привлечь внимание потенциальных покупателей и весомо сократить расходы на рекламу, при этом увеличив эффект от нее.

Цель исследования заключается в анализе стратегий маркетинга в цифровой среде.

Результаты исследования. Маркетинговые коммуникации в интернет-среде позволяют использовать различные инструменты цифрового маркетинга, которым свойственна более высокая результативность. Инструменты интернет-маркетинга обладают высокой интерактивностью, что позволяет сделать процесс взаимодействия

между покупателем и компанией более открытым и взаимовыгодным. Сотникова Е. А. отмечает, что «если брать в учет специфику и сферу деятельности компании, то инструментарий интернет-маркетинга может состоять из следующих действий: участие в работе электронных торговых площадок (электронных фондовых и товарных бирж), создание оптовых и розничных интернет-магазинов, регистрация в тематических каталогах, работа на отраслевых порталах и в электронных изданиях, управление web-сайтом компании, разработка интернет-рекламы» [12].

По данным GWI (британская компания по исследованию аудитории СМИ), почти 6 из 10 интернет-пользователей трудоспособного возраста (58,4%) теперь покупают что-то в интернете каждую неделю, эта цифра продолжает расти. В России каждую неделю покупки онлайн совершают 42,5% пользователей интернета в возрасте от 16 до 64 лет. Информация по приобретению товаров сети Интернет в других странах представлена на рис. 1.

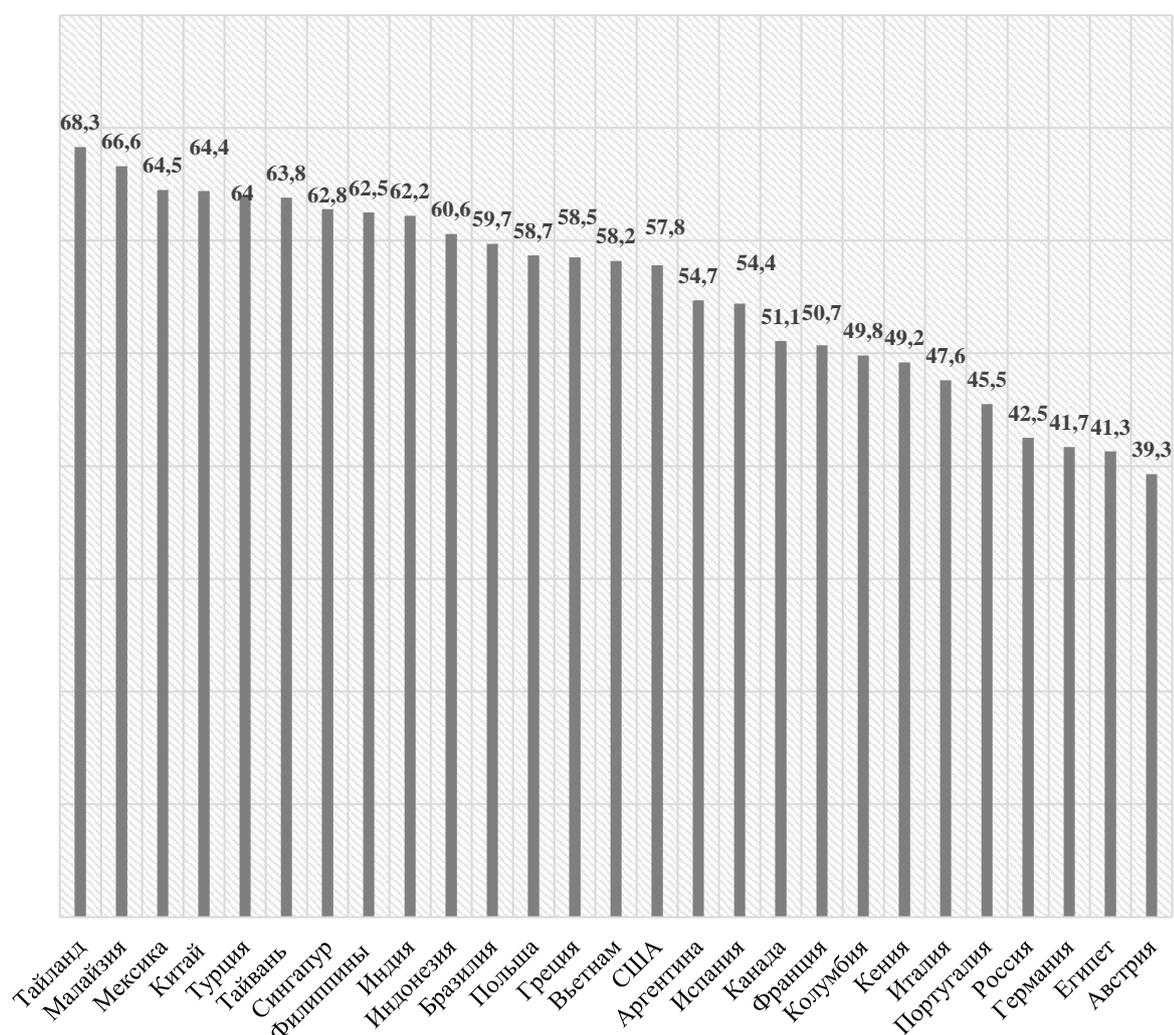


Рис. 1. Ежедневные покупки в интернете пользователей в возрасте от 16 до 64 лет, % от всех покупок [11]

В соответствии со статистическими данными GWI каждый четвёртый интернет-пользователь в возрасте от 16 до 64 лет (27,6%) получает информацию о новых

брендах, продуктах и услугах через рекламу, предоставляемую в социальных сетях, а телевизионная реклама действенна в 31,1% и остается популярной [11].

Онлайн-поиск через поисковые системы занимает 31,7% опрошенных GWI и является основным источником получения информации о новых брендах для интернет-пользователей со всего мира. Сарафанное радио также является одним из самых популярных способов узнать о новом бренде, в условиях цифровой среды оно приобретает другой вид. Распространение информации происходит через возможность поделиться информацией с аудиторией через мессенджеры, социальные сети и личные сообщения.

Продолжая анализ статистических данных, следует отметить активность брендов в социальных сетях на всех этапах цикла покупки. Так, более 4 из 10 пользователей интернета трудоспособного возраста утверждают, что поиск информации о новых брендах и продуктах начинается с изучения данного вопроса в социальных сетях. А среди всех пользователей интернета от 16 до 24 лет таких около половины. На рисунке 2 представлено онлайн-взаимодействие с брендом в процентном соотношении интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет, которые совершают покупки ежемесячно.



Рис. 2. Онлайн-взаимодействие с брендом в процентном соотношении интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет, которые совершают покупки ежемесячно, % опрошенных [11]

Наиболее популярным инструментом онлайн-взаимодействия выступает посещение сайта организации (44,2%), просмотр видео на сайте интересует 24,8% опрошенных пользователей, 23,2% отмечают, что посещают официальный сайт и

подписываются на него. Все описанное свидетельствует о необходимости рассмотрения маркетинговых стратегий в цифровой среде (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ стратегий маркетинга в цифровой среде

	Маркетинговая ориентация	Составляющие маркетинговой стратегии	Каналы охвата аудитории
1	2	3	4
RACE	Модель планирования коммуникации с пользователем	охват (reach), исследование (research) – сначала аудитория попадает на ваше рекламное объявление; действие (act) – затем заходит на ваш сайт и изучает товары; конверсия (convert) — делает заказ; вовлечённость (engage) — попадает в вашу программу лояльности или подписывается на ваши соцсети.	поисковые системы; соцсети; публикации в медиа; контекстная реклама; email-рассылки.
Модель 4C	Ориентир на потребителя	customer value – потребительская ценность; cost to the customer – затраты покупателя; communications – обмен информацией; convenience to buy – удобство при покупке.	электронная почта, социальные сети, рассылки и т.д.
PESO	Модель стратегического планирования интегрированных маркетинговых коммуникаций	Paid – каналы с возможностью разместить контент «на правах рекламы». Earned – каналы, в которых упоминают бренд. Shared – каналы в соцсетях и в блогах на внешних ресурсах. Owned – собственные каналы бренда	платные публикации в медиа, партнёрские материалы, размещение у инфлюенсеров, нативные статьи, сайт компании, корпоративный блог, email-рассылки.
Лестница Ханта	Лестница узнавания – маркетинговая модель	клиент проходит путь от полной неосведомлённости до покупки за пять шагов: неосведомленность, осведомлённость, сравнение, выбор, покупка.	Использование внешнего контент-маркетинга, посадочные страницы на сайте
RFM-анализ	Метод анализа для сегментирования клиентов по частоте и сумме покупок	recency – время с последней активности клиента; frequency – частота покупок клиента; monetary – сумма денег, которую он потратил на товары и услуги компании.	Битрикс-24, 1С и amoCRM
AIDA	Модель скрытого управления покупателем	Внимание (attention); интерес (interest); желание (desire); действие (action).	Продажи через колл-центр, рекламные ролики, сайт, онлайн-магазины
SOSTAC	Модель эффективного планирования маркетинговых стратегий	situation analysis – анализ текущей ситуации; objectives – цель, к которой должны прийти; strategy – стратегия как достичь цели; tactics – тактика; action – конкретные действия, задачи и сроки; control – контроль.	Сервисы для мониторинга цен, репрайсинга, настройка CRM и ERP систем
HADI-циклы	Один из инструментов agile-технологии.	HADI – цикл, состоящий из четырёх блоков: формирование гипотезы (hypothesis), её проверка (action), получение измеряемого результата (data) и выводы (insights), на основании которых выявляются эффективные каналы продвижения	Яндекс.Метрика и Google Analytics

Окончание табл. 1

1	2	3	4
	Маркетинговая ориентация	Составляющие маркетинговой стратегии	Каналы охвата аудитории
2P+2C+3S	Комплекс электронного маркетинга (e-marketing)	Personalisation - персонализация, privacy - приватность, customer service - обслуживание клиентов, community - сообщество, site - сайт, security - безопасность, sales promotion - стимулирование продаж.	управление веб-сайтом, возможность обмена мнениями потребителей на сайте

Представленные маркетинговые стратегии свидетельствует о невозможности формирования единого подхода и необходимости дальнейшего изучения данной проблематики.

Выводы. Работа посвящена анализу стратегий маркетинга в цифровой среде. Исследована сущность таких следующих моделей: RACE, модель 4C, PESO, лестница Ханта, RFM-анализ, AIDA, SOSTAC, HADI-циклы, 2P+2C+3S.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Апатова, Н. В. Виды стратегии интернет-маркетинга и Ключевые этапы ее разработки / Н. В. Апатова, И. Абилова // Теория и практика экономики и предпринимательства: XVII Всероссийская с международным участием научно-практическая конференция, Симферополь-Гурзуф, 23–25 апреля 2020 года / Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского. – Симферополь: ИП Зуева Т. В., 2020. – С. 234-235. – EDN KJCEAN.
2. Бутусова, Д. А. Генезис информационных моделей в управлении маркетингом / Д. А. Бутусова // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16. – № 8. – С. 3087-3106. – DOI 10.18334/ce.16.8.115135. – EDN JJUWRU.
3. Бекмурзаев, Б. Б. Стратегия увеличения экономической эффективности проекта в интернет-маркетинге / Б. Б. Бекмурзаев, М. У. Спанов // Экономические и гуманитарные науки. – 2020. – № 7(342). – С. 83-94. – DOI 10.33979/2073-7424-2020-342-7-83-94. – EDN CYOOTK.
4. Балабанова, Л. В. Бизнес-сотрудничество в маркетинговых каналах распределения продукции / Л. В. Балабанова, А. Н. Германчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2019. – № 3. – С. 27-37. – EDN RVCOPS.
5. Ивахнишина, В. В. Алгоритм разработки стратегии интернет маркетинга / В. В. Ивахнишина // Современные аспекты экономики. – 2018. – № 12(256). – С. 189-192. – EDN YWIAUX.
6. Игнатова, М. В. Актуальные стратегии интернет-маркетинга для повышения эффективности рекламных кампаний / М. В. Игнатова // Вестник Академии Пастухова. – 2018. – № 1(24). – С. 14-16. – EDN YSOEYX.
7. Горохов, М. М. Интернет-маркетинг: стратегия и виды / М. М. Горохов, Д. Е. Докучаев, А. Д. Трефилова // Социально-экономическое управление: теория и практика. – 2019. – № 1(36). – С. 21-24. – EDN VZCNMO.
8. Курипченко, Е. В. Современные тенденции развития интернет-маркетинга: стратегии и инструменты / Е. В. Курипченко // Сборник научных работ серии «Экономика». – 2020. – № 19. – С. 124-132. – EDN VKHNFH.
9. Пенькова, И. В. Стратегия повышения эффективности интернет-маркетинга на предприятии / И. В. Пенькова, Л. И. Дытюк // Теория и практика экономики и предпринимательства: Труды XIII Международной научно-практической конференции, Симферополь - Гурзуф, 21–23 апреля 2016 года / Министерство науки и образования РФ; ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского». – Симферополь - Гурзуф: ИП Бровко А.А., 2016. – С. 176-177. – EDN WJFKJ.
10. Смирнова, Л. И. Механизм построения стратегии интернет-маркетинга / Л. И. Смирнова, Ю. Г. Щадилова // Тенденции развития науки и образования. – 2020. – № 60-4. – С. 49-53. – DOI 10.18411/lj-04-2020-76. – EDN CCDZVJ.
11. Статистика интернета и соцсетей на 2022 год – цифры и тренды в мире и в России. Электронный ресурс <https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2022-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/>

12. Сотникова, Е. А. Комплексный интернет-маркетинг как инструмент формирования стратегии продвижения бренда / Е. А. Сотникова, Ю. А. Кузьмичева // Экономическая среда. – 2020. – № 2(32). – С. 5-9. – EDN IXDBQO.

13. Орлова, М. В. Особенности онлайн-продвижения бренда на B2B-рынке / М. В. Орлова, А. М. Аймалетдинова // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. – № 3. – С. 52-59. – EDN ZTDZLN.

14. Рыжих, А. И. Маркетинговые стратегии предприятий розничной торговли в условиях цифровизации / А. И. Рыжих, В. В. Герасименко // Инновации и инвестиции. – 2022. – № 4. – С. 67-73. – EDN LEHLYS.

Поступила в редакцию 20.06.2022 г.

ANALYSIS OF MARKETING STRATEGIES IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

E. V. Komarnitskaja

The article is devoted to the study of the characteristics of marketing strategies in the digital environment. The paper examines the existing marketing strategies, their components and channels of audience coverage.

Keywords: marketing; marketing strategies; Internet marketing; marketing channels of promotion, tactics.

Комарницкая Елена Владимировна

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
e.komarnitskaya@donnu.ru
+38-071-373-38-41

Komarnitskaja Elena

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Management
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 009.06.304.5

СИСТЕМА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ОРГАНОВ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВЕННЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ: ТЕРМИНОЛОГИЯ, МОДЕЛИ, МЕХАНИЗМ

© 2022. *И. В. Костенко, Я. В. Хоменко, М. С. Бережнева*

В статье рассматриваются теоретические аспекты взаимодействия общественных объединений с органами власти. Систематизированы его основные формы, функции и модели. Представлен комплексный механизм осуществления данного вида взаимодействия.

Ключевые слова: органы власти, общественные объединения, модели взаимодействия, механизм взаимодействия.

Постановка проблемы. Взаимодействие общественных организаций с органами власти – неотъемлемая часть социальной жизни в демократическом государстве. Целью такого взаимодействия является наиболее полное удовлетворение потребностей граждан в социальных услугах, предоставляемых как государством, так и социально ориентированными общественными (некоммерческими) организациями, и предоставление возможностей самореализации социально активным гражданам, включение их в процесс построения гражданского общества. Процесс взаимодействия «третьего сектора» и государства осуществляется непрерывно с момента возникновения первых некоммерческих организаций и появления нормативной базы для их регистрации и функционирования.

Актуальность исследования определяется чрезвычайной важностью проблем взаимодействия общественных объединений и органов власти в различных странах, в том числе и для Донецкой Народной Республики. Общественные объединения в современной реальности стали одним из важнейших институтов гражданского общества. И то, что они в государствах с различным политическим строем и экономическими реалиями формируются и действуют – в самых разнообразных условиях, демонстрирует их эффективность и важность для социума. Сегодня эти общественные объединения, а также созданные на их базе на основании свободного вхождения членов – как физических, так и юридических лиц, организации получили собирательное наименование «третий сектор» (не путать с третичным сектором экономики), заняв значительное место в экономических процессах, создавая и распределяя материальные и финансовые ресурсы, но не ставя перед собой цель получения прибыли. Общественные объединения, а также созданные на их базе общественные организации, заняли полноправное место в структуре гражданского общества, как важнейший его элемент [1].

Анализ последних исследований и публикаций. На сегодняшний день тема взаимодействия некоммерческого сектора экономики и государства исследуется во всём мире, среди исследователей мирового уровня – Б.А. Вейсброт, чья книга «Некоммерческая экономика», опубликованная в 1988 г., рассматривала экономическую концепцию взаимодействия органов власти с некоммерческим сектором, социально-политические факторы взаимодействия были концептуально оформлены в отдельное направление прежде всего Р. Патнэмом, выдвинувшем гипотезу о социальном капитале. Историческая концепция, исследующая исторические перспективы и межстрановые сравнения взаимодействия органов власти и

общественных объединений, принадлежит внесшим большой вклад в это направление Л. Саламону, Г. Эспинг-Андерссену, Г. Анхайеру. В советский период вопросом типизации общественных организаций и их взаимодействия с государством занимались О.В. Орлова и Д.В. Шутько, обобщив свои исследования в книге «Общественные объединения в СССР», впоследствии эти исследования авторами были продолжены, о чём свидетельствует ряд публикаций более позднего периода.

Мировой опыт в вопросе взаимодействия изучали А.В. Давыдова, А.К. Сембаева, А.В. Тарасенко, изложив в работе «Анализ мирового опыта взаимодействия органов государственной власти с общественными объединениями». Также в российской научной школе вклад в развитие теоретической и эмпирической базы исследования взаимодействия гражданского общества и государства, и коммуникационного пространства этих отношений, внесли исследователи А.Ю. Сунгуров, О.В. Гуленко, О.Н. Фомин, С.Ю. Наумов, А.Н. Николаев, А.С. Федотов, А.А. Вилков, И.В. Андропова, М.В. Мамонов, О.А. Лиценбергер, О.И. Цыбулевская. В работах А.Ю. Сунгурова, В.В. Гуленко, О.В. Кузмена проведен анализ условий и путей формирования общественного мнения и коммуникационные механизмы взаимодействия общества и государства. Для определения значимости деятельности НКО в регионе в России разработана методика А.А. Шабуновой и К.Е. Косыгиной. Модели взаимодействия государства и общественных организаций описал в своей работе «Взаимодействие органов власти и структур гражданского общества: возможные модели и их реализация в общественно-политической жизни России» в середине 2008 г. А.Ю. Сунгуров. Одним из признанных специалистов в сфере межсекторного взаимодействия является А. С. Автономов, чей учебник «Социальные технологии межсекторного взаимодействия в России» востребован среди изучающих политологию и государственное управление.

Выделение нерешенной проблемы. При столь широком интересе к изучению данной проблематики, вопрос совершенствования механизма взаимодействия органов власти и общественных объединений в Донецкой Народной Республике остается крайне актуальным, что свидетельствует о целесообразности его рассмотрения в рамках данной статьи.

Цель исследования – изучение теоретических аспектов системы взаимодействия органов власти и общественных объединений, разработка направлений её совершенствования для Донецкой Народной Республики на основе анализа отечественного и зарубежного опыта в данной сфере.

Результаты исследования. Современное демократическое государство является сложнейшим механизмом, основанным на системе сдержек и противовесов, и учёта интересов всех слоёв населения. Оно является плодом усилий многих поколений, формировавших государственное устройство, видоизменявших его, создававших различные формы организации общественных отношений, всё более усложнявшихся с течением времени. В структуре социума любого современного государства наблюдается постепенный, но постоянный рост как количественной, так и качественной составляющей, которую обобщённо можно назвать общественными объединениями, также наблюдается повышение разнообразия видов таких объединений, расширяются сферы применения их деятельности.

В связи с этим, можно утверждать, что общественные объединения в современной реальности стали одним из важнейших институтов гражданского общества. И то, что они в государствах с различным политическим строем и экономическими реалиями формируются и действуют – в самых разнообразных условиях, демонстрирует их

эффективность и важность для социума. Сегодня эти общественные объединения, а также созданные на их базе на основании свободного вхождения членов – как физических, так и юридических лиц, организации получили собирательное наименование «третий сектор» (не путать с третичным сектором экономики), заняв значительное место в экономических процессах, создавая и распределяя материальные и финансовые ресурсы, но не ставя перед собой цель получения прибыли. Общественные объединения, а также созданные на их базе общественные организации, заняли полноправное место в структуре гражданского общества, как важнейший его элемент [1].

В своей диссертации «Общественные организации как фактор социокультурного развития региона», кандидат социологических наук А.В. Окатов выражает мнение о том, что представление об организации, и в том числе общественной организации, как специальном целенаправленном и целереализующем конструкте, достаточно узко [2]. Он согласен с определением социолога В.И. Франчука, понимающего под организацией «относительно устойчивую социальную целостность, проявляющую разумное поведение подобно живому организму, то есть проявляющую способность адекватно отвечать (реагировать) на вызовы или, другими словами, способность выявлять и решать социальные проблемы, понимаемые как отклонения от социальных норм». И указывает на то, что многие организации возникают и формируются стихийно, проявляя в процессе самоорганизации элементы как естественного, так и искусственного происхождения.

Доктор юридических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации Г.В. Атаманчук в своей работе дает определение органу государственной власти: «государственный орган представляет собой единичную структуру власти, формально созданную государством для осуществления закрепленных за ней его целей и функций» [3]. Стоит отметить, что законодательство многих стран не содержит специального юридически определенного понятия «неправительственная некоммерческая организация», что особо характерно для тех стран, которые привержены прецедентному праву (например, США, Великобритания). Но и в странах с континентальным (кодифицированным) правом также зачастую нет законодательно определённого понятия, что следует учитывать, анализируя эту сферу [4].

Определение Международного валютного фонда дается с позиций необходимости статистического учета таких организаций. По этому определению *nonprofit institutions* – NPI, это «созданные с целью производства или распределения товаров и услуг юридические или общественные организации, которые не могут быть источником дохода, прибыли или иной финансовой выгоды для институциональных единиц, которые создали, контролируют или финансируют эти организации» [5]. В мировой практике за организациями подобного рода закрепилось общее название NGO (*Non-Governmental Organization*) – неправительственная организация. В России – НКО (некоммерческая организация). Хотя эти термины не полностью охватывают весь спектр общественных организаций.

Следует отметить, что в правовом государстве организационная самостоятельность общественных организаций гарантируется законом. Одной из важных задач государства является создание для общественных объединений соответствующего их положению в системе общественных отношений правового статуса, который не будет препятствовать им иметь адекватные права как в частноправовых, так и в публичных отношениях. Общественное объединение – это прежде всего субъект публичного права, который реализует свою правоспособность в

различных сферах общественной жизни и в формах, не противоречащих законодательству. Основами правового статуса для существования и деятельности общественных объединений в различных странах мира является законодательство этих стран, в том числе и конституционное.

Несмотря на то, что первые общественные объединения в различных их формах в странах мира появились достаточно давно (в России, например, таковым стало Вольное экономическое общество, которое было учреждено указом императрицы Екатерины II 31 октября 1765 г.) [6], а термин «гражданское общество» был введен ещё Аристотелем [7], но только после Второй мировой войны в международной правовой практике закрепились понятия и статус общественных объединений. Сделано это было посредством таких документов, как: Всеобщая декларация прав человека, принятая в 1948 г. [8], и Международный пакт о гражданских и политических правах [9]. В 20 статье Декларации закреплено следующее положение: «Каждый человек имеет право на свободу мирных собраний и ассоциаций. Никто не может быть принуждаем вступать в какую-либо ассоциацию». Также некоммерческие организации были признаны статьёй 71 Организации Объединённых Наций, которая гласит: «Экономический и Социальный Совет уполномочивается проводить надлежащие мероприятия для консультации с неправительственными организациями, заинтересованными в вопросах, входящих в его компетенцию. Такие мероприятия могут быть условлены с международными организациями, а в случае надобности, с национальными организациями после консультации с заинтересованным Членом Организации» [10].

В Российской Федерации организациями, которые относятся к общественным, в соответствии с определением Гражданского кодекса РФ, признаются «...добровольные объединения граждан, объединившихся в установленном законом порядке на основе общности их интересов для удовлетворения духовных или иных нематериальных потребностей, для представления и защиты общих интересов и достижения иных не противоречащих закону целей» [11]. Если же воспользоваться подходом, принятым ООН, к общественному (некоммерческому сектору) как сегменту гражданского общества, рекомендуется относить организации, которые отвечают следующим критериям:

- имеющие юридический статус;
- не преследующие цели получения прибыли и не распределяющие прибыль среди учредителей, членов и участников;
- независимы от государственных органов;
- работают на принципах самоуправления;
- образуются на добровольной основе.

В различных странах мира терминология, обозначающая типы и виды общественных объединений (организаций) может отличаться от международной, это хорошо видно на примерах терминологии, принятой в США и Германии (таблица 1). Такие обозначения складывались исторически в странах, зачастую задолго до появления международной терминологии, которая была принята уже после создания международных неправительственных и некоммерческих организаций уже после Второй мировой войны. Причём терминология конкретных обозначений организаций, как зарегистрированных в качестве юридических лиц, так и не прошедших регистрацию добровольных объединений граждан, либо объединений организаций, действующих в рамках парадигмы неприбыльности, а также социальной полезности, достаточно широка и определяется как формами организации, так и функциональными

особенностями, а также правами, которые организация получает вследствие регистрации.

Таблица 1

Термины, обозначающие общественные объединения в различных странах

Страна	Термин	Область использования термина и обозначение типа организации	Примечание
США	Ассоциация (association)	Незарегистрированное общественное объединение	
	Корпорация (corporation)	Зарегистрированная общественная организация	
	Неправительственные организации (non-governmental organizations - NGOs)	Используется для общего обозначения некоммерческих организаций	Часто используется также в мировой практике
	Фонд (foundation)	Используется в целях налогообложения в отношении организаций, подпадающих под определенные критерии, вне зависимости от организационно-правовой формы или наименования	Часто используется также в мировой практике
	Организации общественной пользы (not for profit organizations - NPOs),	Используется для обозначения широкого спектра общественных организаций, соответствующих принципу «общественной пользы», т.е. оказывающих услуги различным слоям населения, а не только своим членам	Часто используется также в мировой практике
Германия	Общественное объединение (Der Verein)	Безотносительно к организационно-правовой форме, переводится как общество, клуб, союз, компания, может применяться и к общественным движениям	
	Зарегистрированное общественное объединение (eingetragener Verein)	Объединение, союз, общество, прошедшее процедуру регистрации в государственных органах	
	Общество с ограниченной ответственностью (Gesellschaft mit beschränkter Haftung – GmbH)	Юридическая форма, часто встречающаяся как в Германии как в коммерческом, так и некоммерческом вариантах	
	Предпринимательская компания (Unternehmergeellschaft – UG)	Юридическая форма, также встречающаяся как в коммерческом, так и некоммерческом секторах, при соблюдении некоторых условий может признана некоммерческой	
	ФОНД (Stiftung)	Частное учреждение, которое с помощью собственности преследует цель, определяемую его основателями	

Составлено авторами по данным [4].

В Российской Федерации принята собственная терминология определения некоммерческих организаций, чаще всего употребляются следующие термины: «общественное объединение» - в самом широком плане, включая зарегистрированные и не зарегистрированные объединения граждан, «общественная организация» (ОО),

«некоммерческая организация» (НКО), «социально ориентированная некоммерческая организация» (СО НКО).

В зависимости от своей структуры, назначения, а также целей и задач, общественные объединения делятся на несколько видов. К основным видам общественных объединений можно отнести: массовые движения, политические партии, религиозные организации, профессиональные союзы, добровольные общества, творческие союзы, ассоциации, землячества, союзы ветеранов, фонды, спортивные организации [13]. Наиболее часто в мировой практике встречаются следующие формы общественных объединений:

- фонды;
- благотворительные организации;
- добровольческие организации;
- некоммерческие ассоциации.

В типологии общественных объединений О.В. Орловой и Д.В. Шутько, они разделены на следующие общие виды, включающие в себя различные их разновидности [14]:

1. Общественные организации.
2. Общественные движения.
3. Общественные фонды.
4. Органы общественной самодеятельности.
5. Органы общественного самоуправления по месту жительства.
6. Любительские объединения (клубы по интересам).

Эта типология основывается на структуре, особенностях членства и функциях общественного объединения, включая в себя и те, которые не являются юридическими лицами. Также общественное объединение может типизироваться и по иным признакам, таким, как юридический статус, способ финансирования, и так далее. По мнению составителей типологии, к типу «общественной организации» следует отнести многочисленные и разнообразные организации, имеющие:

- выраженную структуру;
- уставные документы, где прописаны цели, в рамках которых действует организация;
- официально оформленное членство;
- собственную материальную базу;
- органы самоуправления.

Такая типология основывается больше на юридических особенностях регистрации и функционирования, а также перечне прав и обязанностей общественной организации и её членов [16]. На сегодняшний день, особенно в западных странах, юридическая составляющая в деятельности любой организации имеет очень весомую роль – от того, какую юридическую форму имеет организация, зависят её права и ограничения, в том числе в вопросах финансирования и трат, работы с определёнными аудиториями, а также вопросах создания дочерних организаций и филиалов. В Российской Федерации также юридическая форма общественной организации играет важную роль, являясь формирующей дальнейшую деятельность матрицей и предоставляя либо ограничивая различные её возможности.

Функционирование общественных организаций также поддается типизации. Типовыми функциями общественных организаций являются:

- выявление и удовлетворение интересов и потребностей своих представителей;
- социальная интеграция и мобилизация;

- социализация участников;
- представительство в органах власти, лоббирование интересов участников;
- моделирование новых общественно-политических структур.

Однако различные виды общественных организаций могут реализовывать различные функции в своей деятельности, сочетая их в разном порядке, либо выделяя какие-либо из них, как главные, основные. Зачастую общественная организация концентрируется на реализации одной-двух функций, и не использует остальные. Но, как правило, все общественные организации в своей деятельности занимаются выявлением и удовлетворением интересов и потребностей своих представителей, в процессе чего происходит социализация их участников.

Среди прочих особенностей общественных организаций стоит рассмотреть такое, как отношение к сфере политики. Общественные организации и движения можно разделить на политические и неполитические (например, политическими организациями являются все партии, движения в защиту прав меньшинств, феминистские движения и т.д., к неполитическим можно отнести движения за здоровый образ жизни, охрану культурных ценностей и т.д.). Одной из особенностей общественной организации может быть её половозрастной состав, например, детское движение, общественная организация пенсионеров, женское движение, либо по социальной принадлежности членов – крестьянское движение, бизнес-сообщества, объединение многодетных и т.д. Также возможно объединение по профессиональным признакам, причём, подобные объединения могут поднимать не только узкоспециализированные вопросы, но и более глобальные.

Достаточно заметными являются особенности общественных движений, которые выражаются в том, что зачастую общественное движение юридически никак не оформляется, в него могут входить как граждане, так и организации, причём достаточно разные в плане политических взглядов.

Необходимость постоянного взаимодействия органов государственной власти и различных общественных объединений вызвана прежде всего тем обстоятельством, что основной движущей силой общественной организации являются граждане государства, а основной целью и функцией общественных организаций является удовлетворение социальных потребностей граждан, что невозможно без взаимодействия с органами власти. Выделяют три главных направления сотрудничества государства и общественных объединений:

- информирование государством общественных объединений о состоянии дел в той или иной сфере жизни общества, в том числе о принимаемых государственными органами решениях;
- совместная деятельность государства и общественных объединений в решении социально значимых проблем, например, избирательная кампания, охрана окружающей среды, охрана общественного порядка, охрана труда, охрана памятников культуры и др.;
- законотворчество и правотворчество: через депутатов и партийные фракции общественные объединения воздействуют на процесс правотворчества, изучают общественное мнение, проводят общественную экспертизу законопроектов, других нормативных правовых актов, организуют общественную экспертизу в области экологии, проводят благотворительные мероприятия и др.

Государство же, в свою очередь, контролирует:

1) законность деятельности общественных объединений, в том числе путем регистрации их уставных документов, надзора за тем, чтобы их деятельность не выходила за пределы уставных целей и задач;

2) законность источников доходов данных объединений; уплату ими установленных налогов, если они подлежат налогообложению.

Оно может приостановить деятельность общественных объединений или их ликвидировать, а также запретить их деятельность (по решению суда).

Теоретические объяснения сотрудничества органов власти и общественных объединений в современном обществознании можно свести крупно к трём направлениям:

– экономическому – анализирующему экономику и рыночные ниши, занимаемые общественными объединениями, транзакционные издержки в сравнении предоставления однотипных услуг государственными, частными и некоммерческими услугами. Основателем направления стал Б.А. Вайсброд, опубликовавший в 1988 г. монографию, где рассматривалась концепция «провалов» рынка и государства;

– социально-политическому – анализирующему социально-политические факторы взаимодействия НКО и госорганов, концептуально оформлено направление прежде всего Р. Патнэмом в его гипотезе о социальном капитале;

– историческому – в котором рассматривается историческая перспектива явления, а также проводятся межстрановые сравнения. Большой вклад в это направление внесли Г. Эспинг-Андерсен, Л. Саламон, Г. Анхайер.

Относительно социально-политического направления анализа взаимодействия НКО и государства, выглядят интересными положения теории развития некоммерческого сектора Лестера Саламона и Гельмута Анхайера и их типология некоммерческих режимов [18].

Теория опирается на следующие параметры:

– масштабы некоммерческого сектора;

– соотношение НКО;

– уровень государственной поддержки;

– наличие волонтерских организаций.

Всего в теории выделяется четыре модели некоммерческого сектора, каждая по-своему отвечает на вопросы о причинах и факторах успешного развития общества, о влиянии этих причин и факторов на способность людей к самоорганизации, и о роли государства в этом.

Российский политолог и политический деятель А.Ю. Сунгуров, в своей статье «Модели взаимодействия органов государственной власти и структур гражданского общества: российский опыт», приводит модели взаимодействия государства и общественных организаций, которые укладываются в три варианта - сотрудничество, отсутствие сотрудничества (игнорирование) и конфронтация. При этом в каждом из вариантов возможно развитие нескольких моделей сотрудничества. Модель игнорирования, основанная на отказе государства взаимодействия с общественными организациями, предполагает большое разнообразие негосударственной поддержки и концентрации власти на экономических и политических проблемах государства [19].

Вариант сотрудничество включает, например, модели поддержки развития общественных объединений, или «модель садовника», а также «партнёрская модель» и «модель архитектора» (рис. 1). Модели сотрудничества основаны на создании юридической базы для появления и поддержки общественных объединений, созданию

«переговорных площадок» для диалога органов власти с общественными объединениями, создают условия для формирования общей повестки, а также задач, которые совместно решаются представителями «третьего сектора» и органов власти.

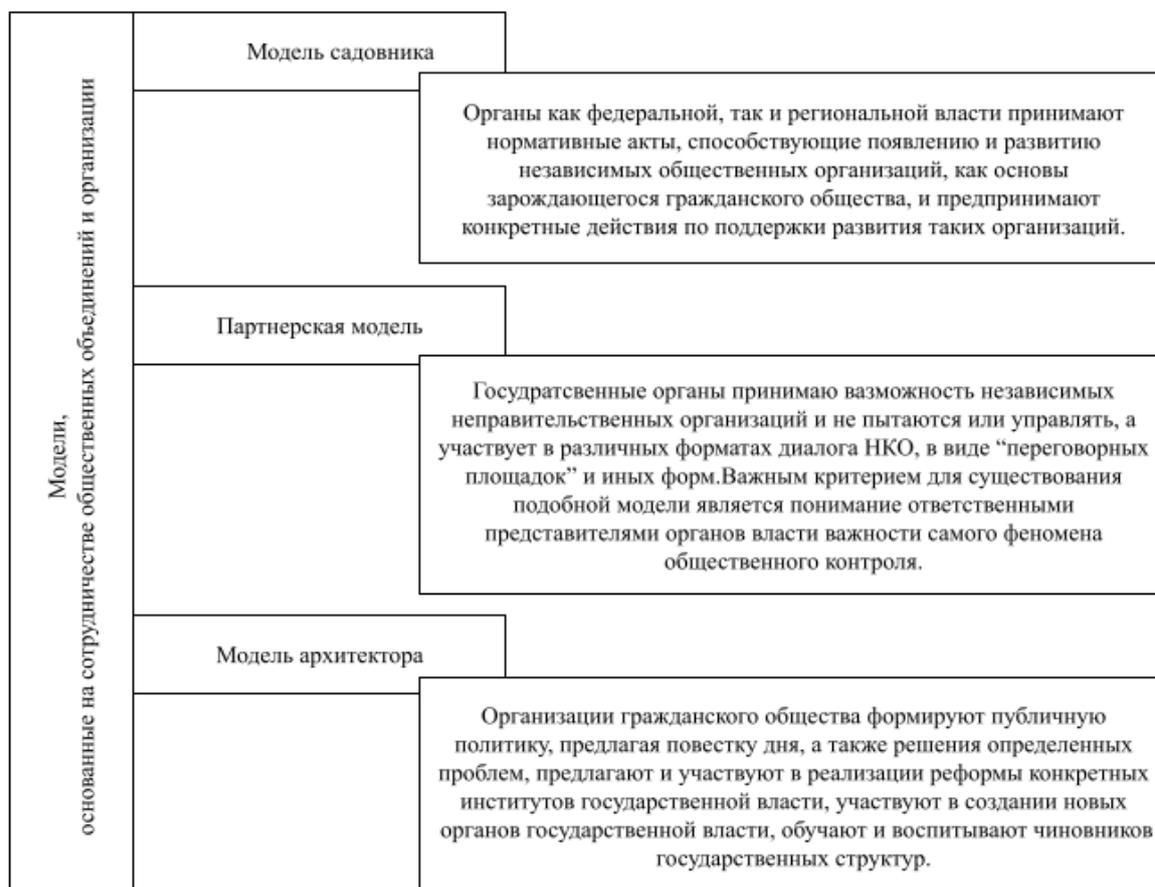


Рис. 1. Модели взаимодействия органов власти и общественных объединений, основанные на сотрудничестве (составлено авторами на основании [19])

Вариант взаимодействия, основанный на доминировании власти в отношении общественных организаций, описан А.Ю. Сунгуровым в следующих моделях: «патерналистской» и модели «приводных ремней» – это взаимодействие, которое не предполагает надделение общественных организаций широкой инициативой, а рассматривает их скорее, как передаточные механизмы между государственными структурами и населением (рис. 2). Эти модели предполагают поддержку лояльных власти общественных объединений, как финансовую, так и различными активами, и полный контроль за деятельностью общественности. В моделях, основанных на доминировании власти, общественные объединения фактически являются частью государственного механизма, что позволяет органам власти полностью контролировать их деятельность.

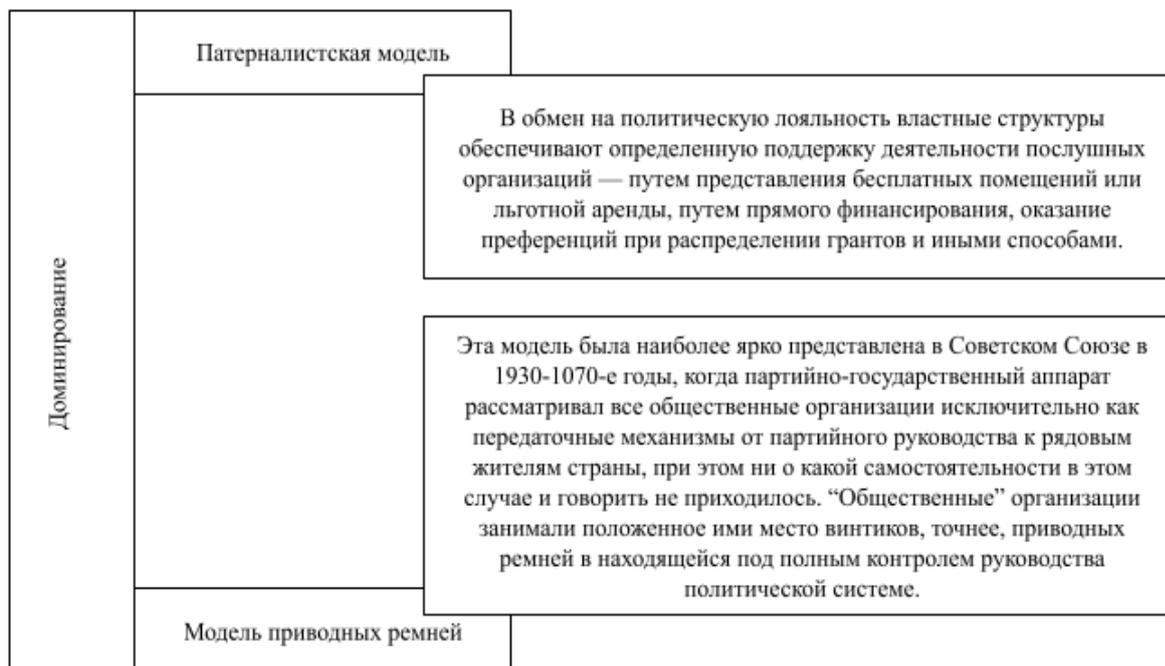


Рис. 2. Модели взаимодействия органов власти и общественных объединений, основанные на доминировании (составлено авторами на основании [19])

В ситуации взаимодействия в условиях конфронтации, А.Ю. Сунгуров выделил две модели – «Борьбы с противником» и «Гражданского неповиновения» (рис. 3). Конфронтационные модели взаимодействия чаще всего можно встретить в периоды кризиса власти, в ситуациях, когда общественные организации не находят достаточных рычагов мирного воздействия на решения органов власти, а также при достаточно высокой степени включенности сторонних (иностраных) акторов в процесс взаимодействия органов власти и общественных организаций и использования иностранными акторами общественные организации в качестве инструмента влияния на органы власти. Такое влияние зачастую предполагает возгонку конфронтационных настроений прежде всего со стороны общественного объединения, что вызывает ответную реакцию со стороны органов власти.

Зачастую, «чистых» моделей в жизни не встречается, а исследователи могут видеть сочетание нескольких из них в различных вариациях. Также следует указать, что с течением времени происходит, зачастую и смена распространенной модели, в связи с изменениями, происходящими в политике и социальном контексте стран.

Любая из форм взаимодействия, кроме основанной на конфронтации, в итоге приводит к развитию взаимоотношений между органами власти и общественными организациями, хотя, в процессе их развития все акторы сталкиваются с определёнными проблемами.

Механизмы осуществления взаимодействия органов власти и общественных объединений в демократическом государстве зиждутся на правовой основе. Законодательно определены возможности и ограничения как для деятельности всех участников взаимодействия, так и для самих механизмов взаимодействия. Прежде всего это конституционные акты, определяющие основные положения правовой основы, они гарантируют возможность участия в общественных объединениях и

союзах для граждан и организаций. Конституционные положения обрисовывают наиболее широкую рамку, в которой осуществляется вышеупомянутое взаимодействие.

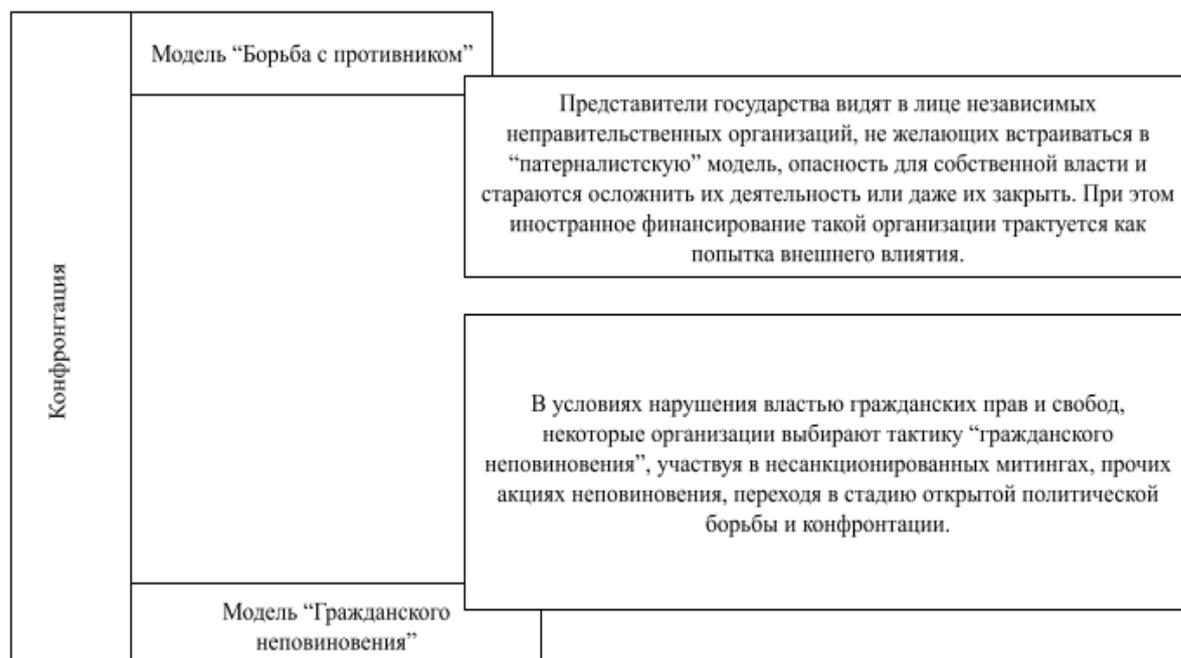


Рис. 3. Модели взаимодействия органов власти и общественных объединений, основанные на конфронтации (составлено авторами на основании [19])

Следующим элементом законодательной базы, раскрывающим и уточняющим конституционные положения, является законодательство стран, в которых действуют общественные объединения. Это законы, принимаемые законодательными органами различных уровней законодательной власти – законодательными собраниями, советами, и т.д. А также подзаконные акты, а также указы президента, распоряжения правительства, формирующие и регулирующие механизмы взаимодействия.

Схематично же механизм взаимодействия государства и общественных организаций можно описать следующим образом: государство формирует законодательную базу для легализации общественных организаций через их регистрацию, в процессе функционирования общественной организации привлекает ту в различных качествах при реализации значимых социальных задач (экспертная поддержка, консультации, участие в социальной либо политической работе и т.д.), оказывает материальную поддержку организации (в том числе в виде прямого финансирования, субсидий и грантов), контролирует результаты работы общественной организации и расходования выделенных бюджетных средств. В свою очередь, общественная организация выступает в качестве посредника между государством и своей целевой аудиторией. Собственно, общественные организации в демократическом обществе играют роль смыслового фильтра идей и мнений, их транслятора и усилителя, где адресатом послания выступает непосредственно государство, а также реализуют политику государства в социально-политической сфере (рис. 4).

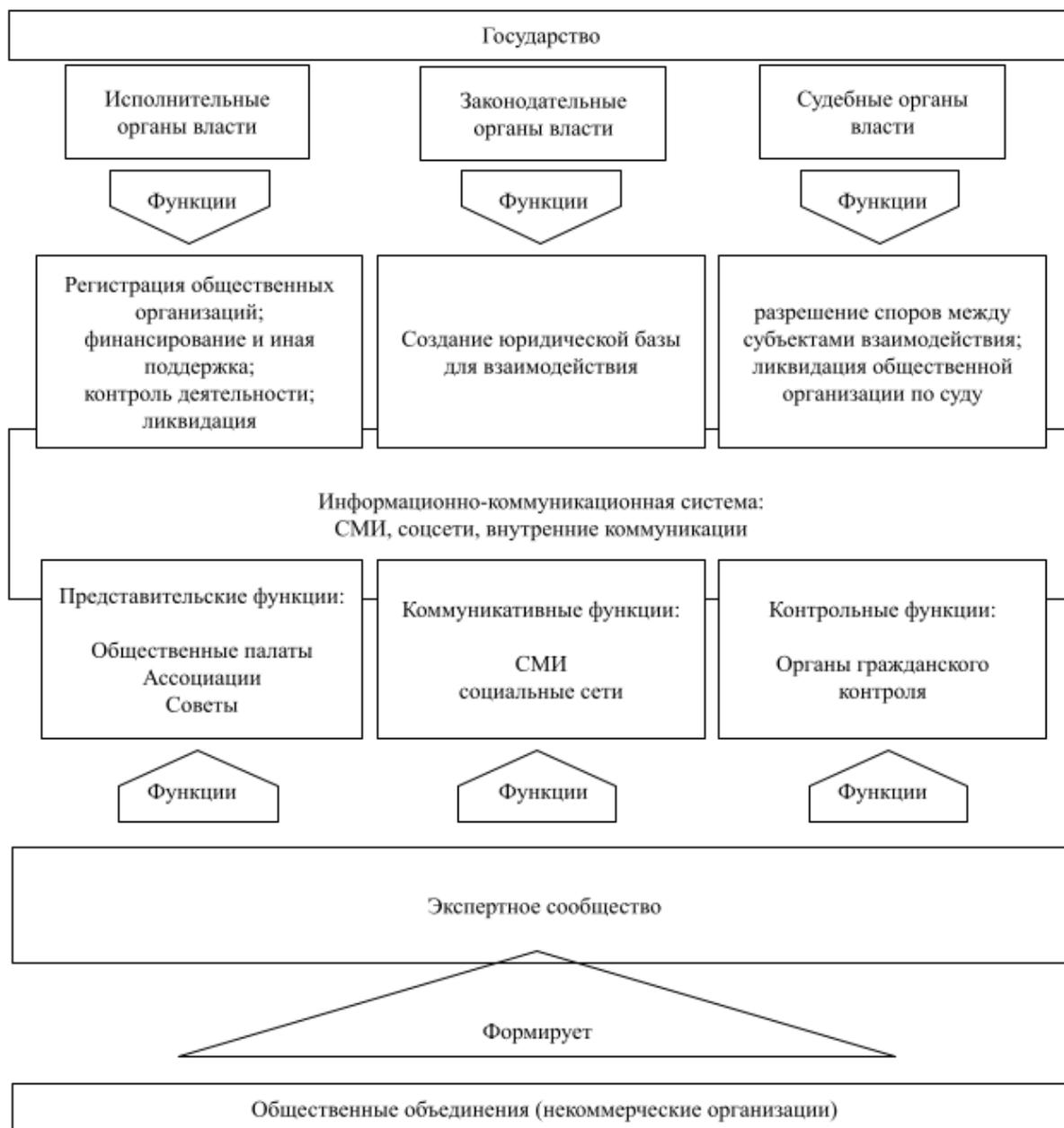


Рис. 4. Механизм взаимодействия государства и общественных объединений
(составлено авторами на основании [2])

Каждый из элементов взаимодействия выполняет одну или несколько функций, позволяющих решать общие стоящие перед тандемом государство-общество задачи, конечными получателями благ и открывающихся в результате такого взаимодействия возможностей являются непосредственно граждане государства.

Выводы. Из всего вышеизложенного следует, что совершенствование механизма взаимодействия органов власти и общественных объединений в Российской Федерации и Донецкой Народной Республике жизненно необходимо для реализации государством своих интересов, как в международном аспекте, так и в вопросах политического и экономического суверенитета. Без реализации продуманной и последовательной

политики формирования данного вида взаимодействия, Россия не сможет проводить независимую экономическую политику и стать полноценным суверенным государством.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Попова, Ю. С. Теоретико-методологические основы определения социально-экономической эффективности некоммерческой сферы / Ю.С. Попова, А. А. Тараданов // Вестник Челябинского государственного университета // Экономика. – 2012. – Вып. 36 – № 8 (262). – С. 79–83.
2. Окатов, А. В. Общественные организации как фактор социокультурного развития региона: автореф. дис. канд. социол. наук: 22. 00. 06. / Окатов А. В. – Тамбов, 2006. – 26 с.
3. Атаманчук, А. Г. Теория государственного управления / А. Г. Атаманчук – Москва: Омега-Л, 2013. – 525 с.
4. Косарева, Н.Б. Некоммерческий сектор: международный опыт [Электронный ресурс] / Н.Б. Косарева // Институт экономики города – Электрон. журн. – Москва: ИЭГ, 2018. – Режим доступа: <https://urbaneconomics.ru/en/node/4594>. – Загл. с экрана.
5. Руководство по статистике государственных финансов 2001 года // Статистическое управление МВФ; пер. Службой переводов МВФ. – 2-е изд. – 2001 г. – 230 с.
6. Вольное экономическое общество / Большая Российская энциклопедия/ БИГЕНС.ru. – 2005-2019. – [Электронный ресурс]: Режим доступа: https://bigenc.ru/domestic_history/text/1927815. – Загл. с экрана
7. Международный пакт о гражданских и политических правах [Электронный ресурс]: принят Резолюцией 2200 (XXI) на пленарном заседании Генеральной Ассамблеи Организации Объединенных Наций 16 декабря 1966 г. – Режим доступа: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/pactpol.shtml. – Загл. с экрана.
8. Устав Организации Объединенных Наций [Электронный ресурс]: принят в Сан-Франциско на заключительном заседании Конференции Объединённых Наций по созданию Международной Организации 50-ю государствами 26 июня 1945 г. – Режим доступа: <https://www.un.org/ru/about-us/un-charter/full-text>. – Загл. с экрана.
9. Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: принят Государственной Думой (1 часть) № 51-ФЗ 30 ноября 1994 г. (ред. от 25.02.2022) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.02.2022) – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/f6ef073fdeb7c69cfabc279056f1f4124956b5d9/# – Загл. с экрана.
10. О некоммерческих организациях [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ № 7-ФЗ от 12 января 1996 г. (ред. от 02.07.2021 г., с изм. от 14.07.2022 г.) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2022 г.) – Режим доступа: https://reg-nko.ru/article/Mezhdunarodnye_NKO. – Загл. с экрана.
11. Тиховодова, А.В. Типология общественных организаций // Вестник ВГАВТ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-obschestvennyh-organizatsiy>. – Загл. с экрана.
12. Орлова, О. В. Общественные объединения в СССР / Орлова О. В., Шутько Д.В. – М.: Знание. – Серия "Право в нашей жизни", 1991 г. - 64 с.
13. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон РФ № 131-ФЗ от 06 октября 2003 г. (ред. от 14.06.2022) – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/8dca12e4c57dcd9672a34eadf15e13b4455e1519/. – Загл. с экрана.
14. Ханбиков, А.В. Методика определения роли некоммерческих организаций в экономике / А.В. Ханбиков // Вестник Алтайской академии экономики и права [Электронный ресурс]: – 2021. – № 12 (часть 2) – Режим доступа: <https://vael.ru/ru/article/view?id=2013>. – Загл. с экрана.
15. Мерсиянов, И. Участие россиян в денежных пожертвованиях / И. Мерсиянов // ВШЭ Национальный исследовательский университет [Электронный ресурс]: – Москва. – 2019. – Режим доступа: <https://grans.hse.ru/news/687922324.html>. – Загл. с экрана.
16. Сунгуров, А.Ю. Взаимодействие органов власти и структур гражданского общества: возможные модели и их реализация в общественно-политической жизни России / А.Ю.Сунгуров, А.Л. Нездуров // Факторы развития гражданского общества и механизмы его взаимодействия с властью; под ред. Л.И. Яковсона. – М., 2008. – С. 211–236.

17. Шаповалова, А.М. Развитие многообразия взаимоотношений власти и общественных организаций [Электронный ресурс] / А.М. Шаповалова // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2010. – № 4 (6) – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-mnogoobraziya-vzaimootnosheniy-vlasti-i-obschestvennyh-organizatsiy>. – Загл. с экрана.

Поступила в редакцию 14.06.2022 г.

GOVERNMENT AUTHORITIES AND PUBLIC ASSOCIATIONS INTERACTION: TERMINOLOGY, MODELS, MECHANISM

I. V. Kostenok, Ya. V. Khomenko, M. S. Berezhneva

The article is devoted to the study of theoretical aspects of government authorities and public associations interaction. Its basic forms, functions and models have been classified. The complex mechanism of such kind of interaction is regarded.

Keywords: government authorities, public associations, models of interaction, mechanism of interaction.

Костенко Игорь Владимирович

доктор наук государственного управления, профессор, профессор кафедры «Теория управления и государственное администрирование»

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк

3289994@gmail.com

+7-949-31-21-999

Хоменко Яна Владимировна

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономическая теория и государственное управление»

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Донецк

yana_homenko@mail.ru

+7-949-330-29-52

Бережнева Марина Сергеевна

студент магистратуры «Государственное и муниципальное управление»

ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Донецк

mb1224@inbox.ru

+7-926-099-41-26

Kostenok Igor

Doctor of Science in Public Administration, Professor, Professor of the Department of Management and Public Administration,

State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk Academy of Management and Public Administration», Donetsk

Khomenko Yana

Doctor of Science in Economics, Professor, Professor of the Department of Economic Theory and Public Administration

State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National Technical University», Donetsk

Berezhneva Marina

Master's degree student «State and Municipal Administration»

State Educational Institution of Higher Professional Education «Donetsk National Technical University», Donetsk

УДК 339.138

ОСОБЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

© 2022. Ю. Б. Кострова

Данная статья посвящена актуальной научной проблеме – особенностям потребительского поведения молодежи и воздействием на его формирование средствами рекламы. Выделены основные личностные характеристики, определены социо-психологические особенности молодежного возраста, которые оказывают наибольшее влияние на формирование потребительского поведения данной возрастной группы. Сформулированы ключевые стимулы побуждающие молодых людей к покупке.

Ключевые слова: молодежь; реклама; потребительское поведение; потребительские предпочтения; бренд; рекламный продукт; психологические особенности молодежи.

Постановка проблемы. Юноши и девушки под воздействием рекламы могут очень легко попасть под дурные влияния (безусловно, реклама сигарет и алкоголя запрещена, но не запрещена реклама курительных приспособлений и безалкогольных напитков, например, безалкогольного пива и энергетиков, но ведь эти товары продаются в одних и тех же местах, и достаточно того, чтобы потребители просто дошли до точки продажи, а там уже весь алкогольно-дымный ассортимент будет в полном объеме, достаточно лишь предъявить паспорт). Эта простая схема манипуляции общественным сознанием прекрасно работает во всех сферах продаж [2, с. 150].

Действительно хорошая, грамотно сконструированная реклама не требует бесконечных повторов, она цепляет на крючок желания практически сразу (достаточно 3-10 просмотров). Естественно, девушки и юноши порой оказываются совершенно незащитными перед таким воздействием. И, конечно же, желание приобрести модный гаджет или супердорогую, но статусную побрякушку над многими берёт верх [6, с. 59].

Актуальность темы исследования. Ради повышения продаж производители не гнушаются внушать покупателям идеи о необходимости покупки именно их товаров и услуг, причём осуществляется этот процесс порой путём внедрения в умы людей идей о том, что без покупки этих товаров или услуг они будут как бы неполноценны в глазах общественности, низкостатусны, а возможно и отвергаемы [3, с. 145].

Особо чувствительной категорией для подобных воздействия является подростковый и юношеский возраст в силу своих возрастных особенностей. При этом с точки зрения производителей молодежь более привлекательна в качестве покупателей, поскольку уровень самостоятельности и финансовые возможности выше, чем у школьников, а родительский контроль гораздо ниже. Именно в этот период расцветают желания привлечения внимания противоположного пола, стремление выделиться и подчеркнуть свой статус за счёт внешней атрибутики (модная одежда, дорогие гаджеты, эпатажная внешность и манера поведения) и элементов «взрослости» (то есть запрещённых до 18 лет продуктов в виде алкоголя, энергетиков, сигарет и других курительных приспособлений, коих в настоящее время великое множество) [8, с. 296].

Молодые люди – это активная социальная группа, они играют существенную роль в развитии социальных изменений. Современное российское общество развивается довольно быстро и динамично, а вместе с ним и молодежь – как объект и субъект социальных отношений. Именно поэтому исследования, касающиеся молодежных практик, актуальны и востребованы. Социальные и культурные изменения населения нашей страны, касающиеся потребительских практик, непосредственно связаны с

переходом рыночных сообществ к эпохе постмодерна, развитием информационных технологий.

Анализ последних исследований и публикаций. Психологические аспекты и особенности поведения молодежи, а также пути и способы воздействия на его формирование всегда были в центре внимания ученых. Проблема, поднятая в данной статье, находится на стыке таких научных дисциплин, как психология, экономическая теория и маркетинг.

Обычно в своих трудах авторы рассматривают только одну какую-то сторону потребительского поведения молодежи. Так, психологические аспекты поведения в молодежном возрасте раскрыты в работах таких авторов как: К.А. Абульханова, Л.И. Анцыферова, Л.С. Выготский, А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, В.И. Слободчиков, А.А. Смирнов и др.

Экономические и маркетинговые аспекты вопроса поведения потребителей раскрыты в работах таких российских и зарубежных авторов как: Р. Блэкуэлл, Д. Витале, А. Дейян, А.Н. Лебедев-Любимов, Дж. Энджел, В.Д. Шадриков и др.

Выделение нерешенных проблем. В то же время недостаточно внимания в научном сообществе уделяется изучению возрастных особенностей потребительского поведения, а также проблеме субъектности восприятия рекламной продукции в юношеском возрасте. В данной работе сделана попытка комплексного подхода к изучению данных вопросов, как в психологическом, так и в экономическом аспектах.

Цель исследования - изучение особенностей поведения людей молодого возраста в аспекте восприятия ими рекламных сообщений и формирования на этой основе их потребительского поведения.

Результаты исследования. Молодежный возраст характеризуется существенными изменениями различных сторон личности, когда молодой человек субъективно вступает в отношения с миром взрослых, что во многом определяет всю дальнейшую жизнь индивидуума.

За последние годы на становлении личностного роста молодых людей сказалась социально-экономическая дисгармония общества. Юноши и девушки стали относиться друг к другу и к окружающим с большой долей цинизма, грубостью, жестокостью и агрессивностью, скрывая за такими внешними проявлениями свои глубокие внутренние переживания, тревоги, страхи, одиночество и неуверенность.

Понятие «молодежь» охватывает временной отрезок в развитии личности, непосредственно предшествующий периоду взрослости.

Юношеский возраст, как правило, делится на 2 периода: ранний юношеский возраст - период от 15 до 17 лет и поздний юношеский возраст - период от 18 до 21 года.

Главным отличительным моментом юношеского возраста является процесс его перехода от детства к взрослой жизни.

На протяжении всей жизни человек личностно развивается. Как правило, формирование личности – это начальный этап ее становления личностных свойств человека. Его личностный рост обуславливается как внешними, так и внутренними факторами. К первым можно отнести принадлежность к определенной этнической группе, культуре, социально-экономическому классу и др. Внутренние включают биологически обусловленные генетические и физиологические факторы.

Характерной чертой молодежи является тот факт, что новым уровнем самосознания можно назвать возникновение у молодых людей способности и потребности познания себя как личности. Это стимулирует самоутверждаться,

самовыражаться и самовоспитываться. Блокировка этих потребностей и является составной частью возрастного кризиса этого периода. Молодые люди в этот период сталкиваются с противоречием между нарастающей потребностью в самостоятельности и недостатком в ее осуществлении. Таким образом, важным индикатором возрастного периода является чувство взрослости. При этом, как уже отмечалось, ведущей деятельностью подростка является общение с ровесниками.

Важной новой чертой молодежи является повышение уровня самосознания и потребности осознания себя как личности. Главным итогом этого возрастного периода является расширение границ самосознания [7, с. 106].

Именно в этот период «расцветают пышным цветом» яркие черты характера, могут обнаруживаться и так называемые места наименьшего сопротивления (*locus resistentiae minoris*) – чувствительные локусы характера, воздействие на которые может приводить к отклоняющемуся поведению.

Отклоняющееся поведение может быть вызвано как биологическими причинами, так и социо-психологическими факторами и иметь множество форм проявления.

Значительная психофизиологическая перестройка организма (в самочувствии, в размерах и пропорциях тела, в чувствах и ощущениях) является одной из основ формирования самооценки личностей этого возрастного периода. При этом необходимо отметить два явления, идущие рука об руку в современном мире, – это акселерация и инфантилизм.

Акселерация и инфантилизм вошли в основу секулярного тренда особенно ярко во второй половине XX века, продолжая быть актуальными и в начале XXI века. К секулярному тренду столетия кроме них относятся такие явления как: раннее половое созревание, общее повышение продолжительности жизни, «постарение» населения, широкая распространённость малодетных и бездетных семей.

Акселерация представляет собой ускорение развития (в то время, как инфантилизм можно определить как задержку развития). Однако, баланс между ускорением физического и психического развития довольно непрост. Трудности могут возникать не только у физически инфантильных молодых людей, но и у акселерированных физически с наличием внутренней инфантильности. Иными словами, особого внимания требуют случаи, когда тело растёт быстрее психической составляющей. В этом случае может наблюдаться довольно сильная эмоциональная неустойчивость. Также отмечается диспропорция возможностей акселерированных личностей между физическими возможностями и социальным статусом (ряд запретов до достижения 18-летнего возраста, а в некоторых странах – до возраста 21 года).

Все эти явления находят своё отражение в детских поведенческих реакциях: реакции отказа, реакции оппозиции, реакциях имитации (подражание «герою») и отрицательной имитации (выбор зеркально-противоположной модели поведения, нежели у некоего «образа»), компенсации (слабые стороны в одной области, компенсируются сильными сторонами в другой области) и гиперкомпенсации (настойчивое стремление получить результаты именно в той области, где наблюдаются слабые стороны личности) [4].

Происходящее в этот период половое созревание, сопровождается не только физиологическими изменениями, но и психологическими. В одной группе сверстников начало полового созревания может отличаться, что тоже накладывает свой отпечаток на поведение и самооценку. И всё это происходит на фоне возрастающего интереса к противоположному полу. В этом возрасте появляется больше общих интересов, тем для обсуждения между девушками и юношами [9, с. 69].

Таким образом, психологические особенности метаморфоз объясняются и кроются не только в гормональной перестройке организма. В жизнь молодых людей в этот период вносится много нового: новые интересы, новые роли и статусы, множество новых связей, новых увлечений (хобби-реакции в юношеском возрасте составляют важнейшую черту развития). Процесс формирования самооценки в этот период идет наиболее активно. И именно самооценка во многом регулирует поведение юношей и девушек.

Можно отметить и то, что девушки и юноши отличаются повышенной возбудимостью, импульсивностью, неуравновешенностью, которая может породить склонность к перепадам настроения и даже аффективные вспышки. Порывы, которые носят отрицательный характер, зачастую не контролируются центрами торможения в головном мозге. Зачастую бывает, что действие опережает рассудительность мысли. Однако чувства молодых людей развиваются активнее и зачастую имеют полярную окраску, проступающую с попеременным успехом: чувствительность к оценке посторонними своей личности вполне спокойно может сменяться излишней самонадеянностью и безапелляционностью суждений, сентиментальность может уживаться с сухой черствостью, а стремление к эмансипации с использованием общепринятых шаблонов поведения.

Все выше перечисленные характеристики молодежи определяют особенности ее потребительского поведения.

Во-первых, это высокая активность потребления, быстрое решение о принятии покупок. Во-вторых, быстрое получение самой актуальной информации о товарах через социальные сети и другие ресурсы сети Интернет. В-третьих, вкусы и предпочтения у молодых людей очень часто меняются под воздействием самых различных факторов [10, с. 58]. Но, при этом, в-четвертых, как правило, у молодежи значительно ограничены финансовые возможности, что компенсируется более легким ее отношением по сравнению с группами более старших возрастов к покупке товаров в кредит.

Следует учитывать также, что у каждой возрастной группы имеется свой набор потребительских предпочтений. Молодежь в первую очередь ориентирована на потребление досугово-развлекательных услуг, новинок электроники, модной одежды и обуви, а также других товаров, популярных в этой среде. Гораздо меньше внимания юноши и девушки уделяют товарам народного потребления [5, с. 75].

Бытует мнение, что молодые люди испытывают приверженность к товарам популярных в их среде брендов. Но сейчас отмечается ярко выраженная тенденция стремления молодых людей к индивидуализации, стремлению «не быть как все», что определило переход от статусного потребления к индивидуальному [1, с. 386].

На основе выявленных особенностей потребительского поведения молодых людей можно сформулировать ключевые стимулы для возбуждения их интереса к рекламному продукту и желания совершить покупку:

приятное цветовое и музыкальное оформление, наличие ритма, использование узнаваемой, популярной композиции;

позиционирование продукта как статусного и престижного;

функциональность и удобство применения продукта;

эстетика и качество рекламного ролика;

атмосфера радости, лёгкости, весёлой игры;

эффект узнавания (может быть достигнут за счёт популярной музыкальной композиции, известной личности или персонажа);

ключевые образы праздника, приключений, таинственности и загадки;
использование приёмов мифопроектирования (узнаваемые в любой стране мира герои, ситуации, образы);

клиповый принцип оформления (ролик воспринимается как мини-история с завязкой, основной частью и развязкой, изложенная под музыку);

ведущая стилистика оформления: создание образа или настроения (погружение в сказочную атмосферу приключений, как во сне, компьютерной игре или кино).

Стимулы, вызвавшие отторжение рекламного продукта у молодежи:

резкие, громкие звуки, неприятный тембр голоса;

монотонное или слишком быстрое изложение информации;

резкие, кислотные цвета, слишком быстро мелькающие картинки.

навязчивое изложение информации;

искусственность, «пластиковость» разыгрываемых ситуаций, неестественность поведения, явно ощущаемая фальшь.

Для большинства молодых людей наиболее действенными будут рекламные стимулы, делающие акцент на повышении самооценки и придании уверенности в области личных и профессиональных отношений.

Низкий уровень рефлексивности характерен для многих молодых людей. Девушки и юноши с низким уровнем развития рефлексивности зачастую отождествляют рекламу и вызванные ей эмоции с презентуемым продуктом. Такие люди склонны к спонтанным покупкам на фоне сиюминутного порыва.

Наиболее действенной будет реклама транслирующая, что приобретение рекламируемых продуктов поможет их обладателям исправить недостатки, продвинуться в достижении целей, быстрее и легче получить желаемый результат как в области профессиональных, так и в области межличностных отношений за счёт самосовершенствования, которое и поможет обеспечить рекламируемый товар.

Вывод. Молодежь как субъект потребления является мощной движущей силой рыночной экономики. Период активного потребления у нее является достаточно длительным. Впереди у молодых людей окончание обучения, получение первого рабочего места, карьерный рост, а, следовательно, повышение доходов и потребления. Поэтому завоевание молодежной аудитории может дать хорошие результаты не только на сегодняшний день, но и в долгосрочной перспективе.

Полученные результаты могут быть использованы при разработке рекламных кампаний для молодежной целевой аудитории. Они позволят их разработчикам выбрать наиболее эффективные средства и инструменты воздействия на данную категорию потребителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бренд как психологическое средство рекламы и самовыражения личности / Ю. Б. Кострова, Ю. О. Лящук, Л. В. Черкашина, О. Ю. Шибаршина // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2021. – Т. 83. – № 1(87). – С. 385-393. – DOI 10.20914/2310-1202-2021-1-385-393.

2. Кострова, Ю. Б. Влияние рекламы на формирование здорового образа жизни / Ю. Б. Кострова // Инновационные технологии в менеджменте: управленческий и социальный аспекты: материалы международной научно-практической конференции. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2021. – С. 148-153.

3. Кострова, Ю. Б. Бренд-менеджмент / Ю. Б. Кострова, Ю. О. Лящук, О. Ю. Шибаршина; под общ. ред. Ю.Б. Костровой. – Курск : ЗАО «Университетская книга», 2020. – 172 с. – ISBN 978-5-907356-42-9

4. Кострова, Ю. Б. Социальная и профессиональная адаптация подростков и молодежи / Ю. Б. Кострова, В. В. Туарменский, О. Ю. Шибаршина // Реестр новых научных направлений. – Москва : ИД «Академия Естествознания», 2018. – С. 189-190.
5. Кострова, Ю. Б. Общество потребления: методологические подходы к анализу / Ю. Б. Кострова, О. Ю. Шибаршина // Финансовый бизнес. – 2021. – № 11(221). – С. 73-76.
6. Кострова, Ю. Б. Особенности потребительского поведения на рынке услуг высшего образования / Ю. Б. Кострова, О. Ю. Шибаршина // Образование и проблемы развития общества. – 2021. – № 4(17). – С. 53-60.
7. Лящук, Ю. О. Логическое мышление как ключевой психический процесс / Ю. О. Лящук, А. Г. Исаев // Образование и проблемы развития общества. – 2020. – № 1(10). – С. 106-110.
8. Теняева, О. В. Субъектность восприятия рекламной продукции в юношеском возрасте / О. В. Теняева, Ю. О. Лящук // Будущее науки -2021 : Сборник научных статей 9-й Международной молодежной научной конференции. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2021. – С. 295-298.
9. Шибаршина, О. Ю. Исследование коммуникативной компетентности студентов / О. Ю. Шибаршина, Ю. А. Борисова // Вестник Совета молодых ученых Рязанского государственного агротехнологического университета имени П.А. Костычева. – 2020. – № 1(10). – С. 67-70.
10. Шматко, А. А. Использование методов оценки удовлетворенности и лояльности клиентов / А. А. Шматко, Ю. С. Афанасьева // Вестник Совета молодых ученых Рязанского государственного агротехнологического университета имени П.А. Костычева. – 2021. – № 1(12). – С. 55-62.

Поступила в редакцию 01.06.2022 г.

FEATURES OF YOUNG PEOPLE'S CONSUMER BEHAVIOUR

Yu. B. Kostrova

This article is devoted to the current scientific problem - the peculiarities of the consumer behavior of youth and the impact on its formation by advertising. The main personality characteristics are highlighted, socio-psychological features of the youth age are determined, which have the greatest influence on the formation of consumer behavior of this age group. Key incentives to encourage young people to buy are formulated.

Keywords: youth; advertisement; consumer behaviour; consumer preferences; brand; advertising product; psychological features of young people.

Кострова Юлия Борисовна

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой бизнеса и управления
Филиал ЧОУВО «Московский университет имени С.Ю. Витте» в г. Рязани, РФ
ubkostr@mail.ru
+7-903-693-97-44

Kostrova Yulia

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Business and Management
Branch of "Moscow Witte University" in Ryazan, Russia

УДК 332.1:314.113

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

© 2022. *Е. Г. Кошелева, Ю. С. Гокунь*

В статье проведен анализ социально-демографической составляющей пространственного развития. Выявлены основные факторы, влияющие на изменение показателей геодемографической обстановки. Оценены перспективы изменения демографических показателей, как результат, с одной стороны, разработки и реализации эффективной демографической политики, а с другой – сбалансированной социально-экономической политики на уровне государства, региона и субъекта Федерации.

Ключевые слова: пространственное развитие, социально-демографическая составляющая, демографическая ситуация, миграция, старение населения, изменение продолжительности жизни

Постановка проблемы. Актуальность исследования факторов, влияющих на изменение социально-демографической составляющей в пространственном развитии, а в последствии на формирование социально-экономической и демографической политик в Российской Федерации, обусловлена двойственной экономической формой населения: с одной стороны, как производителя материальных и духовных благ, с другой – как единственного потребителя конечной продукции. Численность и структура населения влияют на темпы и динамику пространственного развития. В свою очередь уровень развития, в том числе и пространственного, предопределяет течение и развитие социально-демографических процессов, протекающих в данном обществе.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретико-методологические аспекты анализа демографических процессов отражены в работах Г. М. Федорова [1], И. Н. Корнева и Д. Н. Липухина [2], Н. Т. Агафонова и А. Н. Голубева [3]; изучением демографической обстановки занимались такие исследователи, как В. В. Горбунова [4], Т. А. Долбик-Воробей [5], А. Г. Голубев [6], Н. Н. Евченко [7] и др.; социально-демографический фактор пространственного развития нашёл свое отражения в трудах В. А. Крюкова и Е. А. Коломак [8], В. А. Безвербного, Н. Ю. Микрюкова и Т. Р. Мирязова [9], М. Н. Макаровой и Е. А. Трушковой [10], Н. К. Габдрахманова и Н. Ю. Никифорова [11]. Однако некоторые аспекты влияния социально-демографической составляющей на пространственное развитие остались недостаточно изученными.

Целью исследования является выявление, анализ и оценка социально-демографической составляющей пространственного развития. Новизна подхода авторов заключается в определении социально-экологического фактора, влияющего на изменение социально-демографической составляющей в пространственном развитии.

Основное содержание. Изучение влияния социально-демографической составляющей на пространственное развитие основано на теоретико-методологических положениях, раскрывающих взаимосвязь и взаимовлияние демографических и социальных процессов в условиях асимметричного территориального развития, при котором наблюдается устойчивый, во времени и пространстве, разрыв в развитии различных субъектов (регионов).

Социально-демографическая составляющая пространственного развития характеризуется комплексом демографических, социальных и экономических

показателей, характеризующих демографическое и социальное пространственное развитие.

Геодемографическую обстановку в России, как результат демографического и миграционного поведения (социально-демографическая категория), следует оценивать как неблагоприятную, что подтверждается статистическими данными. До 2019 года наблюдался рост количества населения Российской Федерации (в 2016 году – 146,5 млн. человек, в 2017 году – 146,8 млн. человек, а в 2018 – 146,9 млн. чел), а начиная с 2019 года количество населения начало постепенно снижаться – в 2021 году – 146,2 млн. человек, а в 2022 году только 145,6 млн. человек.

В 2021 году в России родился 1 млн. 398 тыс. 253 человека, а число умерших составило 2 млн. 441 тыс. 594 человека. Таким образом, естественный прирост населения признается отрицательным, что изображено на диаграмме (рис. 1).

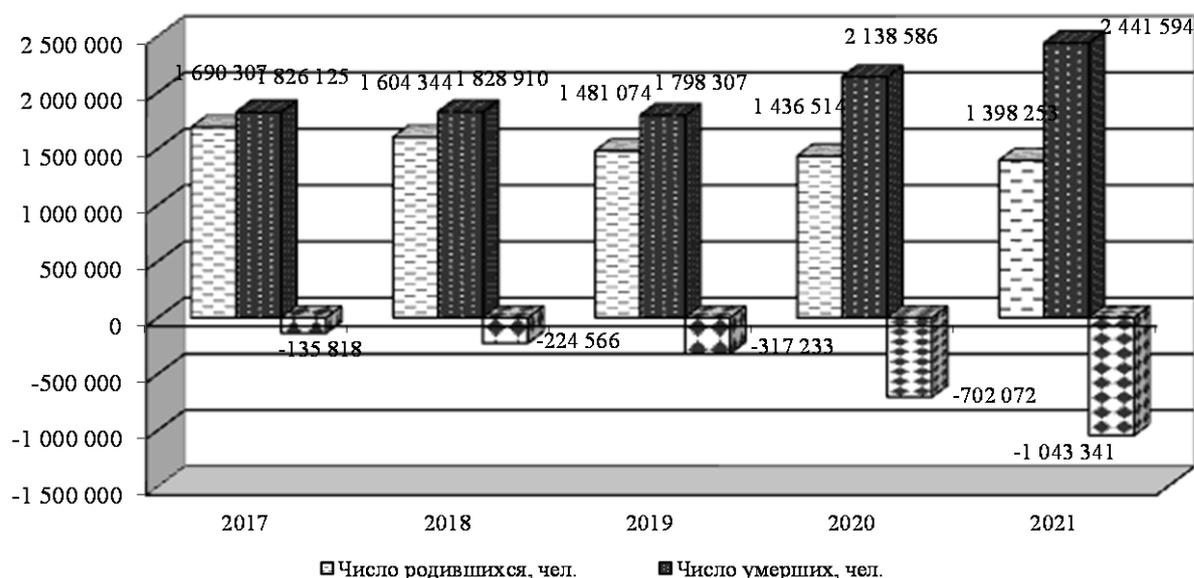


Рис. 1. Естественный прирост населения

Согласно прогнозу сотрудников Института демографии им. А. Г. Вишневого НИУ ВШЭ Валерия Юмагузина и Марии Винник, не учитывающего данные всероссийской переписи населения 2020 г., численность населения России к 2100 году составит 137,5 млн. человек. Как известно, для ее сохранения на одном уровне нужен суммарный коэффициент рождаемости – предполагаемое число детей на одну женщину на протяжении всего репродуктивного периода – около 2,1 рождений на женщину, при этом в России в 2022 году составил только 1,42 (рис. 2). Общий коэффициент рождаемости – отношение числа родившихся за год к среднегодовой численности населения в расчете на 1 тыс. человек – составил 8 человек. На постсоветском пространстве наивысшие коэффициенты в Таджикистане – 3,24 и 21,8 соответственно (данные 2020 года).

Важнейшим фактором, влияющим на изменение численности населения, является миграция. Численность международных мигрантов по всему миру составляет 135 млн. женщин и 146 млн. мужчин. К числу основных стран, принимающих мигрантов,

относятся США, Франция, Германия, Российская Федерация, Объединенные Арабские Эмираты и Саудовская Аравия. Следует полагать, что такая расстановка не изменится в течение ближайших лет. Одновременно с этим, по прогнозам ООН, к 2100 году численность населения развитых стран будет увеличиваться по большей мере из-за миграции, а не из-за естественного воспроизводства [4, с. 4–19].

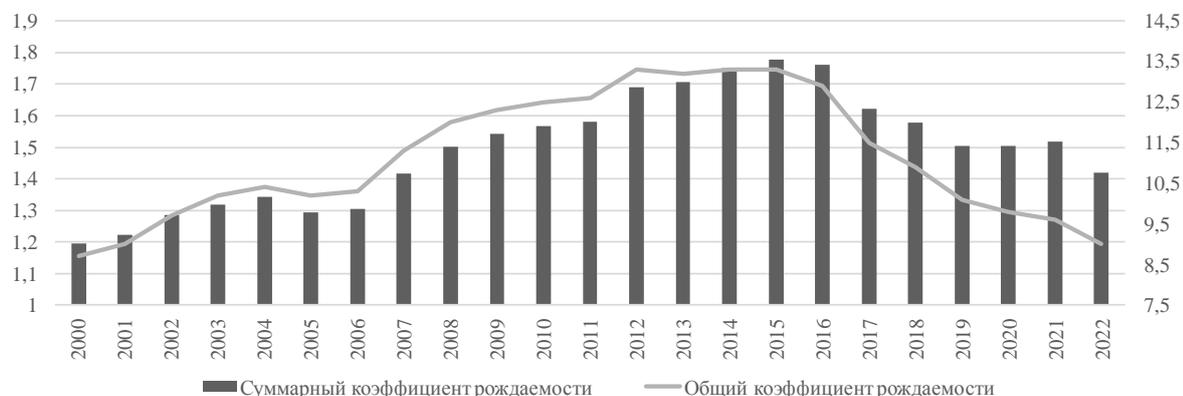


Рис. 2. Общий и суммарный коэффициенты рождаемости в Российской Федерации

Начиная с 2000 г. и до настоящего времени в РФ наблюдаются достаточно серьезные изменения в миграционных потоках, обусловленные дифференциацией прибывших лиц (рост доли семейных пар, женщин и детей), увеличением количества иммигрантов из сельской местности и небольших городов и, как следствие, снижением уровня доходов и образования недавно прибывающих мигрантов, роста их культурного разнообразия, а также изменения структуры самого потока, в котором преобладают иммигранты из Средней Азии. Отметим, что наиболее значительный приток иммигрантов в Россию наблюдается из Таджикистана (где наивысшие суммарный и общий коэффициенты рождаемости), Узбекистана, Армении, Азербайджана и Казахстана, а в 2014 – 2022 годах – из Донецкой и Луганской Народных Республик и из Украины.

Факторный анализ общего прироста населения (табл. 1), позволяет сделать вывод о том, что рост численности населения в Российской Федерации произошел в большей мере из-за увеличения миграционного потока.

Таблица 1

Факторный анализ общего прироста населения Российской Федерации

Год	Число родившихся, чел.	Число умерших, чел.	Естественный прирост, чел.	Число прибывших (иммиграция) чел.	Число выбывших (эмиграция), чел.	Миграционный прирост, чел.	Общий прирост, чел.
2017	1 690 307	1 826 125	-135 818	589 033	377 155	211 878	76 060
2018	1 604 344	1 828 910	-224 566	565 685	440 831	124 854	-99 712
2019	1 481 074	1 798 307	-317 233	701 234	416 131	285 103	-32 130
2020	1 436 514	2 138 586	-702 072	594 146	487 672	106 474	-595 598
2021	1 398 253	2 441 594	-1 043 341	667 922	238 020	429 902	-613 439

В 2019 году миграционное снижение сменилось приростом (превышение числа прибывших над числом выбывших) на 285 103 тыс. чел. и достигло своего пика. Однако, уже в 2020 году в Россию прибыло в 1,5 раза меньше мигрантов, чем в 2019 году, а выбыло 487 672 тыс. чел. вместо 416 131 тыс. чел., что объясняется

пандемией Covid-19. Следовательно, миграционный прирост в 2020 году стал в 2,5 раза меньше, чем за 2019 год.

Полагаем, уменьшение миграционного прироста в 2020 году обусловлено следующими причинами:

- 1) высоким риском заражения коронавирусом, который среди иммигрантов был более чем в 2 раза выше, чем у местного населения;
- 2) риском лишиться работы быстрее, чем местному населению;
- 3) экономическим кризисом, сопровождавшим пандемию. Многие из иммигрантов работали в маленьких магазинах, гостиничной либо туристической сфере, а также в системе общественного питания. Именно по этим отраслям экономики пандемия ударила настолько сильно, что многие индивидуальные предприниматели и юридические лица были поставлены в крайне тяжелое положение и просто пытались выжить;
- 4) закрытие школ и переход на дистанционное обучение. Родители-иммигранты имели меньше средств для приобретения необходимой для такого обучения техники в виде ноутбуков и компьютеров, меньше места дома для обучения детей и меньше возможностей помочь им с домашней работой в силу языковых трудностей;
- 5) введенные ограничения на передвижение по территории государства, на въезд и выезд из него.

В Российской Федерации находятся несколько миллионов трудовых мигрантов, многие из которых потеряли работу и нуждаются в поддержке со стороны государства. Потеря такого количества рабочих может серьезно сказаться как на всей экономике [5, с. 31–42], так и на социально-демографической составляющей пространственного развития. О том, что низкоквалифицированная и неквалифицированная рабочая силы признаются востребованными, говорит стабильный многолетний приток трудовых мигрантов, занятых в основном неквалифицированной, тяжёлой и малооплачиваемой работой. Наибольшая часть трудовых мигрантов занята такими видами экономической деятельности, как строительство, торговля, обрабатывающие производства, сельское хозяйство.

Отметим, что в 2021 году ситуация с миграцией улучшилась и миграционный прирост составил 429 902 тыс. человек при общем отрицательном приросте населения. Следовательно, даже при относительно высоком миграционном приросте общий прирост населения продолжает оставаться отрицательным.

В качестве основных стимулов для переселения в Российскую Федерацию выступают наилучшее экономическое положение в пределах евразийской миграционной системы, а также старение населения и, следующая за ним, потребность в рабочей силе, в частности, неквалифицированной. В 2021 г. все регионы РФ имели неотрицательный коэффициент миграционного прироста, кроме Северо-Кавказского федерального округа, а наибольший – +5,4 в Южном федеральном округе при достаточно высоком отрицательном коэффициенте естественного прироста населения (-8,3) [12].

Комплексный анализ миграционных процессов в федеральных округах РФ, проведенный Н. В. Цхададзе [13], а также авторское исследование в разрезе Южного федерального округа позволило выявить пространственные (территориальные) особенности миграции (табл. 2).

Из таблицы видно, что Южный федеральный округ имеет достаточно высокую плотность населения, более чем в 4 раза превышающую среднюю по РФ. Причем очень высокая плотность населения характерна для всего округа, кроме Республики

Калмыкия. Два субъекта (Республика Крым и г. Севастополь) вошли в десятку лидеров по плотности проживающих на данной территории. При высоком уровне коэффициента миграционного прироста (+5,4) наблюдается достаточно высокий уровень безработицы (6,7 %) и, как следствие, низкая среднемесячная заработная плата – значительно ниже средней по РФ. Основная группа мигрантов – это рабочие, преимущественно приехавшие из-за рубежа на 1-2 года, имеющие высшее образование, и желающие найти соответствующее рабочее место. Более того, такой субъект Федерации как Республика Адыгея, имея высокую плотность населения, принял в 2021 г. наибольший поток мигрантов, при этом среднемесячная заработная плата в данном субъекте почти на 15 % ниже, чем в среднем по округу и более чем на 40 %, чем в среднем по России.

Таблица 2
Анализ миграционных процессов в субъектах РФ (на примере Южного федерального округа)
на 01.01.2022 г.

Федеральные округа	Удельный вес территории субъекта, %	Плотность населения, человек на 1 кв. км	Коэффициенты миграционного прироста на 1000 человек			Уровень безработицы, %	Среднемесячная заработная плата*, руб.
			всего	в том числе			
				городского	сельского		
РФ	-	8,5	2,9	3,6	0,9	6,4	77994,2
ЮФО	2,61	36,7	5,4	6,9	2,9	6,7	51656
Республика Адыгея	0,05	60,1	17,0	16,1	17,7	10,1	48140
Республика Калмыкия	0,4	3,6	-4,7	-0,1	-8,7	11,7	44958
Республика Крым	0,2	72,7	6,5	6,1	6,9	6,1	50366
Краснодарский край	0,4	75,3	7,1	11,9	1,2	6,4	52537
Астраханская область	0,3	20,2	-2,8	-5,2	1,9	9,5	57008
Волгоградская область	0,7	21,7	0,9	3,5	-8,1	7,2	49901
Ростовская область	0,6	41,1	3,6	2,0	6,9	5,8	51285
г. Севастополь	0,01	604,2	29,8	32,1	-6,9	5,1	53315

* Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников по полному кругу организаций за декабрь 2021 г.

На положительный миграционный поток в Российской Федерации и ее субъектов (в частности Южного федерального округа), следовательно, улучшение социально-демографической составляющей повлияла сложная военно-политическая обстановка в Донецкой и Луганской Народных республиках, Запорожской и Херсонских областях. Президентом РФ были приняты ряд нормативных актов, направленных на снижение социальной напряженности и поддержку граждан этих территорий, такие как:

- 1) получение гражданства в упрощенном порядке [14];
- 2) оказание материальной поддержки беженцам и вынужденным переселенцам [15];
- 3) содействие в приеме (поступлении или переводе) на обучение по образовательным программам высшего образования [16];
- 4) помощь в жилищном обустройстве [17, 18].

Помимо всего вышеизложенного, отметим, что ещё одной негативной тенденцией, влияющей на социально-демографическую составляющую пространственного развития, является старение населения. Феномен старения населения подразумевает под собой резкий сдвиг его возрастной структуры в пользу

лиц пожилого возраста. Само старение населения заключается в повышении среднего и медианного возрастов, а также в уменьшении удельного веса младших и увеличении удельного веса старших слоев в общей численности населения [6, с. 8–63]. В Российской Федерации в 2022 году людей в возрасте 70 лет и выше насчитывалось 14 млн. 793 тыс. человек, 60–64 летних – 10 млн. 320 тыс. человек, в то время, как, например, 25–29 летних насчитывалось лишь 7 млн. 985 тыс. человек, 30–34 летних – 11 млн. 920 тыс. человек, 45–49 летних – 10 млн. 139 тыс. человек, а детей в возрасте от 0 до 4 лет – 7 млн. 597 тыс. [7].

Преобладающую часть пожилых людей в мире составляют женщины. В 2012 г. на 100 женщин в группе 60 лет и старше приходилось 84 мужчины, а в группе 80 лет и старше – только 61 мужчина на 100 женщин. Принято считать, что чем выше уровень развития страны, тем больше разрыв в продолжительности жизни между женщинами и мужчинами. Один из самых значительных разрывов (после Грузии, Белоруссии и Армении) наблюдается в России и составляет около 10 лет (данные 2020 г.)

Обратим внимание на то, что существующую во многих странах на сегодняшний момент тенденцию старения населения можно назвать основной проблемой развития современной цивилизации. Увеличение продолжительности жизни людей обусловлено повышением уровня жизни населения, хорошим качеством питания и оказываемой медицинской помощи, современной медицинской диагностикой, направленной на предупреждение заболеваний, надлежащим обеспечением лекарственными препаратами и социальной помощью со стороны государства. Старение населения влечет за собой ряд негативных последствий, среди которых: изменение демографической структуры общества; увеличение числа инвалидов; дефицит трудовых ресурсов; увеличение бюджетных расходов на обеспечение пенсионным, социальным и медицинским страхованием нуждающихся в них лиц.

Несмотря на происходящее старение населения, показатели продолжительности жизни населения стали снижаться, начиная с 2017 года, и в 2021 году достигли для мужчин – 65,51 лет и для женщин – 74,51 года, что указано на диаграмме, изображенной на рис. 3.

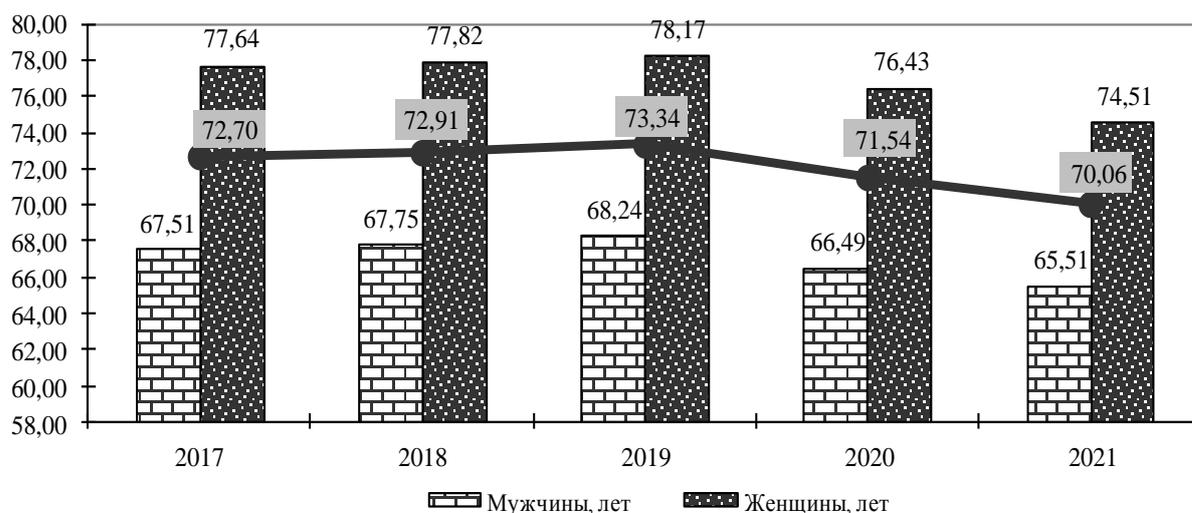


Рис. 3. Продолжительность жизни населения РФ

Наиболее существенное сокращение продолжительности жизни населения среди субъектов РФ замечено в Чеченской Республике (на 3,8 года или 5 %), а среди субъектов ЮФО – в Ростовской области (на 2,25 года или 3,1 %). Во многом данная ситуация обусловлена пандемией Covid-19 и вытекающими из нее последствиями, вследствие чего в 2020 г. Россия заняла первое место в антирейтинге и стала мировым «лидером» по падению продолжительности жизни, опередив США, Болгарию, Литву и Польшу.

На 01.01.2022 г. средний возраст жителей РФ составляет 40,5 лет, мужчин соответственно 37,7 лет, женщин – 42,9 лет. Средний возраст населения в субъектах РФ Южного федерального округа в 2021 г. представлен на рис. 4, из которого видно, что в среднем по округу средний возраст населения равен среднему в целом по государству.

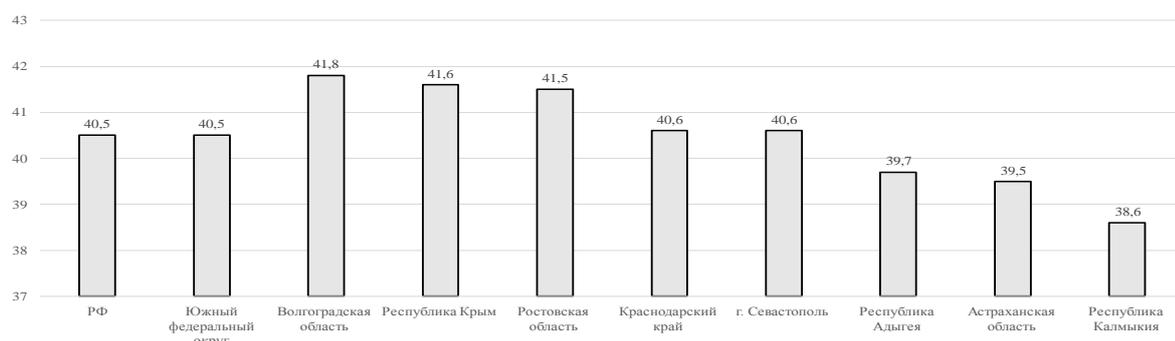


Рис. 4. Средний возраст населения в субъектах РФ (Южный федеральный округ)

Сокращение продолжительности жизни, резкое старение населения, усиление миграционных потоков привели к ситуации, связанной с увеличением демографической нагрузки на население трудоспособного возраста Южного федерального округа (табл. 3).

Таблица 3

Демографической нагрузкой на население трудоспособного возраста*
(на примере Южного федерального округа)

на 01.01.2022 г.

Субъект РФ	Все население			Городское население			Сельское население		
	Все	в том числе		Все	в том числе		Все	в том числе	
		моложе трудосп.	старше трудосп.		моложе трудосп.	старше трудосп.		моложе трудосп.	старше трудосп.
РФ	749	328	421	728	319	405	818	358	458
ЮФО	762	322	440	744	315	429	749	335	459
Республика Адыгея	768	353	415	765	349	416	771	356	415
Республика Калмыкия	762	374	388	807	416	391	725	339	386
Республика Крым	815	335	480	806	320	486	824	351	473
Краснодарский край	769	336	433	752	342	410	791	327	464
Астраханская область	779	367	412	777	353	424	784	395	389
Волгоградская область	752	298	454	734	288	446	819	335	484
Ростовская область	738	296	442	719	286	433	782	318	464
г. Севастополь	710	305	405	704	304	400	796	321	475

* на 1000 лиц трудоспособного возраста приходится нетрудоспособных

Как свидетельствуют данные таблицы, показатель демографической нагрузки составляет 749 человек на 1000 человек населения трудоспособного возраста, в т. ч. нагрузка детьми – 328 и людьми пенсионного возраста – 421 и только у двух субъектов Южного федерального округа показатели лучше, чем в целом по Российской Федерации – г. Севастополь и Ростовской области.

Подтверждением вышеизложенного является заявление Президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина (в выступлении на Петербургском международном экономическом форуме в 2022 г.) о крайне сложной отечественной демографической ситуации. Полагаем, данные сложности обусловлены одновременно несколькими факторами, среди которых последствия пандемии Covid-19, затронувшие все сферы общества, старение населения, снижение рождаемости, миграция; сложными социально-экономическими последствиями введения санкций.

Экономические показатели социо-демографической составляющей пространственного развития, как правило относятся к запаздывающим показателям, проявляющимся через определенный период времени и характеризующие деятельность за прошлый период, поэтому их анализ необходимо проводить в динамике.

Таблица 4
Экономические показатели социо-демографической составляющей пространственного развития (на примере Южного федерального округа)

на 01.01.2022 г.

Субъект РФ	Прожиточный минимум, руб.	Среднедушевой денежный доход всего населения*, руб.	Рост среднедушевого денежного дохода всего населения*, 2021 г. в % к 2020 г.	Динамика показателей, 2021 г. в % к 2020 г. **		
				розничный товароборот	объем платных услуг населению	ввод жилых домов, в том числе построенных на земельных участках для ведения садоводства
РФ	13919	40272	111,1	107,3	117,6	112,7
ЮФО		34 974	113,1	110,7	117,6	112,1
Республика Адыгея	11 970	34 901	115,1	122,3	112,9	119,0
Республика Калмыкия	12 945	21 319	107,6	103,0	109,7	139,5
Республика Крым	13 501	26 357	114,4	106,1	136,3	91,8
Краснодарский край	13 363	43 217	115,7	112,6	119,6	122,6
Астраханская область	13 501	26 833	106,5	107,4	106,7	148,9
Волгоградская область	11 970	27 677	110,7	106,5	106,9	103,4
Ростовская область	13 085	35 041	111,2	110,2	113,2	101,6
г. Севастополь	13 919	33 013	110,2	108,8	123,0	80,6

* в соответствии с Методологическими положениями по расчету показателей денежных доходов и расходов населения, утвержденными приказом Росстата от 02.07.2014 № 465 с изменениями от 20.11.2018

** рассчитано авторами по [19]

Анализ динамики некоторых экономических показателей социо-демографической составляющей пространственного развития, на примере ЮФО, показал, что рост таких показателей, как розничный товароборот, объем платных услуг населению, идентичен среднему по государству. А динамика ввода жилых домов, в т. ч. построенных на земельных участках для ведения садоводства, в некоторых субъектах РФ значительно

отстает, что может быть обусловлено не только и не столько наличием спроса, сколько ограниченностью территориального пространства.

На основе системного подхода к исследованию факторов, негативно влияющих на социально-демографическую составляющую пространственного развития, а также соглашаясь с мнением Г. Г. Гоник, В. С. Косых, И. Н. Касаткиным [20, с. 102–108], выделим совокупность взаимодействующих, взаимосвязанных и взаимозависимых элементов ограниченной структуры – демо-экономические, социо-экономические, социо-медицинские, социо-этические и социо-экологические факторы (рис. 5).



Рис. 5. Совокупность факторов, негативно влияющих на социально-демографическую составляющую пространственного развития

Выявление социо-экологических факторов, таких как: снижение численности проживающих в экологически неблагоприятных районах, влияние на здоровье населения загрязнения воды, воздуха и почвы, степени урбанизации, появление экологически зависимых заболеваний – обусловлено рядом объективных обстоятельств.

Высказанное более 2000 лет назад Гиппократом и другими мыслителями предположение о наличии зависимости возникновения болезней от факторов окружающей среды находит свое отражение в настоящее время, когда с ростом влияния неблагоприятных последствий развития урбанизированных территорий связано с возрастанием частоты хронических заболеваний органов дыхания, генетических и врожденных пороков, хронических отравлений и лекарственных

осложнений, злокачественных опухолей и болезней крови, хронических диффузных заболеваний печени, язвенной болезни.

Так, уровень урбанизации в РФ на 01.01.2022 года составил 74,8 %, т. е. в городах проживали 108,9 млн чел., при этом в Южном федеральном округе только 63 %, что значительно ниже чем в среднем по государству. При этом, в данном регионе расположены три города с численностью населения более 1 млн. – г. Ростов-на-Дону (1,134 млн. чел.), г. Краснодар (1,038 млн. чел) и г. Волгоград (1,005 млн. чел.) и один из них – г. Ростов-на-Дону входит в 10 крупнейших городов РФ. Отставание уровня урбанизации от среднего по государству свидетельствует о том, что в данном регионе, в отличие от других (например, Северо-западном округе – 85 %), созданы комфортные условия проживания как в городе, так и в сельской местности – транспортная и инженерная инфраструктура, торговые сети, сфера социального обслуживания. Однако, появление, а затем влияние социо-экологических факторов, подтверждается совокупностью социально-экологических показателей, характеризующих формирование комфортных условий в субъектах РФ (табл. 5).

Таблица 5
Анализ социо-экологической обстановки в субъектах РФ (Южный федеральный округ)
на 01.01.2022 г.

Субъект РФ	Выбросы в атмосферу загрязняющих веществ, тыс. тонн	Количество выбросов в атмосферу загрязняющих веществ на 1 чел.	Удельный вес выбросов от стационарных источников в общем объеме выбросов, %	Образование отходов производства и потребления, тыс. тонн	Образование отходов производства и потребления на 1 чел.	Общая площадь погибших лесных насаждений, га.	Удельный вес площади ООП* в общей площади территории, %	Расходы на охрану окружающей среды на 1 проживающего, тыс. руб. на 1 чел
Российская Федерация	22227,6	0,153	76,3	6955717	47,785	145458	14	5,99
Южный федеральный округ	1337,3	0,076	69,5	19326	1,098	1933	9,2	2,45
Республика Адыгея	22,5	0,048	33,3	325	0,694	-	19,9	1,06
Республика Калмыкия	14	0,052	17,9	50	0,186	-	15,9	1,06
Республика Крым	85	0,045	42,9	1921	1,013	-	8,7	2,05
Краснодарский край	477,3	0,084	86,9	8040	1,414	73	11,1	2,24
Астраханская область	146,1	0,148	76,3	230	0,232	217	10,3	4,27
Волгоградская область	266,1	0,085	65,6	3603	1,149	915	8,9	4,88
Ростовская область	311,1	0,075	56,3	3983	0,960	600	2,3	1,43
г. Севастополь	15,2	0,029	45,4	1173	2,247	н/д	29	1,49

* особо охраняемая природная территория

Данные таблицы свидетельствуют о том, что наблюдается значительная дифференциация в социо-экологической обстановке в субъектах РФ ЮФО и расходы на охрану окружающей среды на 1 проживающего в этих субъектах значительно ниже, чем в среднем по государству.

Для региона, с такой большой плотностью проживания населения, как ЮФО (в 4,3 раза больше чем в среднем по РФ), характерны достаточно комфортные условия проживания. По количеству выбросов в атмосферу загрязняющих веществ наихудшие показатели в Астраханской области, а по образованию отходов производства и потребления на 1 чел. в Краснодарском крае, однако эти показатели в разы ниже, чем в целом по РФ. Для тех субъектов Федерации, в которых высокий показатель количества выбросов в атмосферу загрязняющих веществ на 1 чел., характерен высокий удельный вес стационарных источников загрязнения (более 65 %).

С целью формирования адекватной оценки степени влияния социо-экологического фактора на социально-демографическую составляющую пространственного развития территории (города, региона или государства в целом), объем и характер необходимых организационных, технологических, лечебно-профилактических и рекреационных мероприятий среди населения, проживающего на данной территории, требуется изучать вклад каждого фактора в изменение численности населения и состояние его физического и морального здоровья.

Наличие зависимости возникновения экологически зависимых заболеваний (на примере заболеваний органов дыхания, врожденных аномалий, новообразований и болезни крови и кроветворных органов) подтверждаются числом и динамикой зарегистрированных случаев по конкретному субъекту РФ (табл. 6).

Таблица 6

Число зарегистрированных заболеваний у больных с диагнозом, установленном впервые в жизни, по субъектам Российской Федерации в 2019–2021 г., количество заболевших на 100 000 населения

	Российская Федерация			Южный федеральный округ		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Заболевания органов дыхания	5 126,47	5 628,27	6 478,46	2 279,82	2 939,68	3 506,22
Врожденные аномалии	61,64	61,58	74,23	19,65	17,32	29,2
Новообразования	770,42	789,71	951,77	354,16	424,57	473,05
Болезни крови и кроветворных органов	213,93	221,42	298,18	104,87	111,49	212,64

И хотя, число заболевших на 100 000 населения в Южном федеральном округе по некоторым заболеваниям в половину ниже, чем в среднем по Российской Федерации, тем не менее, наблюдается устойчивый рост числа заболевших экологически зависимыми заболеваниями.

Выводы. Подытожив все вышеизложенное, отметим, что особенности пространственного развития и изменения, которые происходят в пространственно-временном аспекте, обуславливаются социально-демографическими процессами наряду с экономическими, экологическими, этническими и расселенческими процессами.

Проведенное исследование позволило выделить, наряду с демо-экономическими, социо-экономическими, социо-медицинскими, социо-этическими факторами, социо-экологические факторы, влияющие на социально-демографическую составляющую пространственного развития.

Начиная с 2022 года в Российской Федерации в целом и в Южном федеральном округе наблюдается тенденция, носящая двойственный и противоречивый характер. Одна сторона данной тенденции указывает на рост количества населения за счет сложной военно-политической обстановки в Донецкой и Луганской Народных Республиках, обуславливающей отток населения в Российскую Федерацию. С другой же стороны, происходит снижение количества населения, в частности, из-за снижения рождаемости, высокого уровня смертности, эмиграции и продолжающихся боевых действий. Полагаем, после завершения боевых действий и восстановления присоединенных территорий демографическая ситуация в Российской Федерации улучшится. Для этого на государственном и региональном уровнях необходимо сформировать надлежащую демографическую политику, которая смогла бы в сравнительно быстрые сроки минимизировать негативно влияющие факторы на социально-демографическую составляющую пространственного развития и улучшить показатели демографического и социального развития.

Перспективы дальнейших исследований заключаются в разработке модели пространственного развития с учетом социально-демографической составляющей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федоров, Г. М. Об актуальных направлениях геодемографических исследований в России / Г. М. Федоров. – Текст : непосредственный // Балтийский регион. – 2014. – № 2 (20). – С. 7–28.
2. Корнев, И. Н. Геодемографические процессы в регионе : Монография / И. Н. Корнев, Д. Н. Липухин; Урал. гос. пед. ун-т, Гум. ун-т - Екатеринбург, 2002. – 258 с. – Текст : непосредственный.
3. Агафонов, Н.Т. Категории и факторы демографической обстановки (ситуации). Народонаселение: прикладная демография / Н. Т. Агафонов, А. Н. Голубев. – М.: Статистика, 1973. – С. 25–41. – Текст : непосредственный.
4. Горбунова, В. В. Старение населения и его влияние на социально-экономическое развитие современного российского общества / В. В. Горбунова. – Текст : непосредственный // Научное обозрение. Экономические науки. – 2019. – № 1. – С. 11–15.
5. Долбик-Воробей Т. А. Оценка демографического старения населения на основе методов непараметрической статистики / Т. А. Долбик-Воробей. – Текст : непосредственный // Демографическое старение населения: угрозы и новые реалии. – 2020 – С.44–51.
6. Голубев, А. Г. Эволюция продолжительности жизни и старения / А. Г. Голубев. – Текст : непосредственный // Биосфера. – 2011. – Т.3. – №3. – С.336–368.
7. Евченко, Н. Н. Международная иммиграция в Россию из стран СНГ: динамика и региональная дифференциация / Н. Н. Евченко. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2018. – №2 (198). – С. 127–135.
8. Крюков, В. А. Пространственное развитие России: основные проблемы и подходы к их преодолению / В. А. Крюков, Е. А. Коломак. – Текст : непосредственный // Научные труды Вольного экономического общества России. – 2021. – 227 том. – С. 92–104.
9. Безвербный, В. А. Современные и исторические тенденции пространственного развития России: социально-демографические аспекты / В. А. Безвербный, Н. Ю. Микрюков, Т. Р. Мирязов. – Текст : непосредственный // Наука. Культура. Общество. – 2020. – № 2. – С. 63–81.
10. Макарова, М. Н. Обзор теоретических подходов к исследованию социально-демографической асимметрии территориального развития / М. Н. Макарова, Е. А. Трушкова. – Текст : непосредственный // Фундаментальные исследования. – 2020. – № 9. – С. 67–72;
11. Габдрахманов, Н. К. Роль высшего учебного заведения в пространственной поляризации молодежи / Н. Н. Габдрахманов, Н. Ю. Никифорова. – Текст : непосредственный // Экономика региона. – 2019. – Т. 15, вып. 4. – С. 1103–1114.
12. Численность и миграция населения Российской Федерации в 2021 г.: Стат. сб. – URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/BulMigr-2021.xlsx>. – Текст : электронный.
13. Цхададзе, Н. В. Региональная миграционная дифференциация в России / Н. В. Цхададзе. – Текст : непосредственный // Вестник экономической безопасности. – 2020. – № 4. – С. 281–287.

14. О внесении изменений в Указ Президента Российской Федерации от 24 апреля 2019 г. № 183 «Об определении в гуманитарных целях категорий лиц, имеющих право обратиться с заявлениями о приеме в гражданство Российской Федерации в упрощенном порядке»: Указ Президента Российской Федерации от 11.07.2022 г. № 440. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202207110002> – Текст : электронный.

15. О выплатах гражданам Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Украины и лицам без гражданства, вынужденно покинувшим территории Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Украины и прибывшим на территорию Российской Федерации»: Указ Президента РФ от 27 августа 2022 г. № 586. – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202208270001> – Текст : электронный.

16. Об утверждении особенностей приема на обучение по образовательным программам высшего образования, имеющим государственную аккредитацию, программам подготовки научных и научно-педагогических кадров в аспирантуре (адъюнктуре) в 2022 году: Постановление Правительства Российской Федерации от 21.03.2022 № 434 – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202203310047?index=2&rangeSize=1> – Текст : электронный.

17. О беженцах: Федеральный закон от 19.02.1993 N 4528-1 (в ред. от от 14.07.2022 N 342-ФЗ). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_4340/ – Текст : электронный.

18. О вынужденных переселенцах: Закона Российской Федерации от 19.02.1993 г. № 4530-1 – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102021721> – Текст : электронный.

19. Социально-экономическое положение Южного федерального округа в 2021 г. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/ujn_fo_21.pdf – Текст : электронный.

20. Малахов, В. С. Влияние пандемии Covid-19 на миграционные процессы и миграционную политику в Европейском Союзе и в России. Мониторинг экономической ситуации в России / В. С. Малахов, А. С. Мотин. – Текст: непосредственный // Тенденции и вызовы социально-экономического развития. – 2020. – № 17(119). – С. 31–42.

Поступила в редакцию 31.05.2022 г.

THE SOCIO-DEMOGRAPHIC COMPONENT OF SPATIAL DEVELOPMENT

E. G. Kosheleva, J. S. Gokun

The article deals with the analysis of the socio-demographic component of spatial development. There have been revealed the main factors influencing the changes in geodemographic indicators. There have been assessed the prospects for changes in demographic indicators as a result of the development and implementation of an effective demographic policy, on the one hand, and a balanced socio-economic policy at state, regional and subject of the Federation level, on the other hand.

Keywords: spatial development, socio-demographic component, demographic situation, migration, ageing population, change in lifetime

Кошелева Елена Георгиевна

кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой национальной и региональной экономики

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

o.kosheleva@donnu.ru

+7-949-321-77-64

Гокунь Юлия Сергеевна

магистрант кафедры национальной и региональной экономики

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

yulya.gokun@mail.ru

+7-949-460-59-47

Kosheleva Elena

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of National and Regional Economics
Donetsk National University, Donetsk

Gokun Julia

student of the 1st course of the master's program
Donetsk National University, Donetsk

УДК 338.12

ПРОЕКТНАЯ ЭКОНОМИКА КАК НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

© 2022. Е. О. Кравец

В работе рассмотрены типы экономических систем; представлены и проанализированы этапы развития экономики России. Выделены свойства смешанной экономики Российской Федерации. Обоснована необходимость в современных геополитических условиях переход России к проектной экономике развития. Дано определение «проектная экономика». Представлена структура проектной экономики.

Ключевые слова: проект, экономика, система, смешанная экономика, рыночная экономика, проектная экономика.

Постановка проблемы. В течение 20-го века бизнес-операции создавали огромную ценность, и они делали это благодаря достижениям в области эффективности и продуктивности. Но на протяжении большей части текущего столетия рост производительности в западных экономиках был почти неизменным, несмотря на бурное развитие Интернета, сокращение жизненного цикла продуктов и экспоненциальный прогресс в области искусственного интеллекта и робототехники. Между тем, проекты все чаще влияют как на краткосрочную производительность, так и на создание долгосрочной ценности – за счет более частых организационных преобразований, более быстрой разработки новых продуктов, более быстрого внедрения новых технологий и так далее. Это глобальное явление и мир становится проецируемым из-за этих тектонических сдвигов.

Актуальность темы исследования. Мало кто понимал, какое широкомасштабное воздействие окажет промышленная революция в том виде, в каком она происходила. Технологические достижения и радикальные преобразования оказывают огромное давление на организации, вынуждая их развиваться или прекращать свою деятельность. Нынешняя промышленная революция ознаменовала приход проективации – распространения проектов по всем аспектам общества – и проектной экономики.

Анализ последних исследований и публикаций свидетельствует, что вопросы проектного подхода в управлении рассматривались в работах таких ученых как В.В. Богданова, М.Ф. Дубовика, А.С. Козлова, И.И. Мазура, А.Н. Павлова, А.В. Полковникова, М.Л. Разу, М.В. Романовой, В.Л. Макарова, В.М. Тюминой, П.А. Костромина, Ю. В. Крупновой, Т.В. Юрьевой, М. П. Глызиной, Е. А. Ивановой, Тома Демарко, П. Харпера-Смита, Беркуна Скотта и др.

Однако, учитывая быстро меняющиеся тенденции, недостаточно исследованным остается сущность проектной экономики и ее влияние на развитие экономики страны.

Таким образом, целью исследования является определение сущности проектной экономики и ее значение в современных условиях развития экономики страны.

Результаты исследования. В мире существует бесчисленное множество видов экономических систем, каждая из которых обладает отличительной чертой и самобытностью. Однако их можно классифицировать на основе общих характеристик на широком уровне. Рассматривая экономическую систему страны и то, как она управляет своими ресурсами, можно больше понять о ее прошлом и вероятном

будущем курсе. Существует четыре основных типа экономических систем – традиционная экономика, командная экономика, рыночная экономика и смешанная экономика [7].

1. Традиционная экономика.

Традиционная экономическая система основана на товарах, услугах и труде, все из которых следуют определенным установившимся тенденциям. Это во многом зависит от людей, и здесь очень мало разделения труда или специализации. По сути, традиционная экономика является очень базовой и самой древней из четырех типов.

В некоторых частях мира все еще функционирует традиционная экономическая система. Это обычно встречается в сельской местности в странах второго и третьего мира, где экономическая деятельность преимущественно связана с сельским хозяйством или другими традиционными видами деятельности, приносящими доход.

В сообществах с традиционными экономическими системами обычно очень мало ресурсов, которыми можно поделиться. Либо природных ресурсов в регионе немного, либо доступ к ним каким-то образом ограничен. Таким образом, традиционная система, в отличие от трех других, не обладает потенциалом для создания профицита. Тем не менее, именно из-за своей примитивной природы традиционная экономическая система отличается высокой устойчивостью. Кроме того, из-за его небольшой производительности потери очень малы по сравнению с тремя другими системами.

2. Командная экономика

В командной экономике существует доминирующая централизованная власть – обычно правительство, – которая контролирует значительную часть экономической структуры. Также известна как плановая система, командная экономическая система распространена в коммунистических обществах, поскольку производственные решения являются прерогативой правительства.

Если экономика имеет доступ ко многим ресурсам, велика вероятность того, что она может склониться к командной экономической структуре. В таком случае вмешивается правительство и осуществляет контроль над ресурсами. В идеале централизованный контроль распространяется на ценные ресурсы, такие как золото или нефть. Люди регулируют другие, менее важные секторы экономики, такие как сельское хозяйство.

Теоретически командная экономика работает очень хорошо до тех пор, пока центральная власть осуществляет контроль с учетом наилучших интересов населения в целом. Однако, по-видимому, это редко бывает так. Командная экономика является жесткой по сравнению с другими системами. Они медленно реагируют на перемены, потому что власть централизована. Это делает их уязвимыми к экономическим кризисам или чрезвычайным ситуациям, поскольку они не могут быстро приспособиться к меняющимся условиям.

3. Рыночная экономика

Рыночная экономика основана на концепции свободных рынков. Другими словами, вмешательство правительства очень незначительно. Правительство осуществляет незначительный контроль над ресурсами, и оно не вмешивается в важные сегменты экономики. Вместо этого регулирование исходит от людей и взаимосвязи между спросом и предложением.

Рыночная экономика в основном носит теоретический характер. Иными словами, чистой рыночной экономики на самом деле не существует. Почему? Что ж, все экономические системы подвержены тому или иному вмешательству со стороны центральной власти. Например, большинство правительств принимают законы,

регулирующие честную торговлю и монополии.

С теоретической точки зрения рыночная экономика способствует существенному росту. Возможно, рост является самым высоким при рыночной экономической системе.

Самым большим недостатком рыночной экономики является то, что она позволяет частным структурам накапливать значительную экономическую мощь, особенно тем, кто владеет ценными ресурсами. Распределение ресурсов несправедливо, потому что те, кто добивается экономического успеха, контролируют большую их часть.

4. Смешанная экономика

Смешанные системы сочетают в себе характеристики рыночной и командной экономических систем. По этой причине смешанные системы также известны как двойные системы. Иногда этот термин используется для описания рыночной системы, находящейся под строгим регулирующим контролем.

Многие страны развитого западного полушария придерживаются смешанной системы. Большинство отраслей промышленности являются частными, в то время как остальные, состоящие в основном из государственных служб, находятся под контролем правительства.

Смешанные системы являются нормой во всем мире. Предположительно, смешанная система сочетает в себе лучшие черты рыночной и командной систем. Однако, с практической точки зрения, смешанные экономики сталкиваются с проблемой нахождения правильного баланса между свободными рынками и государственным контролем. Правительства, как правило, осуществляют гораздо больший контроль, чем это необходимо.

В свою очередь развитие экономики России можно представить следующим образом (рис. 1) [9].



Рис. 1. Этапы развития экономики России

Опираясь на Конституцию Российской Федерации, в которой говорится, что «на территории нашей страны гарантируются единство экономического пространства,

свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности, а также признаются и защищаются равным образом частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности [8]. Эти свойства характерны для рыночной экономики и играют большую роль в экономике России. Учитывая данный фактор можно отнести экономику России к смешанному типу (рис. 2).

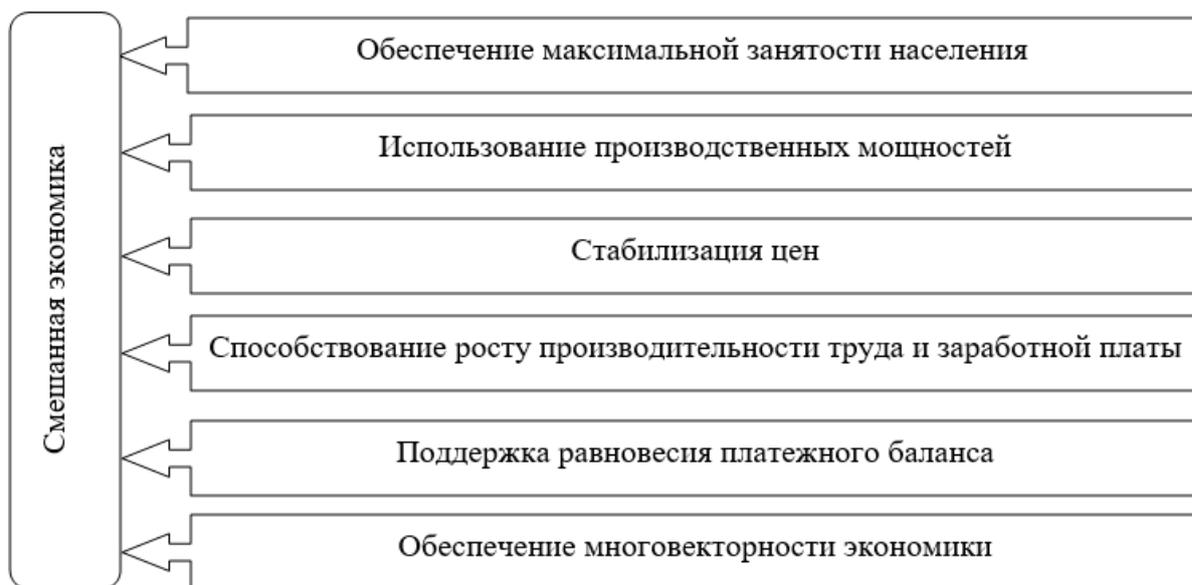


Рис. 2. Свойства смешанной экономики

Следует отметить, что смешанная экономика включает в себя элементы различных систем. В отраслях стратегического назначения, обеспечивающих безопасность и независимость государства, происходит централизованное управление. В свою очередь рыночная экономика позволяет оптимизировать процессы в реальном секторе производства без лишнего вмешательства государства.

Современная Россия – это объединение экономических систем, которые поддерживают независимость и финансовую стабильность страны. В условиях современной геополитической ситуации оборонная промышленность, инфраструктура и наука контролируются государством, а все остальные отрасли народного хозяйства развиваются по законам рынка.

С учетом геополитических реалий, недостаточно улучшать предпринимательский климат и поддерживать приоритетные отрасли экономики. Необходим переход к проектной форме управления развитием экономики, а именно новой модели экономического развития общества – «проектная экономика», которая будет реализовываться через систему проектов, а не через ставшие привычными рыночные механизмы [10].

Это глобальное явление. В 2017 году Институт управления проектами подсчитал, что стоимость экономической деятельности, ориентированной на проекты, во всем мире вырастет с 12 триллионов долларов в 2017 году до 20 триллионов долларов в 2027 году, в результате чего около 88 миллионов человек будут работать на должностях, ориентированных на управление проектами, – и эти оценки были сделаны до того, как страны начали тратить триллионы на проекты по ликвидации последствий пандемии. В Китае, например, доля проектов в ВВП неуклонно растет, по крайней мере, с 2010 года,

и в 2020 году на их долю приходилось целых 41% от общего объема [3].

Что же такое проектная экономика? В. Л. Макаров дает следующее определение «...проектная экономика – важный механизм, рождающий правильных людей. В советское время были генеральные конструкторы, у которых главная цель – не получение прибыли, а реализация проекта [2]. Проектная экономика – это соединение нацеленности на эффекты развития, а не роста, на основе и за счет проектирования новых систем производства сверхстоимости». Проекты мотивируют и обучают предпринимательству» [1].

В свою очередь Юрьева Т.В. под проектной экономикой понимает особый вид социально-экономической системы, в которой экономическая деятельность осуществляется преимущественно посредством проектов, программ, портфелей проектов и программ [6].

Крупнов Ю. В. определяет проектную экономику как формирующуюся новую экономику, в которой люди обладают навыками и возможностями, необходимыми им для воплощения идей и стратегий в реальность для всего мира [4].

Основываясь на приведенных выше определениях, подытожим, что проектная экономика является экономической системой, направленной на формирование и реализацию проектов, целью которых является освоение перспективных ниш приложения капитала на внутренних и внешних рынках во взаимной ответственности государства и корпораций, и других организаций по обязательствам, связанным с реализацией проектов (рис. 3).

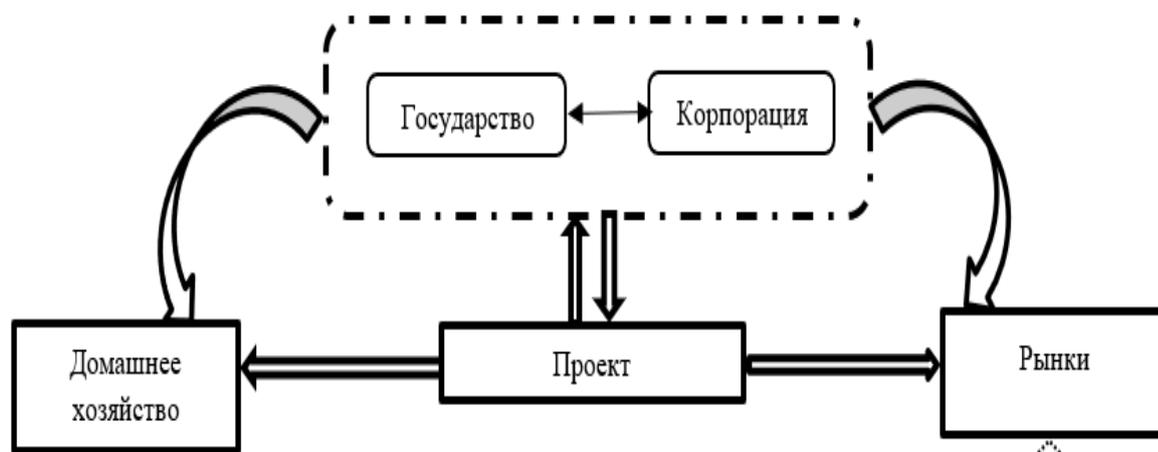


Рис. 3. Структура проектной экономики

В построение проектной экономики развития, весомую роль необходимо отводить государству как организатору и координатору стратегических системообразующих отраслей. Для этого целесообразно создать центр управления, в состав которого будут входить представители промышленности, сельского хозяйства, транспорта, оборонно-промышленного комплекса, с целью определения проектов, под которые будут выделяться целевые денежные средства [4].

Таким образом, проектная экономика имеет стратегическое значение, так как нацелена на эффективное использование ресурсов, стимулирование инновационной направленности и организацию систематической разработки и реализации проектов развития страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Макаров В. Л. К вопросу о проектной экономике / В.Л. Макаров // ЭНСР. – 2013. – №3 (62). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-proektnoy-ekonomike> (дата обращения: 08.02.2022).
2. Макаров В. Л. России нужна проектная экономика / В.Л. Макаров // Venture business news [Электронный ресурс]. – URL: http://www.anspa.ru/ncd-1-9-618/news_publications.html (дата обращения: 01.12.2022)
3. . Тумин В.М. О проектах, проектной деятельности и их роли в экономике предприятий / В.М. Тумин, П.А. Костромин, В.В. Тумин // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2021. – № 2. – С. 46–61.
4. Крупнов Ю. Проектная экономика развития – новая модель экономики для России и Евразийского Союза. Проектно-аналитический доклад [Электронный ресурс]. – URL: <http://kрупнов.ru/files/doklad-Proektnaya-ekonomika-razvitiya.pdf> (дата обращения: 02.02.2022).
5. Иванова Е. А. Региональные аспекты формирования развития проектной экономики/ Е. А. Иванова, М. П. Глызина // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2020. – № 6. – С. 215-221.
6. Викуленко А.Е. Характеристика развития экономической системы России / А. Е. Викуленко // ЭВ. – 2019. – №3 (18). [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/harakterstika-razvitiya-ekonomicheskoy-sistemy-gossii> (дата обращения: 02.02.2022).
7. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ) / Собрание законодательства РФ, 04.08.2014, N 31, ст. 4398.
9. Лайши, Ю. Какая экономическая система в России сейчас / Ю. Лайши // Образовательный портал [Электронный ресурс]. – URL: https://kakaya_ekonomicheskaya_sistema_ (дата обращения: 25.01.2022).
10. Есть ли шанс у проектной экономики в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://topwar.ru/98177-est-li-shans-u-proektnoy-ekonomiki-v-gossii.html> (дата обращения: 10.01.2022).

Поступила в редакцию 03.06.2022 г.

PROJECT ECONOMY AS A NEW STAGE IN THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC SYSTEMS

E. O. Kravets

The paper considers the types of economic systems; presents and analyzes the stages of development of the Russian economy. The properties of the mixed economy of the Russian Federation are highlighted. The necessity of Russia's transition to a project-based development economy in modern geopolitical conditions is substantiated. The definition of "project economy" is given. The structure of the project economy is presented.

Keywords: project, economy, system, mixed economy, market economy, project economy.

Кравец Елена Олеговна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
lenakraves@yandex.ru
+7-949-395-64-60

Kravets Elena

Candidate of Economics Sciences, associate Professor of management
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 316.62

ЗАВИСИМОЕ ПОВЕДЕНИЕ КАК УГРОЗА НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

© 2022. В. Д. Малыгина, Д. А. Гросова

В статье проанализированы виды, факторы и последовательность формирования зависимого поведения. Раскрыто, что одной из наиболее опасных угроз в современных условиях для национальной безопасности является склонность к зависимости от алкогольной, никотиносодержащей продукции и психоактивных веществ.

Ключевые слова: зависимость, поведение, национальная безопасность, последствия употребления, алкогольные напитки, никотиносодержащие товары, психоактивные вещества.

Постановка проблемы. На современном этапе развития общества проблематика зависимого поведения является предметом особого внимания. Увеличение производства и сбыта продукции и веществ, содержащих психоактивные вещества, их доступность, рост социального напряжения, а также ряд других социально-экономических факторов могут привести к дальнейшему увеличению потребления и негативным социальным последствиям.

Актуальность темы исследования. Изучение зависимого поведения потребителей как угрозы национальной безопасности становится все более актуальным. В последние годы усилились негативные тенденции состояния здоровья населения, снижаются темпы прироста населения и рождаемость. Основной причиной низкой продолжительности жизни населения в Российской Федерации является высокая смертность граждан трудоспособного возраста. Смертность от заболеваний сердечно-сосудистой системы, составляет 55% смертности от всех причин, что в 3-4 раза выше, чем в европейских странах. Уровень смертности обусловлен высоким уровнем заболеваемости населения, а также распространенностью алкоголизма, табачной зависимости и наркомании. Употребление алкогольных напитков и никотиносодержащих товаров является причиной более двухсот заболеваний, травм и иных нарушений здоровья. Пагубное потребление повышает риск развития неинфекционных заболеваний, высокий риск смертности от сердечно-сосудистых, онкологических, инфекционных заболеваний, а также более высокий риск преднамеренного или непреднамеренного травматизма, в том числе в результате дорожно-транспортных происшествий.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблематика зависимого поведения актуальной и отражается в научных работах отечественных и зарубежных ученых Л.А. Карпенко [5], Ц.П. Короленко [7], С.А. Кулакова, [7], В.Д. Менделевича, И.С. Кона, Е.В. Змановской, А.Н. Бариновой, Э. Берна, Б. Сигала [8].

Выделение нерешённых проблем. Проблема зависимости от алкогольной, никотиносодержащей продукции и психоактивных веществ остаётся нерешенной и является масштабной социальной угрозой для государства.

Цель работы – изучить виды, факторы и последовательность формирования зависимого поведения; рассмотреть меры по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и никотиносодержащих товаров.

Результаты исследования. Исследование человеческого поведения начинается с рассмотрения самого понятия «поведение», которое может быть самое разное:

просоциальное или суицидальное, конформистское или делинквентное, адаптивное или агрессивное, совладающее или аддиктивное. В Кратком психологическом словаре Л.А. Карпенко понятие «поведение» трактуется как присущее живым существам взаимодействие с окружающей средой, опосредствованное их внешней (двигательной) и внутренней (психической) активностью» [9].

Относительно устойчивости поведения существуют разные точки зрения. Согласно теории черт, поведение является продуктом генетически обусловленных диспозиций, проявляется в разное время и в разных ситуациях внутренней согласованностью. В.А. Ядов говорит о диспозиционном поведении или социальном, которое основывается на предрасположенности личности к определенному восприятию условий деятельности. [10]

Понятием «зависимость» называют навязчивую потребность совершать определённые действия, несмотря на неблагоприятные последствия медицинского, психологического или социального характера. Зависимое поведение (табакокурение, алкоголизм, наркомания, интернет-зависимость, пристрастие к азартным играм) выражается в стремлении к уходу от реальности путем изменения своего психического состояния посредством приема некоторых веществ, сопровождающихся развитием интенсивных эмоций. Суть зависимого поведения заключается в том, что, стремясь уйти от реальности, человек пытается искусственным путем изменить свое психическое состояние, что дает восстановления равновесия и иллюзию безопасности. Данный процесс захватывает личность и начинает управлять ее существованием, человек становится беспомощным перед своим пристрастием [3].

Основными видами зависимостей являются химические (алкоголизм, табакокурение, токсикомания, наркомания), биохимические (анорексия, булимия) и нехимические (клептомания, игровая зависимость). Наиболее быстро формируется именно химическая зависимость, это связано с тем, что наркотические вещества напрямую воздействуют на «систему вознаграждения» головного мозга и приводят к выбросу большого количества гормона радости, удовольствия - дофамина.

В отечественной психологической литературе, в научных работах Ц.П. Короленко и С.А. Кулакова [7] впервые появился термин «аддиктивное поведение», которое традиционно считалось синонимичным понятию «зависимое поведение», ибо между личностью и средой всегда идет процесс взаимодействия.

Следует отметить, что анализ научной литературы по данной проблеме позволил выявить, что аддиктивное поведение одно из этапов в процессе формирования зависимости, однако часто понятия «зависимое поведение» и «аддиктивное поведение» смешиваются. Что не является правильным. В отличие от зависимого поведения, результатом которого является сформированность физиологической и психологической зависимостей, в процессе формирования аддиктивного поведения формируется только психологическая зависимость, под аддиктивным процессом понимается собственно процесс формирования зависимости, включающий в себя этап первых проб, что и отличает поведение аддиктивное и поведение зависимое.

С точки зрения психологии, чаще всего зависимость рассматривается как психическое состояние, поэтому объектом зависимости может стать любая аддикция, а зависимости же определяются по социальной значимости как более или менее социально приемлемые (или неприемлемые). Примером может быть злоупотребление психоактивных веществ, о чем говорится в трудах Н.С. Курека [3], где автор выделяет его как пагубное, опасное и сопровождающееся психической и физической зависимостью.

В случае зависимости от психоактивных веществ говорят о болезненном поведенческом паттерне, который связан с невозможностью обрести личностное своеобразие, безопасность, самооценку со своими специфическими особенностями

Однотипно развиваются такие зависимости как алкоголизм, никотинизм, наркомания и токсикомания. Существует концепция аддиктивного поведения Ц.П. Короленко, которая исходит из положения о наличии общих механизмов, свойственных различным формам аддикции. При этом следует отметить, что наблюдаются такие явления как снижение уровня требований и критики к самому себе и окружающим, упрощение личности и личностных свойств, вплоть до ее постепенной деградации.

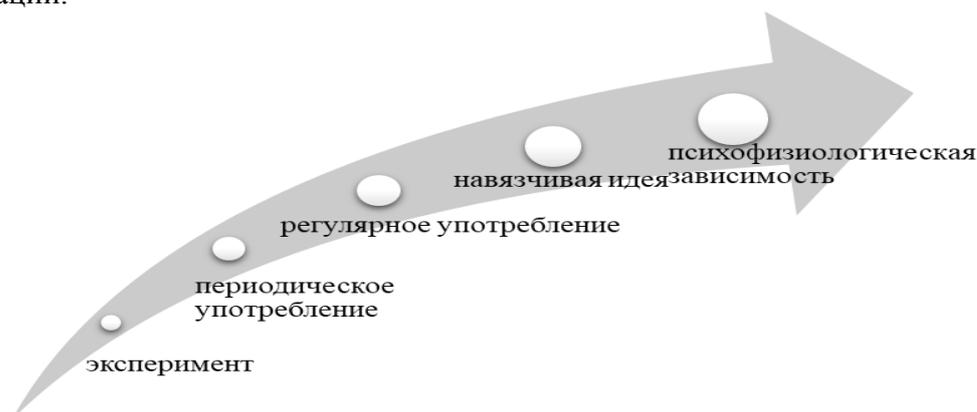


Рис. 1. Последовательность формирования зависимости (визуализировано автором по [7])

Для зависимого поведения, как отмечают многие исследователи [9, 11] характерная особенность – цикличность, повторение с индивидуальной частотой и выраженностью. По мнению, например, Петровой И. В. и Даренского И.Д., зависимое поведение включает широкий спектр поведенческих паттернов – от психологически здорового поведения до состояния тяжелой психологической и физиологической зависимости.



Рис. 2. Цикл зависимого поведения (визуализировано автором по [11])

Некоторые авторы [8, 11] отмечают существование отличий зависимого от аддиктивного поведения, что связано, например, с моментом так называемой поисковой наркомании, когда относительно данного человека фиксируются случаи раннего злоупотребления психоактивными веществами, а именно: есть признаки ухудшения социального функционирования, но нет признаков физиологической зависимости и измененным состоянием сознания. С точки зрения Ц.П. Короленко, Н.В. Дмитриевой, Т.А. Донских аддиктивное поведение является одной из форм деструктивного поведения, что в результате приема некоторых веществ или постоянной фиксации внимания на определенных предметах или видах деятельности вызывает стремление к уходу от реальности путем изменения своего психического состояния. Переход аддиктивного поведения в зависимость возникает под влиянием ряда факторов: социально-психологические, социальные, психологические и биологические и сопровождается развитием интенсивных эмоций. Целесообразно рассмотреть отдельные из указанных факторов.

К социальным факторам относятся: доступность психоактивных веществ; отсутствие позитивных культуральных и социальных традиций; нестабильность общества; мода; контрастность уровней жизни; интенсивность и плотность миграции; влияние группы; степень грозящей ответственности.

Важно сделать акцент на таких социально-психологических факторах, как: высокий уровень массовой и коллективной тревоги; разрыв поддерживающих связей с семьей и другими позитивно-значимыми группами; отсутствие привлекательных для детей и подростков досуговых центров; героизация и романтизация девиантного поведения в массовом сознании.

При рассмотрении группы психологических факторов следует отметить такие: слабость или недостаточность способности к внутреннему диалогу; низкая переносимость психологических стрессов; незрелость личностной идентификации; высокая потребность в изменении состояния сознания как средство разрешения внутренних противоречий и конфликтов; привлекательность возникающих ощущений и переживаний; выработка гедонических установок; стремление к самоутверждению; отсутствие социальных интересов.

Значимую роль в переходе аддиктивного поведения в зависимость занимают и биологические факторы: индивидуальная толерантность; изменяющиеся системы мотиваций и контроля течения заболевания; нарушение процессов детоксикации в организме; органические поражения мозга; отягощение наследственности; природа употребляемого вещества; хронические болезни.

К особенностям перехода от увлечения к аддикции можно отнести и возникновение отрицательных эмоциональных переживаний при ограничении или невозможности удовлетворить потребность в предмете аддикции. И независимо от того, что первоначально объект аддикции выступает как средство удовлетворения социогенной или психологической потребности, он носит разрушительный характер. Проявляется это, к примеру, в том, что устанавливаются эмоциональные отношения с неодушевленными предметами или явлениями, возникает «сдвиг мотива на цель». По А.Н. Леонтьеву [12] способ аддиктивной реализации из средства постепенно превращается далее в цель, после чего формируется новый мотив, побуждающий к новой деятельности, а, следовательно, и в новой потребности, т.е. потребности в объекте аддикции.

Интересен и вопрос мотивации, например, мотивация употребления психоактивных веществ (рис. 3).

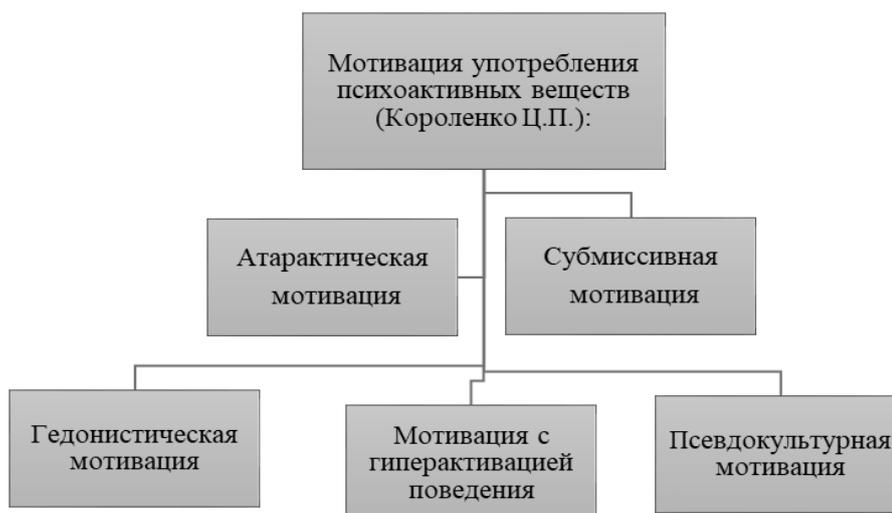


Рис. 3. Формы мотивации употребления психоактивных веществ
(визуализировано автором по [12, стр. 65])

Анализируя мотивации употребления психоактивных веществ, следует отметить несколько форм [14]:

1. Атарактическая мотивация – заключается в стремлении к приему вещества с целью смягчить или устранить явления тревожности, эмоционального дискомфорта, сниженного настроения.

2. Субмиссивная мотивация – неспособность отказаться от приема психоактивного вещества, предлагаемого кем-либо, отражает выраженную тенденцию к подчинению, зависимости от мнения окружающих.

3. Гедонистическая мотивация проявляется, например, в том, что алкоголь употребляется для повышения настроения, получения удовольствия в широком смысле этого слова.

4. Мотивация с гиперактивацией поведения. Примером может быть следующее: алкоголь употребляется для того, чтобы вызвать состояние возбуждения, активизировать себя. Притягательным свойством алкоголя является возникновение субъективного состояния повышенного тонуса, сочетающееся с повышенной самооценкой.

5. Псевдокультурная мотивация, когда, как правило, большое значение придается атрибутивным свойствам, например, алкоголя, когда возникает характерное стремление к демонстративности, желание показать «изысканный вкус», произвести впечатление на окружающих брендовыми, дорогими алкогольными напитками. Данная мотивация обычно сочетается с другими аддиктивными мотивациями и связана со стремлением компенсировать комплекс неполноценности.

Стоит отметить, зависимое поведение может сформироваться в любом возрасте, однако наиболее уязвимым считается возраст 15-16 лет. Это объясняется «подростковым комплексом» – ярко выраженными психологическими особенностями подросткового возраста, включающих перепады настроения от безудержного веселья к унынию и обратно, без достаточных причин, а также рядом других полярных качеств, выступающих попеременно.

Исследования показывают, социально вредные товары, такие как пиво и слабоалкогольные напитки, пользуются большой популярностью среди подростков, что является наиболее опасным с точки зрения привыкания к алкоголю и алкоголизации.



Рис. 4. Последствия употребления алкогольной продукции
(визуализировано автором по [12])

Алкоголь вызывает перерождение клеток печени и нарушает синтез витаминов и ферментов. Также происходят сбои в работе желудочно-кишечного тракта, изменяются количество и свойства желудочного сока, начинает плохо функционировать поджелудочная железа, развивается панкреатит и сахарный диабет.

Многие подростки злоупотребляют пивом, которое вызывает сильное мочегонное действие. При регулярном употреблении пива и пивных напитков из организма вымываются минеральные и питательные вещества, вызывающие невосполнимые потери для растущего организма.

Кроме того, этанол нарушает работу сердечно-сосудистой системы, поэтому у выпивающих подростков появляются перепады артериального давления и тахикардия. Потребление алкогольной продукции подростками снижает их интеллектуальные способности, ухудшает работу головного мозга, негативно влияет на успеваемость. Пьющие молодые люди вредят не только своему здоровью, но и в целом национальной экономике.

Согласно эпидемиологическим исследованиям, проведенным в России, установлено, что средний возраст начала курения 10-13 лет. В стране по минимальным подсчетам курит каждый четвертый подросток, а каждый десятый к 15 годам уже имеет серьезную табачную зависимость. Так, результаты последнего исследования европейских ученых, посвященного вопросам здоровья и благополучия подростков, показали, что распространенность курения сигарет в данной возрастной группе достигла угрожающе высокого уровня, в особенности среди 15-летних. Около 15 % подростков сообщают о том, что в течение 30 дней выкуривают как минимум одну сигарету, несмотря на то, что употребление никотина вызывает в растущем организме долгосрочный неблагоприятный эффект. Примерно треть подростков (27 % девочек и 29 % мальчиков) упоминают о том, что уже пробовали курить. Большинство из них к моменту достижения совершеннолетия успевают пристраститься к курению. При этом в отличие от взрослых молодым людям нужна гораздо более низкая доза никотина и меньшее количество времени, чтобы сформировалась зависимость. К тому же почти половина всех детей в мире регулярно испытывают пассивное курение в семье и общественных местах, и ежегодно около 65 тысяч детей гибнут от болезней, ассоциированных с воздействием вторичного табачного дыма. Распространенность и последствия табачной эпидемии требуют поиска и реализации более эффективных мер профилактики.



Рис. 5. Последствия употребления никотиносодержащей продукции
(визуализировано автором по [13])

Безопасной формы употребления табака не существует, тем не менее, в современном мире все больше набирает обороты применение электронных сигарет. Они – один из видов устройств для курения, в которых используются не листья табака,

а раствор, испарения которого вдыхает пользователь. Аэрозоль может содержать или не содержать никотин. Основными по объему ингредиентами наполнителей электронных сигарет являются пропиленгликоль с добавлением глицерина или без него и ароматизаторы. Эти продукты весьма разнообразны, и перечень их интенсивно расширяется. Сегодня в мире насчитывается более 460 различных брендов электронных сигарет. Используемые в них растворы и выделяемые из них вещества содержат широкий спектр химических компонентов, многие из которых считаются токсичными. К тому же некоторые из них (по компонентному составу или соотношению между собой) могут изменяться самим пользователем таким образом, что концентрацию какого-либо вещества, включая никотин, и уровень риска от него трудно оценить и отрегулировать. Проблема также состоит в том, что в последние годы уровень использования электронных сигарет несовершеннолетними растет угрожающими темпами ввиду наличия заблуждений об отсутствии вреда данной продукции для здоровья человека. Однако исследования, выполненные учеными разных стран, свидетельствуют о значительном повышении риска развития сердечно-сосудистых и легочных заболеваний среди подростков, использующих электронные сигареты.

Прямые и косвенные экономические потери от алкоголизации населения наносят ощутимый вред социально-экономическому развитию страны. К экономическим потерям относятся повышенный уровень смертности, сокращение продолжительности здоровой жизни, утрата трудоспособности, снижение производительности труда, затраты на лечение заболеваний, связанных с потреблением алкогольной продукции, социальные выплаты государства инвалидам, сиротам, ущерб от пожаров, дорожно-транспортных происшествий, расходы государства на содержание заключенных, на борьбу с преступностью и беспорядочностью.

Злоупотребление алкогольной продукцией вызывает высокий уровень смертности среди мужчин 40-60 лет, которые в этом возрасте обладают наиболее ценными профессиональными навыками. Их преждевременный уход из жизни наносит ущерб трудовым ресурсам, обладающим профессиональным опытом, снижает объем инвестиций в человеческий капитал.

Что касается табачной отрасли, то она ежегодно приносит около 4% от всех налоговых поступлений в государственный бюджет за счёт акцизных платежей, которые традиционно устанавливаются на табачную продукцию. Так, по данным 2020 года, сумма этих акцизов составляет в среднем 600 млрд рублей в год. Следовательно, рынок табака играет существенную роль в экономике.

Указом Президента Российской Федерации от 9 октября 2007 г. № 1351 утверждена Концепция демографической политики на период до 2025 года, направленная на усиление профилактической работы по предупреждению алкоголизма, наркомании, токсикомании; формирование у различных групп населения, особенно у подрастающего поколения, мотивации для ведения здорового образа жизни [5].

Согласно данной концепции, мерами по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией и профилактике алкоголизма среди населения Российской Федерации являются: организация в средствах массовой информации кампаний, направленных на укрепление общественной поддержки существующих или новых стратегий борьбы со злоупотреблением алкогольной продукцией; разработка и установление механизма координации информационных и обучающих программ, и проведение кампаний по формированию здорового образа жизни среди различных слоев населения и возрастных групп; пропаганда здорового образа жизни среди детей и

молодежи; укрепление нравственности и самосознания у детей и молодежи в целях развития у них способности эффективно противостоять употреблению алкогольной продукции; включение в основные и дополнительные общеобразовательные программы тематических вопросов по профилактике употребления алкогольной продукции среди обучающихся, воспитанников образовательных учреждений; обеспечение широкой доступности лечебно-профилактических программ, нацеленных на семью; совершенствование и развитие организации оказания медицинской наркологической помощи лицам, злоупотребляющим алкогольной продукцией и больным алкоголизмом; создание реабилитационных и психологических центров по профилактике алкоголизма для работы с населением, особенно с молодежью, в том числе центров по подготовке специалистов-психологов; разработка и реализация мер антиалкогольной политики в местах работы граждан, основанной на просвещении, профилактике, раннем выявлении и лечении алкогольной зависимости; осуществление политики ценообразования, обеспечивающей установление потребительских цен на алкогольную продукцию с учетом содержания в ней этилового спирта; разработка и принятие технических регламентов о требованиях к безопасности алкогольной и спиртосодержащей продукции; снижение доступности алкогольной продукции путем ограничения ее розничной продажи по месту и времени; ограничение (вплоть до полного запрета) скрытой рекламы алкогольной продукции, привлекающей общественное внимание, особенно детей и молодежи; запрещение использования информации о наличии биологически активных веществ, в том числе витаминов, в алкогольной продукции в целях рекламы такой продукции как обладающей лечебными и иными оздоравливающими свойствами; ограничение проведения нацеленных на содействие потреблению алкогольной продукции мероприятий, в том числе винных, пивных фестивалей и конкурсов; в целях формирования культуры потребления алкогольной продукции создание условий для развития российского виноделия и увеличения производства российских качественных вин; усиление административной ответственности за нарушения в области производства и оборота алкогольной продукции, в том числе установленных ограничений на розничную продажу алкогольной продукции несовершеннолетним, а также установление уголовной ответственности за неоднократное совершение указанных деяний; разработка и осуществление мер по противодействию реализации нелегально произведенной алкогольной продукции, по усилению государственного контроля за производством и оборотом алкогольной продукции; принятие мер по поддержке общественных и религиозных организаций в пропаганде и осуществлении инициатив, направленных на противодействие злоупотреблению алкогольной продукцией; совершенствование системы мониторинга потребления алкогольной продукции и оценки эффективности реализации мер государственной политики по снижению масштабов злоупотребления алкогольной продукцией [5].

Перечисленные мероприятия направлены на создание благоприятного окружения и стимулирования человека к действиям, которые условно можно разделить на три направления: мероприятия, направленные на снижение распространённости предотвращаемых факторов риска среди населения Российской Федерации (табак, алкоголь и др.); мероприятия, направленные на оптимизацию регулируемых факторов риска (питание населения, и, в частности, школьников); формирование принципов здорового образа жизни.

Выводы. Зависимое поведение имеет свои особенности появления и развития, а также предпосылки и последствия. Кроме того, оно создает угрозу для национальной

безопасности и негативно влияет на социально-экономические, демографические, морально-психологические аспекты развития общества. Поэтому особенно важно создание новых профилактических программ по реализации мер, направленных на формирование здорового образа жизни и сознательного отношения к собственному здоровью у граждан Российской Федерации, остановку роста уровня потребления алкогольных напитков и никотиносодержащих товаров и обеспечение его дальнейшего поэтапного снижения, чтобы не допустить увеличение потребления нелегальной, контрафактной и некачественной продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Малыгина В.Д. Проблематика социально вредных товаров: краткий обзор рынка никотиносодержащей продукции / В.Д. Малыгина, Д.А. Гросова // Инновационные аспекты социально-экономических и информационных процессов в условиях перехода к цифровому обществу. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – 2022. – С. 290-297.
2. Малыгина В.Д. Государственное регулирование на потребительском рынке социально вредных товаров / В.Д. Малыгина, Д.А. Гросова // Потребительский рынок: качество и безопасность товаров и услуг. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 85-летию образования Орловской области. Орёл, 2022. – С. 152-155.
3. Гросова Д.А. Проблематика формирования и развития рынка социально вредных товаров в контексте личностных ценностей / Социально-экономические ориентиры инновационного развития Донбасса: коллективная монография / К.А. Антошина, В.О. Бессарабов, Д.А. Гросова [и др.]; под ред. Е.М. Азарян. – СПб: Изд-во ВВМ, 2021. – С. 84-105.
4. Гросова Д.А. Трансформация потребительского рынка в контексте социальной ответственности / Социально-экономическое и технологическое развитие Донбасса / Е. В. Биба, Л. А. Короп, Е. И. Манаенко [и др.]; взгляд молодых ученых. – Ростов-на-Дону: Параграф, 2022. – С. 231-246.
5. Указ президента Российской Федерации «Об утверждении Концепции демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года» (с изменениями на 1 июля 2014 года) // Электронный фонд правовых и нормативных документов АО «Информационная компания «Кодекс». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/902064587>.
6. Краткий психологический словарь / сост. Л.А. Карпенко; под общ ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1985. – 431 с.
7. Короленко Ц.П. Психосоциальная аддиктология / Ц.П. Короленко, Н.В. Дмитриева – Новосибирск, Издательство «Олсиб», 2001. – 251 с.
8. Шаломова Е.В. Особенности аддиктивного поведения подростков / Е.В. Шаломова // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 5. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=15223>.
9. Денисова, Е. С. Поведение потребителей / Е. С. Денисова. – М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005. – 111 с.
10. Гордеева С.С. Диспозиционная концепция В.А. Ядова в исследовании установки на потребление алкоголя у подростков [Электронный ресурс] / С.С. Гордеева // Социально-гуманитарные знания. – 2016. – № 10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/dispozitsionnaya-kontseptsiya-v-a-yadova-v-issledovanii-ustanovki-na-potreblenie-alkogolya-u-podrostkov>.
11. Даренский И.Д. Аддиктивный цикл / И.Д. Даренский. – М.: Издательская группа «Логос», 2008. – 255 с.
12. Дьяков С.И. Механизм «сдвига мотива на цель» в семантической системе психической самоорганизации субъекта / С.И. Дьяков // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2016. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-sdviga-motiva-na-tsel-v-semanticheskoy-sisteme-psihicheskoy-samoorganizatsii-subekta>.
13. Соловьева С.Л. Аддиктивное поведение как способ компенсации эмоционального дефицита / С.Л. Соловьева // Медицинская психология в России: электрон. науч. журн. – 2009. – № 1. – URL: <http://medpsy.ru>.

Поступила в редакцию 28.05.2022 г.

DEPENDENT BEHAVIOR AS A THREAT TO NATIONAL SECURITY

V. D. Malygina, D. A. Grosova

The article analyzes the types, factors and sequence of the formation of dependent behavior. It is revealed that one of the most dangerous threats in modern conditions for national security is a tendency to depend on alcohol, nicotine-containing products and psychoactive substances.

Keywords: addiction, behavior, national security, consequences of consumption, alcoholic beverages, nicotine-containing products, psychoactive substances

Малыгина Валентина Дмитриевна

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой товароведения
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского», г. Донецк
mvd-51@mail.ru
+7-949-368-94-90

Гросова Дарья Александровна

аспирант кафедры товароведения
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского», г. Донецк
dasha-grosova@mail.ru
+7-949-324-47-95

Malygina Valentina

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Commodity Science
SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-
Baranovsky», city Donetsk

Grosova Daria

postgraduate student of the department of commodity science
SO HPE «Donetsk National
University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», city Donetsk

УДК 338.436:339.138

АГРОМАРКЕТИНГ В КОНТЕКСТЕ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

© 2022. В. Д. Малыгина, Н. В. Кириллова

В статье проанализированы проблемы агромаркетинга в контексте импортозамещения, так как в силу ряда причин социально-экономического и политического характера, сложились непростые условия во всех секторах национальной экономики, особенно в агропромышленном комплексе.

Ключевые слова: агромаркетинг, агромаркетинговая деятельность, агропромышленный комплекс, импортозамещение, конкурентоспособность.

Постановка проблемы. Особенности маркетинга на аграрных предприятиях близко связаны со спецификой сельского хозяйства. Агромаркетинг дает возможность обосновывать принятие решений о мероприятиях, направленных на сбыт и продвижение товаров, позволяет дать эффективную и своевременную оценку рыночной ситуации, разработать стратегию конкурентной борьбы. В увеличивающихся условиях неопределённости внешней и внутренней среды, предприятиям необходимо оперативно решать вопросы управления производством, развивая и совершенствуя агромаркетинговую деятельность. Особенно развитие агромаркетинга актуально в контексте импортозамещения.

Актуальность темы исследования заключается в определении приоритетов в развитии агропромышленного комплекса и сельского хозяйства в условиях обострения проблемы нехватки в мире продовольствия, международных санкций, введённых против Российской Федерации и необходимости импортозамещения. Проанализированы деструктивные процессы, происходящие в агропромышленном комплексе, которые могут быть решены при помощи агромаркетинга. Анализ ситуации на рынке продовольственного сырья и пищевых продуктов показал значимость агромаркетинговой деятельности при выполнении государственных программ по импортозамещению, что позволяет предприятиям показывать высокие результаты по обеспечению населения качественными продуктами питания.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению развития агромаркетинга, посвятили свои научные труды многие ученые. Проблемы направления использования агромаркетинга в сельскохозяйственном производстве, роль агромаркетинга в развитии АПК отображены в трудах Черновой В.Ю., Хейфец Б.А., Старостиной В.С., Диулиной И.Е., Васильевой М.П. Горшневой О.В [1-6]. Дегтерева Е.А., Комарских А.Н., Аблязова А.И., Клевцов О.И., Мухаметов Д.А., Соловьева Т.Н., Пожидаева Н.А., Зюкин Д.А. проанализировали проблемы и потенциал импортозамещения в России, а также государственное регулирование в импортозамещении продовольственной продукции [7-10].

Выделение нерешённых проблем. Выявить негативные процессы, которые тормозят эффективную деятельность агропредприятий.

Цель работы – анализ развития агромаркетинга и исследование проблем, создающие препятствия в использовании современной маркетинговой деятельности и роль развития агромаркетинга в условиях импортозамещения в агропромышленном комплексе.

Результаты исследования. В силу ряда причин социально-экономического и политического характера, сложились непростые условия во всех секторах

национальной экономики. Особенно трудно приходится отечественным аграриям. Главенствующим аспектом эффективного развития агропромышленного комплекса страны в условиях импортозамещения, является обеспечение населения качественными продовольственными продуктами. Развитие агропромышленного сектора, а также сельских территорий – приоритетная повестка, исходя из того, что производство пищевого сырья и продовольственных товаров обладает исключительной значимостью в жизни человека. Формирование нового региона - Донецкой Народной Республики в составе Российской Федерации, актуализировало работу её агропромышленного комплекса на решение многих проблем, касающихся агромаркетинга, в том числе и проблем импортозамещения. Использование агромаркетинга позволяет научно обосновывать реализуемые решения в сфере производства и сбыта, а также продвижении на рынок товаров, предоставляет возможность взвешенно давать оценку и прогноз ситуации на рынке, разрабатывать стратегию и тактику конкурентной борьбы в агропродовольственном секторе.

Опираясь на работу и опыт сельскохозяйственных предприятий сформировались современные представления об агромаркетинге и агромаркетинговой деятельности. Наиболее полно, по мнению автора, понятие агромаркетинга раскрыто в научных трудах Пустуева А.Л. и Ахтарьяновой А.Г. [11]. Они дают следующее определение понятию агромаркетинг: «Агромаркетинг – это процесс изучения рынков земли и продовольствия на основе использования инструментов маркетинга с целью извлечения прибыли за счет рациональной организации агропредпринимательской деятельности, ориентированной на максимальное удовлетворение потребностей крестьянства в земельных ресурсах, населения в продуктах питания, а перерабатывающих предприятий - в сельскохозяйственном сырье». В целом, агропромышленный комплекс страны – одна из точек роста экономики России, особый ресурс мощного развития социально-экономической системы.

Принятие своевременных, обоснованных управленческих решений снижают риски от ряда деструктивных процессов (таблица 1), присущих отечественному агропромышленному комплексу, оказывающих негативное влияние на его развитие [12].

Таблица 1

Деструктивные процессы в агропромышленном комплексе

Деструктивные процессы в АПК	Не использование (использование с нарушением) больших площадей сельскохозяйственных и лесных угодий
	Нарушение (частичное разрушение) природного потенциала почв. Часто наблюдается снижение содержания гумуса и элементов питания в почвах сельскохозяйственных земель на территории многих регионов страны
	Увеличение полигонов для промышленных и бытовых отходов на пахотных землях, предназначенных для выращивания сельскохозяйственных культур
	Несовершенный механизм функционирования рынка земли. Это оптимизация механизма рационального землепользования, эффективность системы контроля со стороны государства и ответственность землепользователей за эксплуатацию земли
	Недостаточные меры борьбы с перекосом (диспаритет) цен. Часто цены на продукцию аграриев крайне низки, при этом стоимость топлива, оборудования, запасных частей к ним, намного выше
	Не достаточно эффективные меры по предотвращению роста нерентабельных хозяйств агробизнеса, в том числе личных фермерских хозяйств

Стоит отметить также то, что существует ряд причин, по которым развитие агробизнеса по некоторым позициям имеет отрицательную динамику. Это такие системные проблемы как:

существенные потери при сборе, хранении и логистике сельскохозяйственной продукции из-за нехватки инфраструктурных мощностей: дефицит современных мощностей хранения и доработки продукции, перевалочных комплексов, мелиоративных сооружений;

кредиты под высокие процентные ставки или полное отсутствие кредитования; модернизация пищевой и перерабатывающей промышленности;

решение проблем импортозамещения, в том числе, увеличение объёмов экспорта сельскохозяйственной продукции и продовольствия;

развитие фермерства с целью формирования класса собственников и предпринимателей на селе;

реализация комплекса мер, направленных на снижение рисков неблагоприятных природно-климатических условий в сельском хозяйстве;

техническое отставание;

финансирование развития науки и образования. [13].

В таких условиях, увеличение объёмов производства представляется проблематичным. Вместе с тем, решаемые государством и агробизнесом задачи, позволили оптимизировать вопросы агромаркетинга и выработать основные приоритеты для решения проблем в АПК. Применение предприятиями агромаркетинга, позволяет им быть более устойчивыми и конкурентоспособными. Например, достаточно стабильно развиваются большие свиноводческие, птицеводческие комплексы, племенные заводы, использующие технологии глубокой переработки, а также предприятия, оптимизировавшие посреднические услуги, самостоятельно наладившие переработку агросырья и организовавшие сбыт продукции через собственную торговую сеть [14].

Динамика развития и конкурентоспособности АПК формируется под воздействием разных факторов. Сказываются меры по повышению устойчивости агропромышленного производства, которые были приняты в последние годы. При этом, сохраняется сложная макроэкономическая обстановка, усиливающая вероятность проявления рисков для аграрного сектора экономики.

Стоит обратить внимание на то, что обеспечить устойчивый рост на долгосрочной основе, повысить конкурентоспособность отечественных агропродовольственных предприятий, сможет только продуманная, эффективная государственная поддержка. Крайне необходимо развивать разноплановые программы по стимулированию агробизнеса, систему агрострахования, а также разрабатывать соответствующее нормативно-правовое сопровождение.

Все эти меры прямо или косвенно влияют на устойчивое положение агропредприятий, так как повышается объёмы и качество производимой сельскохозяйственной продукции, производительность труда, заинтересованность работников данной сферы в конечном результате. Как результат, эти меры ведут к неизбежному росту и конкурентоспособности российских аграрных предприятий.

С 2008 г. в России начали реализовывать национальный проект «Развитие АПК», который трансформировался в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. На рисунке 1 представлены федеральные и ведомственные проекты из данной программы.

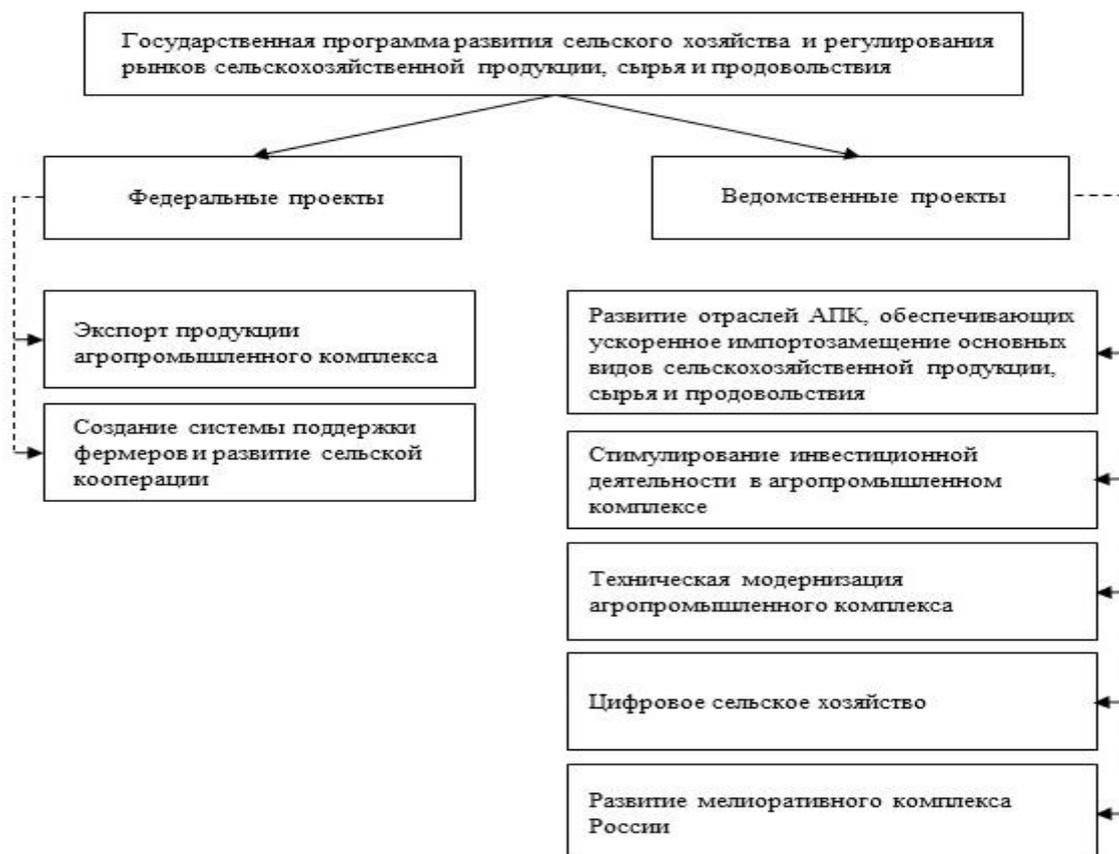


Рис. 1. Проектная часть Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия

При этом, специалисты отмечают, что достижение целей Госпрограммы возможно лишь при рациональном использовании средств государственной поддержки и эффективной модели менеджмента. Также, разработана и принята Стратегия устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года [15].

В России агромаркетинг находится в стадии становления. По сути, он является одним из направлений маркетинга и нацелен на удовлетворение спроса населения в товарах сельскохозяйственного производства. При этом, выстраиваются партнёрские отношения с другими участниками рынка: сельскохозяйственными товаропроизводителями; обслуживающими агропромышленный комплекс компаниями; перерабатывающими предприятиями; оптовыми и розничными рынками, банковской сферой. Осуществляя успешную агромаркетинговую деятельность, предприятию важно определить свою технологию агромаркетинга, набор инструментов и действий.

Следует отметить, что развитие инфраструктуры продовольственного рынка в формировании системы агромаркетинга имеет свои особенности: множество форм собственности, разноуровневая конкуренция, условия импортозамещения, совершенствование внешнеэкономических связей, зависимость производств сельскохозяйственной отрасли от сезона, регулирование агропромышленного комплекса государственными органами власти [16].

Агромаркетингу призван занять главенствующую роль в создании конкурентоспособных сельскохозяйственных предприятий в сфере импортозамещения сельскохозяйственного сырья и продуктов питания. Поэтому, государство ставит перед собой задачу сделать импортозамещение основой российской экономики для насыщения внутреннего рынка товарами собственного производства, взамен ушедшим с рынка зарубежным товаропроизводителям. Исследователи определяют импортозамещение как процесс создания отечественных производств, которые полностью или частично смогут производить продукцию не хуже импортной, т.е. со схожим функционалом. Такие процессы сопровождаются и изменением товарной структуры импорта. Импортозамещение предполагает, что для обеспечения национальной безопасности, доля отечественной продукции должна составлять не менее 70%. На рисунке 2 перечислены основные принципы, отвечающие современному подходу к импортозамещению.



Рис. 2. Принципы современного подхода к импортозамещению

В аналитическом докладе «Импортозамещение в российской экономике: вчера и завтра» Национального исследовательского университета «Высшей школы экономики» исследователи дали всестороннюю аналитику промышленности России. Из доклада следует, что в сложившейся ситуации в отраслях промышленности не целесообразно создавать и использовать универсальную для всех секторов стратегию импортозамещения. Исходя из этого, оптимальным решением предлагается рассмотреть семь базовых стратегий для России. Они определяются ресурсным потенциалом отрасли, горизонтом планирования, возможностью позиционировать себя в глобальном мире. В зависимости от срока получения результатов, предложено объединить их в три блока [17].

Следует отметить, что в российской политике изменились мотивации импортозамещения. До 2014 г. основными мотивами являлось развитие условий для занятости населения, диверсификация экономики, технологическая модернизация, обеспечение догоняющего, а иногда и опережающего развития. В 2022 г. под давлением США многие страны ввели против России санкции, что привело к переориентации импортозамещения в пользу обеспечения и достижения технологического суверенитета страны, устойчивости развития всей экономики. Для достижения поставленных целей использование агромаркетинга комплексно, обоснованно и системно стало необходимостью и позволяет выработать эффективные стратегические решения в сфере импортозамещения. Импортозамещение законодательно, в российской промышленности, регулируется более 20 отраслевыми стратегиями, горизонт планирования по ним варьируется до 2035 г., в зависимости от отрасли.

Вывод. Таким образом, использование агромаркетинга может и должно стать эффективным инструментом повышения конкурентоспособности, экономической эффективности и устойчивости агробизнеса в условиях импортозамещения. Агромаркетинг, как сложная, но гибкая оперативная система управления, включающая в себя комплекс рыночных отношений и информационных потоков, охватывает все стадии движения товара и связывает в единое звено предприятия аграрного сектора с элементами макро- и мезосреды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чернова В. Ю. Стратегические приоритеты политики структурно-технологической модернизации в АПК // Экономические и гуманитарные науки. – 2019. – № 1 (324). – С. 90–101.
2. Хейфец Б. А., Чернова В. Ю. Влияние внешней торговли на экономическую доступность продовольственных товаров в России // Общество и экономика. – 2019. – № 10. – С. 62–75.
3. Чернова В. Ю. Экспортноориентированное импортозамещение в пищевой промышленности как элемент углубления интеграции в рамках ЕАЭС // Теоретические и прикладные проблемы АПК. – 2018. – № 2. – С. 40–47.
4. Старостин В. С., Чернова В. Ю. Потенциал экспортноориентированного импортозамещения в ЕАЭС в условиях цифровизации экономики // Экономические и гуманитарные науки. – 2018. – № 11 (322). – С. 94–104.
5. Диулина И.Е., Васильев М.П. Агромаркетинг: определяющие факторы и направления использования в сельскохозяйственном производстве // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2017. – № 14. – С.5-9.
6. Горшенева О.В. Роль агромаркетинга в развитии сельского хозяйства // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2017. – Т. 5. – № 9. – С. 53-56.
7. Дегтерева Е. А., Чернова В. Ю. Программа Made in China как возможный опыт импортозамещения для России // Успехи современной науки и образования. – 2016. – Т. 2. – С. 67–74.
8. Комарских А.Н. Проблемы и потенциал импортозамещения в России // Студенческий вестник. 2017. № 5–2 (5). С. 34–37.
9. Аблязова А.И., Клевцов О.И., Мухаметов Д.А. Политика Российской Федерации в сфере импортозамещения: проблемы и пути совершенствования // Аллея науки. – 2017. – № 7. – С. 629–632.
10. Соловьева Т.Н., Пожидаева Н.А., Зюкин Д.А. Государственное регулирование и импортозамещение продовольственной продукции: проблемы и решения // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2016. – № 11. – С. 17–20.
11. А.Л. Пустуев, А.Г. Ахтарьянова, А.Н. Медведев. Маркетинговая деятельность аграрных хозяйств: проблема совершенствования Екатеринбург: ООО «ИРА УТК», 2012 – 169 с.
12. Материалы Конгресса Общероссийской общественной организации «Российское общественное объединение экономистов-аграрников». Государственный университет по благоустройству, 14 июня 2018 года / Под общей редакцией академика РАН С.Н. Волкова, эксперта РАН, д.э.н., проф. Ю.А. Цыпкина. – М., ГУЗ, 2018.

13. Комов Н.В. Управление земельными ресурсами в новой России: монография. – Казань: РИЦ, 2011. – 568 с.

14. Асеев Ю.И. Агробизнес в России: (некоторые вопросы теории и практики): монография / Ю.И. Асеев; М-во сельского хоз-ва РФ, ФГОУ ВПО Ставропольский гос. аграрный ун-т. – Ставрополь: Мир данных, 2007. – 381 с.

15. Стратегия устойчивого развития сельских территорий РФ на период до 2030 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 2 февраля 2015 г., № 151-п) // Консультант Плюс. URL: https://centerprof38.ru/sites/default/files/one_click/strategii_ustoychivogo_razvitiya_selskih_territoriy_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2030_goda.pdf (дата обращения: 25.02.2023).

16. Донник И. М., Воронин Б. А., Лоретц О. Г. Импортзамещение сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия: состояние, задачи // Аграрный вестник Урала. – 2015. – № 3. – С. 54-59.

17. Импортзамещение в России: вчера и завтра // Высшая Школа Экономики. – URL: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/814560067.pdf> / (дата обращения 11.03.2023).

Поступила в редакцию 15.06.2022 г.

AGROMARKETING IN THE CONTEXT OF IMPORT SUBSTITUTION

V. D. Malygina, N. V. Kirillova

The article analyzes the problems of agromarketing in the context of import substitution. Due to a number of socio-economic and political reasons, difficult conditions have developed in all sectors of the national economy, especially in the agro-industrial complex.

Keywords: agromarketing, agromarketing activity, agro-industrial complex, import substitution, competitiveness.

Малыгина Валентина Дмитриевна

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой товароведения
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского», г. Донецк

mvd-51@mail.ru

+7-949-368-94-90

Кириллова Наталья Владимировна

старший преподаватель кафедры товароведения

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского», г. Донецк

natala_kirillova@mail.ru

+7-949-349-08-17

Malygina Valentina

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Commodity Science
SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-
Baranovsky», city Donetsk

Kirillova Natalya

Senior lecturer of the Department of Commodity Science

SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-
Baranovsky», city Donetsk

УДК 332.024; 332.025

ОСОБЕННОСТИ ИНДИКАТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ ЗАПОРОЖСКОЙ ОБЛАСТИ

© 2022. К. С. Малюта

Осуществлен анализ состояния аграрного сектора Запорожской области. Приведен перечень основных индикаторов конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий, дана их характеристика. Представлен перечень индикаторов с учетом современного социально – политического состояния региона.

Ключевые слова: предпринимательство, конкурентоспособность, индикатор, сельские территории.

Постановка проблемы. Эффективность развития аграрных производителей зависит от того, насколько правильно будет определена конкурентная стратегия, сформирован план стратегического управления.

История развития аграрного сектора региона доказывает наличие многих факторов влияния на нее. Среди которых: политические, экономические, социальные. Правильное реагирование на смену условий производства, смену политического строя и адаптацию под климатические условия позволят создать конкурентноустойчивые предприятия и способствовать развитию агроотрасли региона.

Актуальность темы исследования. На современном этапе функционирования аграрных предприятий региона сложились условия, которые определяют особые условия их конкуренции. Эти условия определяются как наличием в последние годы общего кризиса аграрной отрасли Украины, так и деятельностью в современных экстремальных условиях. Данные условия не способствуют эффективной конкуренции.

В нынешних реалиях произошли значительные изменения на рынке продукции аграрной отрасли региона. Они характеризуются значительным снижением закупочных цен на продукцию, их демпингованием, недостаточностью семенного материала, агрохимикатов, дефицитом запасных частей, разрушением логистических связей. В связи с этим роль индикаторов конкурентоспособности приобретает особую актуальность

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемы конкурентоспособности предприятий аграрного сектора рассмотрены в работе О.Н. Фетюхиной, И.В. Барановой, О.Н. Бунчикова и др. [1]. В данной монографии отмечается, что результаты исследований получены путем анкетирования руководителей и специалистов сельскохозяйственных предприятий, которые представляют все их виды в цепи от производства сельскохозяйственной продукции до ее переработки и реализации в виде конечных продуктов питания. В эту цепь включены также предприятия логистики, управления, а также рекламы и маркетинга. Указывается, что такой метод получения информации оказался недостаточно информативным по причинам низкого доступа респондентов сети Интернет и недостаточного ее использования для проведения коммерческих операций.

Специфика конкуренции в аграрном секторе рассмотрена и в работе Рущицкой О.А., Кружковой Т.И., Чупины И.П. [2]. Результатом исследования является вывод о том, что для успешной конкуренции как на внутреннем, так и на внешнем

рынках предприятиями аграрного сектора экономики должны использоваться все методы конкурентной борьбы. Они должны включать и повышение производства продукции, и расширение ее ассортимента, решение экологической чистоты и пр.

Индикаторы конкурентоспособности аграрного предпринимательства рассмотрены в работе Полбицына С.Н. [3]. Выводом является то, что, во-первых, статистический метод получения информации не позволяет провести глубокий и надежный анализ проблемы из-за его недостаточной информативности и скорости получения надежной информации. С точки зрения автора большей информативностью обладает метод социологических опросов как наиболее точный, позволяющий получать информацию непосредственно из первоисточников. Основываясь на результатах исследования, автор утверждает, что при проведении исследований необходимо учитывать фактор различных территорий и уровень профессиональных и предпринимательских навыков и представляет рейтинг из десяти индикаторов конкурентоспособности предприятия, полученный для установившихся условий его деятельности.

Система индикаторов для оценки конкурентоспособности предприятия разработана также и в работе Рыбаковой Т.А. [4]. Преимуществами представленной в данной работе в виде таблицы системы индикаторов является наглядность, а также относительная оценка положения предприятия в сравнении с конкурентами.

Наиболее полно задачи, цели конкурентоспособности аграрной отрасли и индикаторы (показатели), характеризующие выполнение этих задач и достижения целей раскрыты в Федеральной научно – технической программе развития сельского хозяйства на 2017 – 2030 годы. Такими факторами названы следующие:

повышение эффективности плодородия земель сельскохозяйственного назначения;

предотвращение сокращения пашни;

значительное использование таких земель;

их защита от водной, ветровой эрозии и опустынивания;

совершенствование оборота данных земель;

расширение посевов неиспользуемых пахотных земель;

наращивание экспорта сельскохозяйственной продукции;

обеспечение населения качественными продуктами питания [5].

Выделение нерешённых проблем. Основными проблемами анализа и прогнозирования конкурентоспособности аграриев региона являются несоответствие общепринятых индикаторов конкуренции в условиях современного социально-политического состояния региона. Опираясь на сложившуюся ситуацию необходимо модернизировать, перегруппировать и выделить наиболее эффективную систему индикаторов для получения более достоверной информации о конкурентных возможностях предприятий

Цель работы – анализ индикаторов конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий индикаторов с учетом современного социально – политического состояния региона.

Результаты исследования. Использование наведенных выше индикаторов позволило аграрному сектору экономики достичь следующих результатов. За последние 10 – 12 лет в Российской Федерации за счет создания новых произошел существенный рост числа сельскохозяйственных предприятий. Это обеспечило увеличение выпуска сельскохозяйственной продукции на 15%, а продуктов питания,

соответственно, на 25%. Производство основных видов сельскохозяйственной продукции в Российской Федерации в 2020 – 2021 гг. представлено в таблице 1[6].

Таблица 1

Производство основных видов сельскохозяйственной продукции
в Российской Федерации в 2020 – 2021 гг.

№ п/п	Вид продукции, млн. т	2020 г.	2021 г.	± №
1	Зерновые	121,4	133,5	- 9,0
2	Соя	4,8	4,3	+ 10,5
3	Рапс	2,8	2,6	+ 8,6
4	Подсолнечник	15,7	13,3	+ 18,0
5	Картофель	18,3	19,6	- 7,1
6	Овощи в зимних теплицах	1,42	1,37	+ 3,6
7	Фрукты и ягоды	4,0	3,7	+ 8,1
8	Молоко	32,3	31,0	+ 0,4
9	Яйца (млрд. шт.)	44,9	44,9	-
10	Мясо скота и птицы	15,7	14,8	0,6

В результате роста этого производства Россия в течение двух последних лет является нетто – экспортером сельскохозяйственной продукции и полностью обеспечивает население собственными продуктами питания.

Полной противоположностью этому явилось развитие аграрной отрасли исследуемого региона. Во все годы аграрный сектор, наряду с промышленностью, являлся опорой экономики региона. Однако упадок отрасли продолжается уже значительное время. Причинами этого стали ослабление гривны и связанный с этим рост стоимости семян, агрохимикатов, горюче-смазочных материалов и запчастей, привязанных к курсу доллара. При этом продукция как растениеводства, так и животноводства скупалась по минимальной цене. Ощущался существенный недостаток хранилищ для фруктов, овощей. Существующие были или разрушены, или сданы в аренду. Новые не строились.

Результатом этого явилось снижение конкурентоспособности предприятий, постоянный рост цен на хлеб, овощи, увеличение доли импорта мяса и птицы.

Исходя из этого, целью исследований является анализ индикаторов конкурентоспособности предприятий аграрной отрасли региона, их оценка и совершенствование в современных социально – политических условиях хозяйствования.

Полбицын С.Н. делает вывод о том, что индикаторы конкурентоспособности должны быть сгруппированы в четыре группы: технологические индикаторы, экономические индикаторы, социальные индикаторы, институциональные индикаторы [3] и расположены в следующей последовательности:

1. Качественное проведение полевых работ.
2. Сохранение традиционного уклада жизни на селе.
3. Рентабельность агропродовольственного производства.
4. Применение современных технологий производства.
5. Наличие компетентных кадров.
6. Участие предприятий в общественных организациях, занимающихся развитием предпринимательства на селе.
7. Активизация содействия местных органов власти развитию предпринимательства.

8. Существование государственных программ по поддержке предпринимательства на селе.

9. Разработка образовательных программ развития предпринимательства.

10. Существование консалтинговых организаций, которые оказывают помощь предпринимательству на селе [3].

Учитывая экстремальные условия, в которых оказался аграрный сектор Запорожской области и то, что индикаторы, предложенные выше, получены для «установившихся» условий хозяйствования, в совершенствовании нуждается не только рейтинг, но и сами индикаторы конкурентоспособности.

В современных условиях наиболее вероятным представляется следующий рейтинг групп индикаторов конкурентоспособности: экономические индикаторы, институциональные индикаторы, технологические индикаторы, социальные индикаторы. Сами индикаторы конкурентоспособности могут быть представлены в таблице 2.

Таблица 2

Система индикаторов оценки конкурентоспособности предприятий
Запорожского региона

Индикаторы (факторы) конкурентоспособности	Диапазон оценок		
	низкая (1–2 балла)	средняя (3–4 балла)	высокая (5 баллов)
1. Наличие государственных программ поддержки агро- предпринимательства	Отсутствие	Наличие для ряда регионов	Наличие для конкретного региона
2. Содействие местного самоуправления развитию агропредпринимательства	Неудовлетворительное содействие	Удовлетворительное содействие	Полное, отличное содействие
3. Наличие образовательных программ по развитию агропредпринимательства	Отсутствие	Наличие для ряда регионов	Наличие для конкретного региона
4. Наличие консалтинговых организаций, оказывающих помощь агропредпринимательству	Отсутствие	Наличие для ряда регионов	Наличие для конкретного региона
5. Надлежащее проведение агроработ	Ниже, чем у прямого конкурента	На уровне прямого конкурента	Выше, чем у прямого конкурента
6. Рентабельность агропроизводства	Ниже, чем у прямого конкурента	На уровне прямого конкурента	Выше, чем у прямого конкурента
7. Применение современных технологий агропроизводства	Ниже, чем у прямого конкурента	На уровне прямого конкурента	Выше, чем у прямого конкурента
8. Наличие квалифицированных кадров	Низкий уровень квалификации персонала	Средний уровень квалификации персонала	Высокий уровень квалификации персонала
9. Участие в общественных организациях по развитию сельского предпринимательства	Отсутствует	Находится на стадии формирования	Развитое и высокоэффективное
10. Сохранение традиционного сельского уклада	Не сохраняется	Сохраняется, но не развивается	Сохраняется и развивается

Выводы. В статье получила дальнейшее развитие в теоретическом аспекте рейтинг групп индикаторов конкурентоспособности, а также сами индикаторы конкурентоспособности с учетом современного социально – политического состояния

региона. В теоретическом смысле предложенные индикаторы позволят оперативно принимать решения о путях повышения конкурентоспособности предприятий, способствовать скорейшему принятию программ поддержки агропредпринимательства, активизировать содействие предпринимателям местного самоуправления. Повышение конкурентоспособности предприятий аграрного сектора экономики Запорожского региона является одной из важнейших и приоритетных задач.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Управление конкурентоспособностью предприятий АПК региона в условиях импортозамещения: монография / О.Н. Фетюхина, И.В. Баранова, О.Н. Бунчиков, А.В. и др.: п. Персиановский, Донской ГАУ. – Новочеркасск: Лик. 2018. – 161 с. ISBN 978-5-906993-32-8. Текст : непосредственный.
2. Рущицкая, О.А., Кружкова Т.И., Чупина И.П. Специфика конкуренции в аграрном секторе России. – Текст : непосредственный // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1.
3. Полбицын, С.Н. Индикаторы конкурентоспособности аграрного предпринимательства. – Текст : непосредственный // Продовольственная политика и безопасность. – июль – сентябрь 2021. – Том 8, № 3. ISSN 2499-9431.
4. Рыбакова, Т.А. Методический аспект оценки конкурентоспособности предприятия на внешних рынках / Т.А. Рыбакова // Электронный ресурс // Междунар. науч. практ. конф., Минск, 1 – 2 апр. 2021. – Минск: Институт бизнеса БГУ, 2021. – с.104 – 108. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/269880/1/104-108.pdf> (дата обращения 27.05.2022).
5. Российская Федерация. Постановление Правительства РФ. Об утверждении Федеральной научно – технической программы развития сельского хозяйства на 2017 – 2030 годы: [утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 25 августа 2017 г. № 996]. [Электронный ресурс] // Сайт правительства России. – Режим доступа: <http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm> (дата обращения 28.05.2022).
6. Российская Федерация. Постановление Правительства РФ. Об утверждении Федеральной научно – технической программы развития сельского хозяйства на 2017 – 2030 годы: [утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 25 августа 2017 г. № 996]. [Электронный ресурс] // Сайт правительства России. – Режим доступа: <https://legalacts.ru/doc/rasporjzhenie-pravitelstva-rf-ot-08092022-n-2567-r-ob-utverzhdanii/> (дата обращения 27.05.2022).

Поступила в редакцию 31.05.2022 г.

FEATURES OF INDICATORS COMPETITIVENESS IN THE AGRICULTURAL SECTOR OF ZAPORIZHIA REGION

K. S. Malyuta

The analysis of the state of the agrarian sector of the south-eastern region of the zaporizhia region was carried out. A list of the main indicators of the competitiveness of agricultural enterprises is given, their characteristics are given. A list of indicators is presented, taking into account the current socio-political state of the region.

Key words: entrepreneurship, competitiveness, indicator, rural areas.

Малюта Ксения Сергеевна

старший преподаватель кафедры экономики

ГОУ ВПО «Мелитопольский государственный университет», г. Мелитополь

maliyta@ukr.net

+7-990-029-12-70

Malyuta Ksenia

Senior Lecturer, Department of Economics

Melitopol State University, Melitopol, Zaporozhye region

УДК 339.138

**МОДЕЛЬ RACE GROWTH И СТРУКТУРА ПЛАНИРОВАНИЯ RACE
КАК ОСНОВА МАРКЕТИНГОВОЙ СИСТЕМЫ КОМПАНИИ**© 2022. *О. Л. Некрасова, Е. Ю. Забавина, Н. С. Стрюков*

В статье подчеркивается важность системного подхода в управлении маркетинговой деятельностью. В качестве инновационного практического инструмента, помогающего маркетологам и владельцам бизнеса планировать, управлять и оптимизировать свой цифровой маркетинг, предложена Модель RACE. Авторами рассмотрены мероприятия онлайн-маркетинга, направленные на привлечение клиентов на протяжении всего жизненного цикла покупателя, предложен шаблон маркетингового плана по модели RACE.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, модель RACE, жизненный цикл клиента, лояльность, онлайн-маркетинг, коммуникации.

Постановка проблемы. Обострение конкуренции, меняющийся бизнес-климат, внедрение цифровых технологий стимулируют современные компании к развитию в соответствии с передовыми технологиями и методами управления. Одним из наиболее действенных инструментов обеспечения конкурентных преимуществ как на отечественном, так и на внешних рынках является эффективное управление маркетинговой деятельностью компании. В условиях динамично развивающейся цифровой среды границы офлайн- и онлайн-маркетинга стираются и особую актуальность приобретают вопросы планирования, управления и развития маркетинговой деятельности в соответствии с современными трендами и возможностями виртуальной среды.

Анализ последних исследований и публикаций. В современной дискуссии по вопросам систематизации маркетинговой деятельности и развития цифрового маркетинга принимают участие отечественные и зарубежные ученые и практики: Д. Чаффи, Ф. Эллис-Чадвик, Беляев В.И., Медведева Т.П., Пенькова И.В., Глазкова И.Ю., Кислинг Э.С.

Выделение нерешенных проблем. Роль маркетинга в современных условиях значительно расширяется. Растет число потребительских исследований онлайн, маркетологи интегрируют новые инструменты, оптимизированные для управления циклом взаимодействия с клиентом, все большее внимание уделяется рентабельности инвестиций в маркетинг. Несмотря на сохраняющийся интерес со стороны научного сообщества к вопросам эффективного управления маркетинговой деятельностью, ряд вопросов требуют пересмотра и развития. Это, в частности, вопросы развития маркетинговой системы на протяжении «жизненного цикла клиента», внедрение актуальных цифровых технологий и моделей для привлечения потенциальных клиентов и удержание их в качестве потребителей.

Цель исследования состоит в выявлении особенностей и возможностей RACE-модели в систематизации маркетинговой деятельности компании в формате единой модели.

Результаты исследования. Соучредитель Smart Insights, доктор Дейв Чаффи, опытный тренер и консультант по цифровому маркетингу, создал RACE framework в 2010 году, одновременно с запуском Smart Insights – экспертной компании в области

цифрового маркетинга и технологий, поскольку обнаружил, что у многих компаний нет четко сформированной стратегии цифрового маркетинга и плана ее внедрения.

Цель структуры RACE (reach, act, convert, engage) – выделить, на каких действиях в области цифрового маркетинга нужно сосредоточиться, чтобы повысить результаты маркетинговых мероприятий. Структура RACE описывает, как усовершенствовать маркетинговую систему на протяжении «жизненного цикла клиента», от повышения осведомленности до создания аудитории, поощрения взаимодействия, привлечения потенциальных клиентов, покупки, а затем лояльности.

Smart Insights создала RACE как практический инструмент, помогающий маркетологам и владельцам бизнеса планировать, управлять и оптимизировать свой цифровой маркетинг, используя более стратегический, структурированный и основанный на данных подход.

Модель RACE обобщает ключевые маркетинговые действия в Интернете и многоканальном маркетинге, которыми необходимо управлять в рамках цифрового маркетинга. RACE охватывает полный «жизненный цикл клиента» или маркетинговую воронку:

ПЛАНИРОВАНИЕ > ОХВАТ > ДЕЙСТВИЕ > КОНВЕРСИЯ > ПРИВЛЕЧЕНИЕ

Маркетинговая модель жизненного цикла клиента (рис. 1) — наглядный пример, разработанный для использования в качестве «анализа пробелов», показывает типичные маркетинговые мероприятия, которые должны внедряться различными компаниями и электронной коммерцией на протяжении всего жизненного цикла в рамках системы RACE.

Диаграмма отображает различные действия, связанных с маркетингом, рекламой, пользовательским опытом и поддержкой клиентов, и показывает, как человек, совершивший первую покупку, может стать лояльным покупателем.



Рис. 1. Маркетинговая модель жизненного цикла клиента в рамках системы RACE [1]

Модель RACE состоит из четырех этапов или мероприятий онлайн-маркетинга, призванных помочь брендам привлечь клиентов на протяжении всего жизненного цикла покупателя [2]:

1. **ОХВАТ.** Этап включает в себя увеличение количества посещений веб-сайта и повышение осведомленности о бренде, его продукции и услугах на других веб-сайтах и в офлайн СМИ. То есть предполагает максимизацию охвата с использованием различных точек взаимодействия со СМИ.

2. **ДЕЙСТВИЕ.** Это отдельный этап, поскольку стимулирование взаимодействия на сайтах и в социальных сетях с целью привлечения потенциальных клиентов является большой проблемой для интернет-маркетологов. Речь идет о том, чтобы убедить посетителей сайта или потенциальных клиентов сделать следующий шаг, следующее действие, когда они изначально попадают на сайт или в социальную сеть.

3. **КОНВЕРСИЯ.** Конверсия от продаж – онлайн или офлайн включает в себя побуждение аудитории сделать тот необходимый следующий шаг, который превращает их в платящих клиентов, независимо от того, осуществляется ли оплата через онлайн-транзакции электронной коммерции или через офлайн-каналы. Суть данного шага чтобы лид – потенциальный клиент, который отреагировал на маркетинговую коммуникацию, превратился в покупателя.

4. **ПРИВЛЕЧЕНИЕ (вовлечение).** Это развитие долгосрочных отношений с первыми покупателями для формирования лояльности клиентов в виде повторных покупок с использованием коммуникаций с клиентами на сайте, социального присутствия, электронной почты и прямого взаимодействия для увеличения «пожизненной ценности клиента» [1].

«Пожизненная ценность клиента» зависит от размера среднего чека за один заказ, срока сотрудничества, частоты повторных покупок или повторного обмена контентом через социальные сети. Также учитывается процент активных клиентов (или подписчиков электронной почты), их удовлетворенность и рекомендации с помощью других систем.

Наглядный пример трансформации всех маркетинговых мероприятий компании в единую воронку работы с клиентом изображен на рис. 2.



Рис. 2. Процесс RACE GROWTH [4]

Система RACE Growth работает по 90-дневному циклу планирования. В каждом цикле определяются ВОЗМОЖНОСТИ – то, над чем необходимо работать, своя

СТРАТЕГИЯ достижения целей и, наконец, ДЕЙСТВИЯ, которые должны предприниматься для достижения.

Система RACE включает два элемента, которые в совокупности систематизируют и обобщают маркетинговый план компании:

1. Структура планирования RACE: определяет основные виды деятельности и меры, которые компании должны освоить, чтобы выжить и процветать в современном мире маркетинга.

2. Процесс совершенствования RACE OSA: определяет три шага, необходимые для построения и реализации плана роста – либо для общего маркетингового плана, либо для отдельного канала, такого как органический поиск, социальные сети или маркетинг по электронной почте.

Для того чтобы сделать структуру планирования RACE эффективной, OSA предоставляет простой процесс для создания общей стратегии и повышения результатов отдельных каналов, таких как поиск, социальные сети и маркетинг по электронной почте. OSA (Opportunity> Strategy> Action) означает ВОЗМОЖНОСТЬ> СТРАТЕГИЯ> ДЕЙСТВИЕ.

Процесс OSA применяется для того чтобы воплотить RACE в жизнь. Он поможет быстро создать и реализовать гибкий план по повышению как деловых, так и личных навыков. OSA можно использовать для планирования всех современных маркетинговых мероприятий:

общего маркетингового плана.

более конкретного плана продвижения в цифровых каналах.

плана действий по повышению результатов сайта или канала, например, органического или платного поиска, социальных сетей или email маркетинга.

плана развития навыков.

Для достижения ощутимого эффекта рекомендуется разработать 90-дневный приоритетный план для формирования долгосрочного годового плана и дорожной карты [3].

Результатом процесса разработки модели маркетинговой системы станет четкий структурированный план, который возможно визуализировать, используя шаблоны, предлагаемые Smart Insights.

Пример плана представлен в табл. 1. Очевидно, что Модель RACE является основой планирования, охватывающей все точки соприкосновения с клиентами, и использует критическое мышление для разработки индивидуального, гибкого и стратегического подхода к уникальным потребностям бизнеса [5].

Таблица 1

Маркетинговый план по модели RACE

	Возможность	Стратегия	Действие
1	2	3	4
Планирование Определение стратегии	Аудит цифрового состояния рынка	Сегментирование и таргетирование	Создание цифрового информационно-аналитического плана
	Аудит рынка	Ценностное предложение бренда	
	Постановка целей	90-дневное планирование	
Охват Наращивание	Медиа обзор	Расстановка приоритетов в СМИ	Планирование кампании

Окончание табл. 1

1	2	3	4
аудитории	Прогноз ROI	Поисковый маркетинг	Поддержание главной идеи рекламной кампании
	Анализ пробелов в поисковых системах	Маркетинг влиятельных лиц	Повышение качества ведения блога
Действие Оперативное взаимодействие	Аудит «маршрута клиента»	Определение личных предпочтений	Совершенствование веб-сайта
	Аудит контента	Контент-стратегия	Разработка идей для контента
	Анализ профиля аудитории	Редакционный календарь	Увеличение списка электронных адресов
Конверсия Обеспечение продаж	Наращивание рассылок	Оптимизация конверсии	Модернизация главной страницы
	Ретаргетинг рекламы	Продажа по нескольким каналам	Усовершенствование целевых страниц
	Веб-возможности	Скоринг и оценка лидов	Копирайтинг
Привлечение Стимулирование удержания	Аудит клиентского опыта	Рост качества обслуживания клиентов	Развитие социальных сетей по трендам
	Аудит маркетинга по электронной почте	Успехи клиентов	Стратегия установления контактов по эл. почте
	Аудит социальных сетей	Стратегия социальных сетей	Совершенствование рассылок

Выводы. Модель RACE – это ориентированный на клиента коммерческий инструмент современного маркетолога, который служит цели создания ценных отношений с момента повышения осведомленности до лояльности и, позволяющий планировать деятельность цифрового маркетинга. Модель RACE направлена на обеспечение интеграции цифрового маркетинга и традиционных маркетинговых мероприятий. Она универсальна и подойдет как для корпораций, так и для малого бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Introducing The RACE Growth System and RACE Planning Framework: practical tools to improve your digital marketing [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/race-a-practical-framework-to-improve-your-digital-marketing/> (дата обращения: 24.02.2022)
2. Internet marketing: strategy, implementation, and practice. / Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick// LCSH: Internet marketing. Harlow, England; New York : Pearson. – 2019. – 1105 p.
3. A Practical Guide to Using Smart Insights RACE Planning to Create a Multichannel Strategy [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.smartinsights.com> (дата обращения: 24.02.2022).
4. Why and how I developed the RACE marketing planning framework [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.davechaffey.com/digital-marketing-glossary/race-marketing-planning-model/> (дата обращения: 25.02.2022).
5. Пенькова И.В. Алгоритм RACE: модельная платформа онлайн-маркетинга / И.В. Пенькова, И.Ю. Глазкова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2018. – № 3. – С. 112-119.

Поступила в редакцию 17.06.2022 г.

THE RACE GROWTH MODEL AND THE RACE PLANNING STRUCTURE AS THE BASIS OF THE COMPANY'S MARKETING SYSTEM

O. L. Nekrasova, E. Yu. Zabavina, N.S. Stryukov

The article emphasizes the importance of a systematic approach in the management of marketing activities. The RACE Model is proposed as an innovative practical tool that helps marketers and business owners plan, manage and optimize their digital marketing. The author considers online marketing activities designed to help brands attract customers throughout the buyer's life cycle, and offers a template for a marketing plan based on the RACE model

Keywords: digital marketing, RACE model, customer lifecycle, loyalty, online marketing, communications.

Некрасова Ольга Леонидовна

доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой международного бизнеса и делового администрирования

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

ol.nekrasova@donnu.ru

+7-949-322-20-11

Забавина Екатерина Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного бизнеса и делового администрирования

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

e.zabavina@donnu.ru

+7-949-404-57-44

Стрюков Никита Сергеевич

студент магистратуры кафедры международного бизнеса и делового администрирования

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

stryukoffnick@yandex.ru

+7-949-379-14-59

Nekrasova Olga

doctor of economics, associate professor, Head of the Department of International Business and Business Administration

Donetsk National University, city Donetsk

Zabavina Ekaterina

candidate of economic sciences, associate professor of the Department of International Business and Business Administration

Donetsk National University, city Donetsk

Stryukov Nikita

graduate student of the Department of International Business and Business Administration
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 331.1

ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА: СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ© 2022. *Н. А. Перевозчикова, В. Н. Кава*

Статья посвящена анализу современных теоретических подходов к промышленной политике. Раскрыто содержание понятия «промышленная политика», уточнена трактовка понятий «политика», «промышленность», проанализировано соотношение таких понятий как «промышленная политика», «государственная поддержка промышленности» и «политика промышленного развития». Выделены основные черты промышленной политики.

Ключевые слова: промышленная политика, промышленность, политика, государственная политика в области промышленности.

Постановка проблемы. Промышленность представляет собой фундамент материального производства, поскольку в ней создается подавляющая часть валового внутреннего продукта и национального дохода. Устойчивое и сбалансированное развитие промышленного комплекса существенно влияет на экономическую ситуацию и уровень жизни населения в любой стране мира, поэтому поддержка и стимулирование развития промышленности являются одними из приоритетных направлений государственной политики.

В современных реалиях промышленная политика является одним из наиболее востребованных инструментов по формированию устойчивой, структурно-сбалансированной и, немаловажно, конкурентоспособной экономики государства. Именно в рамках промышленной политики, как свидетельствует опыт зарубежных стран, возможно реализовать самые современные технологические и институциональные тренды. Так, ученый-классик Д. Родрик в своей работе подчеркнул, что «...в развивающихся странах трудно найти преуспевающую индустрию, которая бы не была результатом проведения промышленной политики» [1].

Актуальность темы исследования. Несмотря на то, что сегодня ученые-экономисты и практики, отмечают важность промышленной политики в рамках экономического развития страны, вместе с тем они расходятся во взглядах на ее место и границы в общей экономической политике государства; сущности, целей, концепции, инструментов и механизмов ее построения и внедрения; взаимовлияния и взаимодействия с другими видами государственной политики. Кроме того, остается еще довольно много других дискуссионных вопросов, требующих дальнейшего анализа и определения сущности промышленной политики, в частности, в вопросах развития понятийного аппарата.

Анализ последних исследований и публикаций. В последнее время промышленная политика часто и широко обсуждается в отечественной экономической литературе, оставаясь довольно дискуссионным вопросом. Ее проблемам и значению для развития экономики посвящены многочисленные труды ученых, среди которых: В.И. Бовыкин, А.В. Демкин, В.Н. Захаров, Г.Р. Наумова, И.К. Низамутдинов, В.Б. Перхавко, А.И. Татаркин, О.А. Романова, М.Н. Яньшина и др. Но несмотря на глубокий интерес ученых и достаточно большое количество публикаций по данному вопросу, актуальными остаются проблемы определения, содержания и значения промышленной политики в государственном управлении.

Выделение нерешенных проблем. На сегодняшний день влияние внешних угроз и внутренних вызовов провоцирует стремительные изменения в социально-экономической жизни России, в связи с чем, как никогда актуальным становится анализ теоретического знания о промышленной политике. Несмотря на постоянный интерес отечественных и зарубежных ученых и практиков, нет конкретного понимания сущности промышленной политики, имеется неясность в разделении промышленной политики от общеэкономической, структурной, отраслевой, макроэкономической и др., в определении целей, инструментов, механизмов внедрения и не сформирована единая концепция промышленной политики в стране.

Цель статьи заключается в уточнении содержательной сущности промышленной политики и определении ее значения для экономики страны.

Результаты исследования. Понятие «промышленной политики» в форме термина «*industrial policy*» возникло в европейских странах в XIX в. Однако похожие процессы, способствовавшие формированию понятия, развивались еще в Российской империи. Так, во II томе энциклопедии «Экономическая история России с древнейших времен до 1917 г.» в статье «Промышленность», авторами которой выступают В.И. Бovyкин, А.В. Демкин, В.Н. Захаров, Г.Р. Наумова и В.Б. Перхавко, используется понятие «политика» в первый раз применительно к XVIII в. Авторы приводят факты, что одним из факторов развития промышленности была экономическая политика государства. И лишь в начале XX в. ученые пишут о политике правительства по отношению к промышленности [2]. По-видимому, все эти проявления экономического развития страны, так или иначе, могли стать предметом осмысления современниками основ экономического развития, способствовать возникновению российского аналога понятия «*industrial policy*».

В России и других постсоветских странах в правительственных и научных кругах, понятие «промышленная политика» начало активно использоваться с начала 90-х гг. прошлого века, когда был провозглашен курс на реформирование экономик [1]. Однако, как свидетельствует анализ последних публикаций, термин «промышленная политика» до настоящего времени не имеет однозначного толкования, что значительно усложняет идентификацию роли и места промышленной политики среди других видов государственного регулирования экономики, а также ее целей и задач.

Рассматривая промышленную политику в целом, необходимо определить ее составляющие: «политика» и «промышленность», как таковые. Автором термина «политика» считается Аристотель, который определил ее как цивилизованную форму общности, что служит достижению «общего блага» [9]. Стоит отметить, что в современной науке нет единого определения термина «политика», а существует целый ряд толкований, в которых подчеркивается один из основных аспектов политической деятельности: институциональный, правовой, экономический, психологический, социальный, антропологический и т.п.

Для анализа рассматриваемых понятий стоит обратиться к словарям (рис. 1) [12, 13, 14, 15, 16].

Таким образом, можно утверждать, что разнообразие в подходах к определению данных понятий является одной из основных причин неоднозначности трактовок понятия «промышленная политика».

Следующим вопросом, который вызывает интерес ученых, являются особенности процесса внедрения понятия «*industrial policy*» в российскую экономическую мысль и практику. Исследователи единогласны во мнении, что данное понятие пришло в Россию в начале 1990-х гг.



Рис. 1. Трактовка понятий «политика» и «промышленность»

При этом из-за некорректного перевода, возникли трудности в интерпретации понятия. Ученые А.И. Татаркин и О.А. Романова в своих работах отмечают, что в России возникло специфическое понимание промышленной политики, которая, в свою очередь, расценивается как «политика промышленного развития», «государственная политика в области промышленности», «государственная поддержка промышленности». Такое понимание промышленной политики обосновано и имеет серьезные основания, поскольку промышленность является системообразующим сектором отечественной экономики [6].

Также в своих научных работах М.Н. Яньшина высказывает мнение, что при заимствовании понятия «industrial policy» произошла некая деформация, что и способствовало появлению многочисленных трактовок [8]. Так, интерес вызывает авторский взгляд о двух путях формирования рассматриваемого понятия в российской научной среде (рис. 2).

Можно увидеть, что исследователи практически единогласны во мнении о сложности и понятийной многозначности промышленной политики, в связи с чем данный вопрос остается дискуссионным в России и на сегодняшний день. Стоит отметить, что несмотря на значительное количество публикаций, которых только в электронной научной библиотеке «E-library» находится более 4 тысяч со словосочетанием «промышленная политика», встречающимся в их названиях, зачастую ученые применяют принципиально разные исследовательские подходы.

1-й ряд ученых пытается дать определение словосочетанию «промышленная политика»

- *Выводы - национальная промышленность в качестве единственного объекта промышленной политики*

2-й ряд ученых исследует западный опыт внедрения «industrial policy», ее направления, механизмы

- *Выводы - промышленная политика, несмотря на свое название, гораздо более широка в своих объектах воздействия, чем вытекает из ее буквальной трактовки*

Рис. 2. Выводы отечественных ученых о формировании понятия «industrial policy» в российской научной среде

Так, исходя из анализа определений понятия «промышленная политика» в отечественных исследовательских работах и законодательных документах можно выделить два основных теоретических подхода к пониманию сущности промышленной политики: ресурсно-отраслевой и институциональный (рис. 3).



Рис. 3. Основные подходы к пониманию сущности промышленной политики

Ресурсно-отраслевой подход предусматривает механизм внедрения правительством определенных мер по обеспечению прогрессивных изменений в структуре промышленного производства государства путем использования или перераспределения ресурсов (рис. 4).

Вместе с тем, ресурсно-отраслевой подход соответствует наиболее распространенному пониманию сущности западного научно-экономического термина «industrial policy», который пересекается с понятиями «отраслевая» или «секторальная» политика, означающие меры государства по поддержке или развитию конкретных

отраслей (секторов экономики). Примерами использования термина отраслевой промышленной политики во второй половине XX столетия являются Швеция, Южная Корея, Франция, Индия, Япония и другие страны [1].



Рис. 4. Направления ресурсно-отраслевого подхода к пониманию сущности промышленной политики

Что касается институционального подхода, то его сторонники считают, что отраслевые приоритеты с течением времени и динамичностью внешних вызовов утрачивают свою роль и функции, кроме тех, которые связаны с безопасностью государства, в связи с чем, в первую очередь становится актуальной организованная деятельность системы институтов.

Помимо рассмотренных подходов существует еще достаточно большое количество определений, в которых промышленная политика трактуется через такие категории как ее цели, структурные элементы, ее значение и место в государственной экономической политике и др.

Итак, вследствие проведенного анализа, можно сказать, что разнонаправленность толкований понятия «промышленная политика» варьируется от определения ее посредством мер реализации интересов государства в сфере промышленного производства до избирательной поддержки государства приоритетных отраслей народного хозяйства.

Выводы. Таким образом, среди всего многообразия трактовок понятия «промышленная политика» можно выделить основные, в соответствии с которыми она представляет из себя:

- сложное явление;
- деятельность, направление (способ, комплекс, совокупность) действий;
- комплекс (система, совокупность) мер;
- экономическую программу, стратегию;
- систему отношений.

Исходя из анализа рассмотренных основных подходов к пониманию сущности промышленной политики, можно сделать вывод, что ресурсно-отраслевой подход является наиболее распространенным. Вместе с тем, использование каждого из них должно коррелироваться с задачами анализа конкретных аспектов промышленной политики и исследуемом проблемном поле.

Кроме того, проведенный анализ толкований промышленной политики позволил выделить ее основные черты:

1. Промышленная политика реализуется государственными и региональными органами власти путем разработки и внедрения определенного комплекса мер.

2. Промышленная политика должна обеспечивать сбалансированное развитие промышленного комплекса и способствовать росту его конкурентоспособности, что обеспечит устойчивый экономический рост в долгосрочной перспективе.

3. Создание и поддержка новейших высокотехнологичных производств является важнейшим ориентиром при определении основных направлений государственной промышленной политики.

Как видим, в целях обеспечения повышения инновационно-инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности государства и его территорий современная промышленная политика должна быть направлена на структурно-технологическую перестройку промышленности, способствующую устойчивому развитию страны и росту благосостояния ее населения. Определение эффективных форм и инструментария промышленной политики является предметом дальнейших исследований авторов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Журавлева Г.П. Экономическая политика современной России: модернизация и реиндустриализация / Г.П. Журавлева // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – № 3 (131). – С. 26-32.
2. Низамутдинов И.К. Сущность понятия промышленная политика в российской экономике / И.К. Низамутдинов // Научные труды Центра перспективных экономических исследований. – 2011. – № 4. – С. 102-106.
3. Низамутдинов И.К. Региональная промышленная политика: особенности формирования и реализации: автореф. на соиск. ученой степ. канд. экон. наук / И.К. Низамутдинов. – Казань. – 2012. – С. 24-26.
4. Руденко В.В. Семантическая сущность категории «промышленная политика» В.В. Руденко, А.А. Шевердяев // TerraEconomicus. – 2013. – Том 11. – № 3-2. – С. 28-30.
5. Татаркин А.И. Промышленная политика как основа системной модернизации экономики России / А.И. Татаркин // Вестник Челябинского государственного университета. – 2008. – № 19. – С. 5-17.
6. Татаркин А.И. Региональная промышленная политика: теоретические основы, практика формирования и механизм реализации / А.И. Татаркин, О.А. Романова, Р.И. Чененова, М.Г. Филатова. – Екатеринбург : УрО РАН. – 2000. – 82 с.
7. Татаркин А.И., Романова О.А. Промышленная политика: генезис, региональные особенности и законодательное обеспечение / А.И. Татаркин, О.А. Романова // Экономика региона. – 2014. – № 2. – С. 9-21.
8. Яньшина М.Н. Плюралистическая основа понятия «промышленная политика» / М.Н. Яньшина // Актуальные проблемы экономики и права. – 2012. – № 1. – С. 168-173.
9. Баранов И.В. Определение сущности и границ промышленной политики / И.В. Баранов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.5rik.ru/na5/2524.htm> (дата обращения 19.01.2022).
10. Экономическая история России (с древнейших времен до 1917 г.): Энциклопедия. в 2 т. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). – 2009. – Т. 2. – 1288 с.
11. Новая философская энциклопедия: / Под редакцией В.С. Стёпина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/3026 (дата обращения 22.01.2022).
12. Политика. Толковый словарь / Под ред. И.М. Осадчей. – М.: ИНФРА-М, Издательство «Весь Мир», 2001 // [Электронный ресурс]. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/politology/155> (дата обращения 22.01.2022).
13. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова // Российская академия наук. – Институт русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник. – 1999. – 944 с.
14. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М. – 2007. – 495 с.
15. Философия науки: Словарь основных терминов / Сост. С.А. Лебедев. – М.: Академический Проект, 2004 // [Электронный ресурс]. – URL: http://philosophy_of_science.academic.ru (дата обращения 22.01.2022).

16. Словарь бизнес-терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/10898> (дата обращения 22.01.2022).

Поступила в редакцию 10.06.2022 г.

INDUSTRIAL POLICY: ESSENCE AND CONTENT

N. A. Perevozchikova, V. N. Kava

The article is devoted to the analysis of modern theoretical approaches to industrial policy. The content of the concept of "industrial policy" is revealed, the interpretation of the concepts of "politics", "industry" is clarified, the correlation of such concepts as "industrial policy", "state support for industry" and "industrial development policy" is analyzed. The main features of industrial policy are highlighted.

Keywords: industrial policy, industry, politics, state policy in the field of industry.

Перевозчикова Наталия Александровна

кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник отдела планирования социально-экономического развития территориальных систем
ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк
minina17@mail.ru
+7-949-394-14-00

Кава Виктория Николаевна

аспирант отдела планирования социально-экономического развития территориальных систем
ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк
vkava1984@mail.ru
+7-949-326-94-23

Perevozchikova Nataliya

candidate of Economics, Associate Professor,
leading researcher socio-economic development planning department
territorial systems,
SBI «Economic Research Institute», Donetsk

Kava Victoriya

graduate student socio-economic development planning department territorial systems
SBI «Economic Research Institute», Donetsk

УДК 339.138(07)

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ КАК НОВЫЙ ТРЕНД МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

© 2022. *И. В. Петенко, А. В. Петенко*

В статье рассмотрены предпосылки становления цифрового маркетинга. Отмечены отличительные черты цифрового от традиционного маркетинга и очерчена область его эффективного применения. Рассмотрены направления и технологические площадки использования цифрового маркетинга.

Ключевые слова: цифровой и традиционный маркетинг, технология, офлайн и онлайн-поведение, пользователи, контент, соцсети, контент-маркетинг, коммуникации.

Постановка проблемы. Массовое использование интернета способствовало расширению возможностей в цифровом пространстве, что способствовало появлению новых форм коммуникации.

Поэтому целесообразно определить место цифрового маркетинга в современных тенденциях коммуникации, как симбиозе традиционного маркетинга и цифрового, где главным предметом внимания и ориентиром для жизнедеятельности являются форматы их эффективного использования.

Актуальность темы исследования. Тенденции развития маркетинговых коммуникаций не отрицают наличие существующих направлений в этой области и потенциала в их развитии. Прогрессивно мыслящие коммуникаторы определяют область эффективного применения направлений коммуникации, соответствующего целеполагания фирмы.

В отмеченном контексте исследование маркетинговых цифровых технологий коммуникации в условиях интернет-среды в целях активизации и повышения спроса цифровых товаров определяют актуальность данной статьи.

Анализ последних исследований и публикаций Многогранные вопросы эволюционирования маркетинговых технологий коммуникации, в том числе в рамках цифровизации социально-экономических систем рассмотрены в работах ученых Аварвала-Роджерс Р., Ансофф И., Васин А., Бондаренко В., Гончаров С., Густафсон М., Джонсон А., Ерохина Т.Б., Кольган М.В., Красюк И.А., Кузнецов Н.Д., Лаутерборн Д.Е., Масуренков В., Мориарти С., Иноземцев В., Овечкин А., Окольнишникова И., Осовцев В., Пономарева А., Портер М., Пржедецкая Н., Райхельд Ф., Родионова Н.Д., Рукавицын М., Савина А., Самсонов А., Старостин, В.С., Окольнишникова И.Ю., Танненбаум Р.Ф., Шульц С.И. и др.

Выделение нерешённых проблем. Исследование маркетинговых цифровых технологий в сфере коммуникаций представлено недостаточно полно, это диктует необходимость в теоретических исследованиях, анализирующих направления и эффективную область функционирования российского рынка цифрового контента.

Целью исследования является рассмотрение цифровых каналов маркетинговой коммуникации интернет-среды, маркетинговых технологий для выбора перспективных направлений активизации спроса в сфере реализации цифрового контента.

Результаты исследования. Digital- цифровой маркетинг – это инструмент коммуникации бизнеса для поддержания взаимодействия с клиентами с помощью их персональных устройств.

Digital-маркетинг – это новейший тренд стратегии продвижения товара (услуги) с использованием цифровых устройств, который является современным маркетинговым инструментом. Фундаментом данного инструмента является особенность потребительского поведения в интернете, основанное на применении для выхода в сеть мобильных устройств с использованием онлайн-коммуникаций для контакта с клиентом и способностью интегрировать в контекст поведения человека в индивидуальное взаимодействие с ним. В результате информатизации компании данными о потенциальном потребителе и установление благоприятного времени для коммуникации с потребителем повышается вероятность ответной реакции со стороны потребителя и, потребитель из потенциального превращается в реального, совершая в конечном результате покупку.

Предпосылкой появления и развития digital-маркетинга явилось стремление бизнеса максимально эффективно контактировать со своей целевой аудиторией. Цифровой способ продвижения товара отличается от подхода традиционного маркетинга новым технологическим взаимодействием с потребителями, заменяя устаревшую технологию, которая уже менее эффективна для современного бизнеса.

Еще одной предпосылкой digital-маркетинга является расширение традиционных площадок продвижения товаров маркетологами и расширение набора инструментов для оценки результатов.

Расширение каналов продвижения товаров обусловлено тем, что инновационный потребитель делает покупки не на основании лишь одного контакта с брендом, а путем коммуникации с обширным комплексом воздействий на пользователя.

Рассмотрим направления digital-маркетинга.

1. Email-маркетинг. Электронные рассылки – первый этап внедрения цифрового маркетинга, суть которого – использование для сбора и обработки контактной информации и системы рассылки сообщений.

Одним из плюсов email-маркетинг является повышение результативности обратной связи, так как в информационную базу заносятся контакты людей знакомых с брендами и предложениями компании.

2. Маркетинг в социальных сетях (SMM). Социальные сети – постоянно действующая во времени и пространстве коммуникация для двустороннего обмена более обширной информации об интересах контактной аудитории.

Социальные сети являются вторым наиболее привлекательным инструментом digital-маркетинга, который интересен всем категориям бизнеса.

Товары и услуги продвигаются владельцами сервисов социальных сетей позволяют осуществить широкий выбор возможностей для коммуникации с аудиторией с использованием адресных контактов как каналов продвижения.

4. Контент-маркетинг. Различные форматы цифрового продвижения контент-маркетинга (графика, фото, аудио и видео, а также их всевозможные сочетания) позволяют без вмешательства рекламы удовлетворить потребность в запрашиваемом образовательном контенте.

3. Поисковая оптимизация (SEO). Онлайн-мир неотъемлемый инструмент практической реализации сущности поиска информации в интернете - Google и Яндекс. Каналы SEO разнообразны и предполагают использование ключевых слов, необходимой их плотности в контенте сайта, платного поискового продвижения.

5. Онлайн-PR. Инструментами управления репутацией в онлайне служат отзывы и разрешения конфликтов с недовольными клиентами, социальные сети, тематические форумы, специализированные ресурсы и приложения, которые позволяют

аккумулировать значительный объем мнений пользователей. Пользователи, которые предполагают сделать выбор, активно реагируют на отзывы.

6. Маркетинг через агентов влияния (influencers marketing). Суть этого направления заключается в способности интернета для любого пользователя, который делится контентом, аккумулировать аудиторию, проявляющую интерес к нему.

7. Рекламное продвижение продукта. В онлайн существует возможность для размещения рекламы на платной основе с разными подходами к аудитории, что обеспечивает увеличение узнаваемости, дает возможность привлекать новых пользователей на основе использования вариантов таргета и контекста, а также индивидуализировать рекламу на базе выявленного интереса пользователем на сайте или в приложении компании.

8. Мобильное приложение. Это постоянное взаимодействия с клиентами, что дает возможность фирме осуществлять перманентную коммуникацию с пользователями и увеличивать массив данных, прогнозировать новый потребительский спрос. Для потребителя это облегчает процесс взаимодействия и игнорирование рекламных сообщений.

9. Оптимизация скорости конверсий (CRO). Суть данного направления заключается в действиях целью, которых для компании является стремление подтолкнуть потребителя к целевому поступку, так как привлекаемый трафик на сайт ещё не гарантирует его конверсию в покупки. CRO, как канал цифрового маркетинга, способствует улучшению пользовательского опыта на онлайн-площадке компании.

Работа с потребителями должна вестись перманентно для его убеждения в покупке. Это диктует необходимость компании прибегать к технологическим решениям в цифровом маркетинге, которые улучшает качество кампаний. Среди них выделяют:

прогнозная аналитика. Это аналитический инструмент, направленный на определение запросов на этапе привлечения клиента, но прогнозирования его поведения в будущем. Для компании это возможность своевременно предусмотреть меры для сохранения покупательской активности клиента;

чат-боты. Предназначены для перевода набора стандартных вопросов клиентов в автоматический режим. Это позволяет сократить время ожидания пользователей при обращении в поддержку. А для операторов контактного центра обработки типовых вопросов это даёт возможность перенаправить их усилия на решения сложных клиентских запросов;

голосовой поиск. Данный интерфейс коммуникации для клиента упрощает принятию решения о повторных покупках товаров компании;

квалификация лидов. Данный интерфейс позволяет на базе современных технологий учитывать особенности онлайн-поведения пользователей, прогнозировать и увязывать бюджет потребителя и возможные покупки. Такой маркетинговый анализ перспективности потенциальных клиентов способствует повышению качества коммуникации, результативность предложений каждому индивидуальному пользователю;

дополненная и виртуальная реальности. В основе данной технологии лежит принцип «Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Для этого цифровые маркетологи визуализируют будущие покупки и помещают их в ситуацию и условия потребителя или в новые условия приобретений;

автоматизация предполагает учет большого массива интересов потребителей без вмешательства человека.

Виды цифрового маркетинга:

коммуникации – взаимодействие компании с потребителями с целью оптимизации маркетинговых решений и персонализированных сообщений для максимизации выгод из знаний о потребителях;

пользовательский опыт – формирование механизма взаимодействия бренда с потребителем, что повысит эмоциональную чувствительность от покупки;

мультиканальность – процесс управления на цифровых и традиционных каналах отношениями с клиентами;

омниканальность – коммуникация с потребителями независимо от среды - онлайн или оффлайн.

Функцию привлечения и удержания клиентов в цифровой среде выполняет digital-маркетолог.

Основной целью диджитал-коммуникаций являются максимизация выгод на основе формирование спроса потребителей товары и услуги компании. Исходя из цели диджитал – маркетинга сформулированы его задачи:

1. Обеспечение узнаваемости торговой марки путем маркетинговой кампании расширения осведомленности целевой аудитории о продвигаемом бренде и обратной связи о нем.

2. Генерирование лидов – установление контактов и привлечение потенциальных потребителей в фирмах со сложной схемой продаж.

3. Генерирование продаж – максимизация сбытовых усилий за счет сохранения потребителей и повторных закупок.

4. Генерирование трафика – привлечение потребителей на сайт с целью получения доходов от рекламы для фирм – рекламодателей.

5. Обучение целевой аудитории предназначено для формирования спроса путем осведомленности о товаре, его инновационности, конкурентных преимуществах.

6. Визуализация каналов распределения как формы бизнес-экосистемы.

7. Получение многопродуктового, многоканального клиентского опыта, за счет коммуникации с покупателем для обозначения управленческих решений.

8. Формирование банка данных о событиях в жизни клиентов.

9. Формирование многоканальной сети продвижения и разработки продукции.

10. Адаптация к новым требованиям информационно-технического обслуживания.

11. Применение маркетинговых инструментов в продуцировании обновлений и балансировки действий в цифровом канале распределения.

12. Создание позитивного имиджа фирмы и товара.

13. Формирование лояльности потребителей к товару, компании.

14. Сокращение времени продвижения новых товаров и услуг и увеличение товарооборота.

15. Создание пула постоянных клиентов.

Компоненты цифрового маркетинга:

программы веб-аналитики;

независимые интернет-сервисы. Все подобные сервисы (Google, LinkedIn, Facebook, Twitter) – это программы, которые обеспечивают взаимодействие с целевой аудиторией предприятия;

программы, которые используют существующие и потенциальные клиенты. Это браузеры, смартфоны, приложения, спам-фильтры элек-тронной почты и т. д. Данные программы формируют и фильтруют способы виртуального взаимодействия с потребителем.

Плюсы использования цифрового маркетинга:
ориентация рекламы на целевую аудиторию;
возможность детальной оценки эффективности;
возможность формировать разнобюджетные каналы коммуникации;
обеспечивает быстрый отклик с пользователями через социальные сети, почту, мессенджеры и чаты на сайте;
возможность диверсифицировать технологии коммуникации и время их осуществления.

Минусы использования цифрового маркетинга:
высокий фактор риска, который диктует необходимость готовности к переменам и адаптивности к нововведениям площадок;
наличие блокировщиков рекламы, которые приводят к потере аудитории;
ограничения из-за защиты данных, которое приводит к сокращению базы данных о пользователе и взаимодействии с ним.

Выводы. Цифровизация экономики приводит к повышению уровня информационного обеспечения потребителей и возникновению новых товаров и сервисов. Это диктует изменение маркетинговых технологий коммуникации для повышения общей результативности маркетинговой деятельности компаний – обновления способов продвижения товаров и услуг и коммуникаций с потребителями с учетом возможностей цифровой среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кольган, М.В. Направления и формы организации маркетинга в условиях цифровизации / М.В. Кольган, И.А. Красюк // Практический маркетинг. – 2019. – № 7 (269). – С. 3-9.
2. Кольган, М.В. Определение новых форм коммуникации в сфере сбыта с использованием цифровых решений / М.В. Кольган // Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции: материалы всерос. науч.-практ. конф. – 2019. – С. 410-414.
3. Ерохина, Т.Б. Digital-маркетинг как эффективный инструмент коммуникации с потребителем / Т.Б. Ерохина // Цифровая революция в логистике: эффекты, конгломераты и точки роста: материалы междунар. науч.-практ. конф., XIV Южно-Российский логистический форум Рост. гос. эконом. ун-т (РИНХ). - Ростов-на-Дону, 2018. – С. 151.
4. Кузнецов, Н.Г. Трансформация поведения потребителей в условиях цифровой экономики / Н.Г. Кузнецов, Н.Д. Родионова // Цифровая революция в логистике: эффекты, конгломераты и точки роста: материалы междунар. науч.-практ. конф., XIV Южно-Российский логистический форум. – Ростов-на-Дону : Изд-во РГЭУ (РИНХ), 2018. – С. 163-164.
5. Старостин, В.С. Маркетинговые интернет-технологии в малом бизнесе: современные реалии и подходы к исследованию / В.С. Старостин, И.Ю. Окольнишникова // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2020. – Т. 30. – № 4. – С. 512-519.
6. Шульц, Д.Е. Новая парадигма маркетинга. Интегрируемые маркетинговые коммуникации / Д.Е. Шульц, С.И. Танненбаум, Р.Ф. Лаутерборн. – Москва: Инфра-М, 2004. – 234 с.

Поступила в редакцию 01.06.2022 г.

DIGITAL MARKETING AS A NEW TREND OF MARKETING COMMUNICATIONS

I. V. Petenko, A. V. Petenko

The distinctive features of digital from traditional marketing are noted and the scope of its effective application is outlined. The directions and technological platforms for the use of digital marketing are

considered.

Keywords: digital and traditional marketing, technology, offline and online behavior, users, content, social networks, content marketing, communications.

Петенко Ирина Валентиновна

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
i.petenko@donnu.ru
+7-949-405-84-00

Петенко Анастасия Владимировна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом и
экономики труда
ГОУ ВПО «Донецкая государственная академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк
k_upet@donampra.ru
+7-949-405-84-01

Petenko Irina

Doctor of Economic Sciences, Professor
Donetsk National University, city Donetsk

Petenko Anastasiya

Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor
Donetsk academy of management and public administration under the Head of Donetsk
People's Republic, city Donetsk

УДК 336: 330.4

**ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ РАЗМЕРА ВЫБОРКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ
СТАТИСТИЧЕСКОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ**

© 2022. А. В. Половян, К. И. Сеницына

Изучены алгоритмы формирования совокупности единиц наблюдения при обследовании бюджетов домашних хозяйств и экономической активности рабочей силы, используемые Федеральной службой государственной статистики Российской Федерации, что позволило установить недостатки данных методологий. Предложено при определении размера репрезентативной выборки использовать подход, рекомендуемый Департаментом по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций. Апробация данного подхода по определению размера репрезентативной выборки при обследовании домашних хозяйств и экономической активности рабочей силы позволила оценить достоверность результатов.

Ключевые слова: выборка, генеральная совокупность, рекомендации, рабочая сила, домашнее хозяйство.

Постановка проблемы. Обследования домашних хозяйств представляют собой важный источник социально-экономических данных. В результате проведения обследования домашних хозяйств удастся получить важные показатели для информационного обеспечения и контроля реализации стратегий развития. Обследования являются основной формой сбора данных, дополняющей, а иногда и заменяющей другие программы сбора данных и системы регистрации актов гражданского состояния.

Для Донецкой Народной Республики, как субъекта Российской Федерации, исследование количественной характеристики структуры общества, жизни и деятельности людей, их взаимоотношений с государством, позволяет выявить и измерить основные закономерности в поведении людей, в распределении благ между ними. При проведении исследований в экономике на государственном уровне важное значение имеет методология определения минимально необходимого объема выборки, т.к. часто отсутствие грамотного статистического анализа приводит к утрате научной ценности исследования в целом.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы методологии определения выборки отражены в трудах российских и зарубежных ученых К.А. Отдельновой [1], В.И. Паниотто [2], Е.Л. Могильчака [3], Д.М. Рогозина [4, 5], А.С. Милевич [6], Е.С. Вершининой [7], А.А. Захаровой [8], В.О. Игнатенко [9], Г.В. Антонова [10], А. Piovesana [11], N. Fox [12], S. Das, K. Mitra, M. Mandal [13], R.M. Groves [14] и др.

Выделение нерешённых проблем. Поскольку с 04 октября 2022 г. Донецкая Народная Республика признана субъектом Российской Федерации, то проведение соответствующих статистических исследований должно осуществляться в рамках единой методологии и методики. Поэтому данные методические рекомендации по определению репрезентативности выборки при обследовании домашних хозяйств Донецкой Народной Республики носят рекомендательный характер. В методологии Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации по обследованию бюджетов домашних хозяйств не представлен подход к определению размера репрезентативной выборки, поэтому предлагается использовать подход,

рекомендуемый Департаментом по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций [15].

Целью работы является разработка методических рекомендаций по определению репрезентативности выборки при обследовании домашних хозяйств.

Результаты исследования. В соответствии с методологией Федеральной службы государственной статистики по обследованию бюджетов домашних хозяйств, определен алгоритм формирования совокупности единиц наблюдения, подлежащих обследованию [16].

Выборка для бюджетных обследований формируется на принципах представительности категории «все население» в пределах отдельного региона Российской Федерации (республик в составе Российской Федерации, краев и областей).

В основу построения территориальной выборки домашних хозяйств положена двухступенчатая модель вероятностной (случайной) выборки с использованием процедуры расслоения на каждой из ступеней отбора. Процедура расслоения нацелена на формирование представительной выборочной совокупности домашних хозяйств, адекватно отражающей территориальные особенности расслоения населения, демографическую и социально-экономическую его структуру, объективно представляющей структурные изменения в условиях перехода к рыночной экономике.

Процедура расслоения состоит из двух уровней:

1. Территориальное расслоение (в два слоя) с учетом места проживания населения:

- городская местность;
- сельская местность;

2. Формирование в каждом слое подслоев с учетом структуры социально-экономических и демографических признаков. В систему таких признаков включены группировочные признаки, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Группировочные признаки для формирования выборочной совокупности домашних хозяйств [16]

Наименование группировочных признаков	Число групп	Условное обозначение признака
1	2	3
Распределение обследованных домашних хозяйств:		
по размеру	7	из: 1 человека, 2 человек, 3 человек, 4 человек, 5 человек, 6 человек, 7 и более человек
по принадлежности жилого помещения	2	государственный жилищный фонд, частный жилищный фонд
по типу жилого помещения (для государственного жилищного фонда)	3	отдельная квартира; общая квартира (коммунальная), общежитие, другое жилое помещение; снимают жилое помещение
по наличию (отсутствию) в пользовании земельного участка	2	наличие (отсутствие) приусадебного, садового, дачного участка, огорода
Распределение обследованных лиц:		
по проживанию в домашнем хозяйстве определенного размера	7	из 1 человека, 2 человек, 3 человек, 4 человек, 5 человек, 6 человек, 7 и более человек
по возрасту	10	0-6 лет, 7-12 лет, 13-16 лет, 17-29 лет, 30-39 лет, 40-49 лет, 50-54 лет, 55-59 лет, 60-64 лет, 65 лет и старше
по полу	2	мужчины; женщины

Окончание табл. 1

1	2	3
по источникам средств существования	15	заработная плата на предприятии, в организации, учреждении всех форм собственности; доходы от предпринимательской деятельности; доход от фермерского хозяйства; доход от работы у отдельных граждан; доход от личного подсобного хозяйства; доход от собственности; стипендия; пенсия по старости или за выслугу лет; пенсия по инвалидности; пенсия по случаю потери кормильца; пособие по безработице; различные пособия (кроме пособия по безработице); другой вид государственного обеспечения; на иждивении отдельных лиц; иной источник
по уровню образования	7	высшее, незаконченное высшее, среднее, специальное, среднее общее, неполное среднее, начальное
по национальности	3	национальность, народность, этническая группа

Подслои формируются на первой и второй ступенях отбора.

Единицей отбора на первой ступени служит счетный участок микропереписи населения. Число отбираемых участков H_j определяется отдельно по городскому и сельскому населению с учетом объема выборки и нагрузки интервьюера (установленная нагрузка на одного интервьюера – 25 домашних хозяйств):

$$H_j = \frac{m_j}{25}, \quad (1)$$

где m_j – объем выборки в региональном разрезе отдельно по городской ($j = 1$) и сельской ($j = 2$) местности.

Сформированный на первой ступени выборки массив счетных участков является информационной основой для выборки домашних хозяйств на второй ступени. На каждом отобранном счетном участке формируется выборка из 25 домашних хозяйств. Алгоритм формирования выборки построен таким образом, что совокупность характеристик элементов единиц (счетных участков домашних хозяйств), отобранных на каждой из ступеней отбора, представляет максимально возможное количество подслоев, сформированных в соответствии с выделенной системой признаков (включая и имеющих сравнительно низкий удельный вес в основе выборки). Это позволяет обеспечить в представленной выборке различные типы домашних хозяйств по их размеру и составу (социально-экономическую и демографическую структуру) [16].

Департаментом по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций размер выборки при обследовании домашних хозяйств предложено определять по формуле [15]:

$$n = \frac{z^2 \times (1-r) \times f \times k}{r \times p \times \tilde{n} \times e^2}, \quad (2)$$

где n – это искомый параметр размера выборки в плане численности подлежащих отбору домашних хозяйств;

z – статистическая величина, определяющая желаемую доверительную вероятность;

r – величина ключевого показателя, подлежащего измерению в рамках обследования;

f – эффект схемы выборки, $deff$, принимаемый равным 2,0 (значение по умолчанию);

k – множитель, необходимый для учета предполагаемой доли неполучения ответов;

p – доля генеральной совокупности, вошедшая в обследуемую совокупность и на которой базируется параметр r ;

\bar{n} – средний размер домашнего хозяйства (число лиц, проживающих в домохозяйстве);

e – допустимый предел ошибки, к которому следует стремиться.

Значения по данным параметрам, кроме эффекта схемы выборки, могут задаваться сотрудниками органов статистики. В случае, когда нет возможности задать свои значения параметров, можно воспользоваться рекомендациями Департамента по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций.

Согласно рекомендациями Департамента по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций, предполагаемая к использованию статистическая величина z должна составлять 1,96 для 95-процентного уровня доверительной вероятности (по сравнению, например, со значением 1,645 для 90-процентного уровня). Первая величина обычно считается стандартом для придания желаемого уровня доверительной вероятности при оценке допустимого предела ошибки в обследованиях домашних хозяйств. Принимаемая по умолчанию величина эффекта схемы выборки обычно устанавливается на уровне 2,0, если не существует дополнительных эмпирических данных прошлых или аналогичных обследований, доказывающих иную величину.

Поправочный множитель на неполучение ответов, k , должен выбираться таким образом, чтобы отражать собственный опыт конкретной страны в части неполучения ответов в обследованиях – обычно менее 10% для развивающихся стран. Таким образом, осторожным подходом к множителю k будет выбор его значения на уровне 1,1.

Параметр p может быть рассчитан, исходя из результатов последней переписи населения.

Параметр \bar{n} зачастую составляет около 6,0 в большинстве развивающихся стран, однако, его необходимую для использования в формуле точную величину обычно можно получить из последней переписи.

Размер допустимого предела ошибки, e , рекомендуется устанавливать на уровне точности устанавливался равным 10% от r ; следовательно, $e = 0,10r$. Меньший размер выборки может формироваться с менее строгим допустимым пределом ошибки, $e = 0,15r$, однако в этом случае результаты обследования безусловно будут менее надежными.

На основе формулы 2 произведен расчет размера выборки при обследовании домашних хозяйств всего и определен размер выборки домохозяйств из городской и сельской местности.

Апробация подхода.

Пример 1. В стране В принято решение, что основным искомым показателем обследования будет уровень безработицы, который предполагается равным примерно 10% от численности трудоспособного гражданского населения.

Трудоспособное гражданское население определяется как население в возрасте 14 лет и старше и составляет примерно 65% от общей численности населения страны. В этом случае $r = 0,1$ и $p = 0,65$. Предположим, что, необходимо оценить уровень безработицы с 10-процентным допустимым пределом относительной ошибки при 95-процентном уровне доверительной вероятности; в таком случае $e = 0,10r$ (иными словами, среднеквадратическая ошибка составляет 0,01). При этом приняты рекомендуемые значения ожидаемой доли неполучения ответов, эффекта схемы и среднего размера домашнего хозяйства [15].

Также известно, что доля трудоспособного населения, проживающего в городской местности, составляет 75,2%, а доля трудоспособного населения, проживающего в сельской местности, составляет 24,8%.

Исходя из условия, подставлены все значения в формулу 2 и были получены следующие значения размера выборки: всего необходимо обследовать 1170 домохозяйств, из которых 880 – из городской местности, 290 – из сельской местности.

Полученные значения совпадают со значением, представленным в практических рекомендациях, которые составлены Департаментом по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций [15].

Пример 2. Для обследования бюджетов домашних хозяйств в Иркутской области необходимо определить размер выборки. Определено, что основным искомым показателем обследования будет доля населения, имеющая доходы ниже прожиточного минимума, который в 2020 г. равен 17,6% от численности трудоспособного населения и пенсионеров. Трудоспособное население и пенсионеры составляет примерно 78% от общей численности населения Иркутской области [17].

В этом случае $r = 0,176$ и $p = 0,78$. Предположим, что, необходимо оценить долю населения, имеющую доходы ниже прожиточного минимума, с 10-процентным допустимым пределом относительной ошибки при 95-процентном уровне доверительной вероятности; в таком случае $e = 0,10r$ (иными словами, среднеквадратическая ошибка составляет 0,01). Средний размер домашнего хозяйства составляет 2,3 человека. При этом приняты рекомендуемые значения ожидаемой доли неполучения ответов, эффекта схемы.

Исходя из условия, подставлены все значения в формулу 2 и были получены следующие значения размера выборки: всего необходимо обследовать 752 домохозяйства, из которых 596 – из городской местности, 156 – из сельской местности.

В соответствии с методологией Федеральной службы государственной статистики по обследованию экономической активности рабочей силы, определен алгоритм формирования совокупности единиц наблюдения, подлежащих обследованию [18].

По субъектам Российской Федерации применяется разная доля отбора с учетом вариации изучаемых признаков, общей численности населения и размера изучаемой категории населения. Единицами наблюдения являются домашние хозяйства и лица в возрасте от 15 до 72 лет – члены этих домашних хозяйств.

В основу построения территориальной выборки домашних хозяйств положена двухступенчатая модель вероятностной (случайной) выборки с использованием процедуры расслоения на каждой из ступеней отбора. Процедура расслоения нацелена на формирование представительной выборочной совокупности домашних хозяйств.

Процедура расслоения состоит из двух уровней:

1. Территориальное расслоение (в два слоя) с учетом места проживания населения:

городская местность;

сельская местность;

2. Формирование в каждом слое подслоев с учетом структуры социально-экономических и демографических признаков. В систему таких признаков включены группировочные признаки, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Группировочные признаки для формирования выборочной совокупности домашних хозяйств [18]

Наименование группировочных признаков	Число групп	Условное обозначение признака
Распределение обследованных домашних хозяйств:		
по размеру	7	X5
по принадлежности жилого помещения	2	X7
по типу жилого помещения (для государственного жилищного фонда)	3	X7п
Распределение обследованных лиц:		
по проживанию в домашнем хозяйстве определенного размера	7	X1
по возрасту	10	X1
по полу	2	X2
по источникам средств существования	15	X3
по уровню образования	7	X4
по национальности	3	X6

Подслои формируются на первой и второй ступенях:

на первой ступени образованные подслои характеризуют многомерную стратификацию единиц отбора (счетных участков) этой ступени по структурным соотношениям указанных в таблице 2 признаков;

на второй ступени подслои представляют одномерную стратификацию единиц отбора этой ступени, т.е., например, по признаку «размер домашнего хозяйства».

При этом решаются следующие задачи:

обеспечение представительства в выборке разнообразных типов домашних хозяйств;

ожидаемое повышение точности оценивания за счет снижения внутригнездовой корреляции;

повышение эффективности оценок на уровне региона и в целом по России [18].

В методологии Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации по обследованию экономической активности рабочей силы представлен подход к определению репрезентативной выборки для квартальных обследований рабочей силы. Однако, отсутствует подход к определению размера выборки при первом обследовании экономической активности рабочей силы, поэтому предлагается использовать подход, рекомендуемый Департаментом по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций [15].

Согласно Департаменту по экономическим и социальным вопросам Организации Объединенных Наций, размер выборки при обследовании домашних хозяйств, касаемо их экономической активности, будет определяться по формуле 2.

Пример 3. При проведении обследования для оценки уровня безработицы в Донецкой Народной Республике начальное значение данного показателя

предполагается равным примерно 10% от численности трудоспособного гражданского населения.

Трудоспособное гражданское население определяется как население в возрасте 14 лет и старше и составляет примерно 61,5% от общей численности населения страны. В этом случае $r = 0,1$ и $p = 0,615$.

Предположим, что, необходимо оценить уровень безработицы с 10-процентным допустимым пределом относительной ошибки при 95-процентном уровне доверительной вероятности; в таком случае $e = 0,10r$ (иными словами, среднеквадратическая ошибка составляет 0,01).

При этом приняты рекомендуемые значения ожидаемой доли неполучения ответов, эффекта схемы и среднего размера домашнего хозяйства [18].

Предполагается, что доля трудоспособного населения, проживающего в городской местности, составляет 80%, а доля трудоспособного населения, проживающего в сельской местности, составляет 20%.

Исходя из условия, подставлены все значения в формулу 2 и были получены следующие значения размера выборки: всего необходимо обследовать 1 237 домохозяйств, из которых 989 – из городской местности, 247 – из сельской местности.

При среднеквадратической ошибке 0,015 были получены следующие значения размера выборки: всего необходимо обследовать 825 домохозяйств, из которых 660 – из городской местности, 165 – из сельской местности.

Выводы. Для решения социальных проблем необходимы глубокие экономические исследования уровня жизни населения страны. Ключевая роль по сбору информации, характеризующей благосостояние населения, принадлежит государственной статистике, а именно обследованию бюджетов домашних хозяйств. Это обследование позволяет получить материалы, которые являются важнейшим источником информации об уровне жизни различных социально-экономических групп населения. Сведения бюджетного обследования показывают значение различных источников в формировании доходов домашних хозяйств, структуру потребления, динамику этой структуры в зависимости от изменения доходов, состава и размера домохозяйств, цен на товары, услуги. Ряд индикаторов, полученных в ходе обследования бюджетов домашних хозяйств, используется для получения весовых показателей для расчета индекса потребительских цен и составления счетов сектора домашних хозяйств в системе национальных счетов.

Обследование по проблемам занятости позволяет получить информацию о численности и составе экономически активного населения, занятых и безработных, уровне экономической активности и безработицы и их динамике.

Перспектива дальнейших исследований заключается в разработке программного обеспечения для автоматического расчета размера выборки при обследовании домашних хозяйств.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Отдельнова К.А. Определение необходимого числа наблюдений в социально-гигиенических исследованиях [Текст] / К.А. Отдельнова // Сб. трудов 2-го ММИ. – 1980. – № 150 (6). – С. 18-22.
2. Количественные методы в социологических исследованиях [Текст] / В.И. Паниотто, В.С. Максименко. – Киев: Наукова думка, 1982. – 272 с.
3. Выборочный метод в эмпирическом социологическом исследовании [Текст] / Е.Л. Могильчак. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – С. 25-31.

4. Рогозин Д.М. Уровень неответов при организации конформной выборки в торговых центрах [Текст] / Д.М. Рогозин // Телескоп: Журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2008b. – № 1. – С. 51-58.
5. Рогозин Д.М. По(д)делки в «бумажном» поквартирном опросе [Текст] / Д.М. Рогозин // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2015. – № 4. – С. 3-35.
6. Милевич А.С. Проблемы процедуры выборки на примере конкретного социологического исследования [Текст] / А.С. Милевич // East European Scientific Journal. – 2015. – № 3. – С.103-107.
7. Вершинина Е.С. Особенности использования выборочного метода при исследовании общественного мнения о деятельности ОВД методом анкетирования [Текст] / Е.С. Вершинина, А.Н. Осянин // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. – 2016. – № 2 (34). – С. 95-100.
8. Захарова А.А. Опыт формирования выборки на примере исследования институциональных и социокультурных процессов региона [Текст] / А.А. Захарова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2019. – № 11-2 (38). – С. 150-153.
9. Игнатенко В.О. Методика оценки репрезентативности и дополнения результатов выборочных исследований доходов населения [Текст] / В.О. Игнатенко // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 4. – С. 605-702.
10. Антонов Г.В. Выборочный метод в социологических исследованиях [Текст] / Г.В. Антонов // Научный диалог. – 2013. – № 11. – С. 96-109.
11. Piovesana A. How small is big: Sample size and skewness [Text] / A. Piovesana, G. Senior // Assessment. – 2018. – № 25 (6). – P. 793-800.
12. Fox N. Sampling and sample size calculation [Электронный ресурс] / N. Fox, A. Hunn, N. Mathers // The NIHR RDS for the East Midlands / Yorkshire and the Humber; 2009. – URL: http://rds-eastmidlands.nihr.ac.uk/resources/doc_download/9-sampling-and-sample-size-calculation.html (дата обращения: 30.05.2022).
13. Das S., Sample size calculation: Basic principles [Text] / S. Das, K. Mitra, M. Mandal // Indian Journal of Anaesthesia. – 2016. – № 60 (9). – P. 652-656.
14. Groves R.M., Responsive design for household surveys: tools for actively controlling survey errors and costs [Text] / R.M. Groves, S.G. Heeringa // Journal of the Royal Statistical Society. A. – 2006. – P. 3. – P. 439-457.
15. Составление планов выборки для обследований домашних хозяйств: практические рекомендации [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций: официальный сайт. – URL: https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesf/Seriesf_98r.pdf (дата обращения: 09.02.2022).
16. Методология обследования бюджетов домашних хозяйств [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: официальный сайт. – URL: https://www.gks.ru/bgd/free/B99_10/IssWWW.exe/Stg/d020/i020460r.htm (дата обращения: 30.05.2022).
17. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2021 [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: официальный сайт. – URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2021.pdf (дата обращения: 30.05.2022).
18. Методология выборочных обследований населения по проблемам занятости (обследование рабочей силы) [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации: официальный сайт. – URL: https://www.gks.ru/bgd/free/B99_10/IssWWW.exe/Stg/d020/i020480r.htm (дата обращения: 30.05.2022).

Поступила в редакцию 19.06.2022 г.

AN APPROACH TO DETERMINING THE SAMPLE SIZE WHEN CONDUCTING A STATISTICAL HOUSEHOLD SURVEY

A. V. Polovyan, K. I. Sinitsyna

Algorithms for the formation of a set of observation units in the survey of household budgets and the economic activity of the workforce used by the Federal State Statistics Service of the Russian Federation were studied, which allowed to identify the shortcomings of these methodologies. It is proposed to use the approach recommended by the United Nations Department of Economic and Social Affairs when determining the size of a

representative sample. The approbation of this approach to determine the size of a representative sample in the survey of households and the economic activity of the labor force allowed us to assess the reliability of the results.

Keywords: sample, general population, recommendations, labor force, household.

Половян Алексей Владимирович

доктор экономических наук, доцент, и.о. зав. кафедрой менеджмента
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
polovyan@yandex.ru
+38-071-320-49-47

Синицына Карина Игоревна

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник отдела финансово-экономических исследований
ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк
sinitsinaK@mail.ru
+38-071-413-64-19

Polovyan Aleksey

Doctor of Economics, Associate Professor
Donetsk National University, city Donetsk

Sinitsyna Karina

Candidate of Economic Sciences, Senior Research Associate
Institute of Economic Research, city Donetsk

УДК 631.153

**ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ ЦЕН НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ:
ОБЗОР ОСНОВНЫХ ПОДХОДОВ**

© 2022. А. В. Половян, К. И. Сеницына

В статье представлен обзор подходов к прогнозированию динамики цен на продукты питания: модели для временных рядов, модели для пространственных выборок, модели для панельных данных. Наиболее часто применяемые подходы к прогнозированию динамики цен на продукты питания рассмотрены более подробно и определены слабые стороны каждого из них. Сделан вывод, что для получения достоверных данных о величине цен на продукты питания необходимо применения нескольких подходов одновременно.

Ключевые слова: динамика цен, подход, прогнозирование, продукты питания, модель.

Постановка проблемы. Прогнозирование цен на продукты питания является одним из элементов системы мер по обеспечению продовольственной безопасности. Цены являются важным индикатором, который отражает состояние продовольственной безопасности страны. Цены участвуют при расчете прожиточного минимума, индекса потребительских цен, реальных доходов. Исходя из предпосылки, что цены являются отражением экономических процессов, можно утверждать, что прогнозирование цен поможет определить факторы, вызвавшие появление угроз продовольственной безопасности страны.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросы методологии прогнозирования цен на продукты питания отражены в трудах российских и зарубежных ученых О.В. Моргуновой и А.А. Скроботова [1], В.А. Бессонова и А.В. Петроневича [2], М.Ю. Турунцевой [3], М.Г. Тиндовой [4], Т. Del Barrio Castro и D.R. Osborn [5], М. Bianchi, М. Boyle и D. Hollingsworth [6] и др.

Выделение нерешённых проблем. Прогнозирование цен на продукты питания является сложным процессом, т.к. включает в себя зависимости между прогнозируемой величиной и факторами, которые не всегда можно выявить и учесть, что сказывается на получаемых результатах прогноза.

Целью работы является определение наиболее эффективного подхода к прогнозированию динамики цен на продукты питания, позволяющего получить достоверные прогнозы.

Результаты исследования. Одним из основных классификационных признаков для выбора метода прогнозирования является формат исходных статистических данных. В зависимости от формата исходных статистических данных можно выделить следующие подходы к прогнозированию динамики цен на продукты питания [7, с. 4-5]:

модели для временных рядов. Временные ряды представляют собой набор наблюдений за изменением характеристик одного объекта за определенный период. Для формирования прогнозов могут быть использованы методы выделения трендов и сезонных колебаний (фильтры-данных), модели авторегрессии для одномерных (класс интегрированных моделей авторегрессии и скользящего среднего ARIMA) или многомерных временных рядов (модели векторной авторегрессии VAR; модели коррекции ошибками VECM; динамические факторные модели DFM);

модели для пространственных выборок. Пространственные выборки представляют собой набор наблюдений для группы объектов в фиксированный момент

времени. Для анализа таких данных используются линейные и логистические регрессионные модели;

модели для панельных данных. Панельные данные сочетают пространственные и временные характеристики, представляют собой наборы изменяющихся во времени данных для группы объектов. Для данного типа данных существует специальный класс регрессионных моделей, позволяющих оценивать индивидуальные, временные эффекты, динамические зависимости.

В отдельный класс стоит выделить прогнозы, основанные на информации большой размерности. К инструментам оценки больших данных могут быть отнесены методы свертки данных (метод главных компонент, динамические факторные модели DFM), а также алгоритмы на основе нейронных сетей.

Рассмотрим некоторые из них.

Выделение долгосрочного тренда при прогнозировании представляет собой сглаживание временного ряда для определения общих тенденций в динамике рассматриваемого показателя. Отклонения от тренда в данном случае объясняются факторами краткосрочной динамики (например, влияние погодных условий на валовые сборы продукции растениеводства). Такой подход применим для таких индикаторов развития агропромышленного комплекса, по которым доступен достаточно длинный ряд наблюдений и динамика которых в долгосрочном периоде является достаточно инерционной.

Процедура сглаживания может осуществляться с использованием различных методов фильтрации. Одним из наиболее распространенных является фильтр Ходрика-Прескота [18, 19], который представляет собой метод сглаживания временного ряда и позволяет разложить исходный ряд (Y_t) на циклическую (c_t) и трендовую (g_t) компоненты:

$$Y_t = c_t + g_t. \quad (1)$$

Элементы сглаженного ряда выбираются таким образом, чтобы минимизировать целевую функцию:

$$\sum_{t=1}^T c_t^2 + \lambda \left[(g_t - g_{t-1}) - (g_{t-1} - g_{t-2}) \right]^2. \quad (2)$$

Параметр λ определяет степень сглаженности тренда: чем он выше, тем более «гладким» будет полученный в результате применения фильтра ряд. Значение параметра задается экспертно.

Рекомендуемые значения параметра гладкости:

100 – для годовых данных;

1600 – для квартальных данных;

14400 – для месячных данных.

Возможно использование и других одномерных статистических фильтров (BK – фильтр Бакстера-Кинга, CF – фильтр Кристиано-Фицджеральда). В целом всем указанным процедурам присущ общий недостаток – смещение оценок в последних точках выборки [7, с. 8-10].

Следующим этапом формирования прогноза является подбор аппроксимирующей функции от времени для долгосрочного тренда. В зависимости от динамики ряда могут быть использованы различные варианты аппроксимации:

линейная – для линейных трендов с постоянными темпами роста (снижения);

экспоненциальная – для трендов с постоянно возрастающей скоростью роста;
 степенная – для трендов с постоянными изменениями скорости роста;
 логарифмическая – для ряда быстро растущего (убывающего) в начале периода и относительно стабильного в конце;

полиномиальная – для трендов с несколькими точками перегиба.

Значение аппроксимирующей функции зависит только от периода, что позволяет протянуть ряд на необходимое число шагов вперед. На основе полученного ряда рассчитываются прогнозные темпы роста. При предположении, что исследуемый показатель будет изменяться в соответствии с трендовой динамикой, его прогнозные значения могут быть рассчитаны следующим образом:

$$X_n = X_{n-1} \times I_{n/(n-1)}, \quad (3)$$

где X_n – значение показателя в прогнозном периоде n ;

X_{n-1} – значение показателя в периоде $n-1$;

$I_{n/(n-1)}$ – трендовые темпы роста в периоде t .

Также возможно формирование прогнозов динамики цен на продукты питания на основе сезонных моделей временных рядов.

Использование «бесфакторных» моделей, основанных на изучении динамики исследуемого ряда, возможно и для показателей с более высокой частотностью ряда. Однако при построении прогноза для квартальных или ежемесячных данных требуется учитывать фактор сезонности, характерный для производства сельскохозяйственной продукции. Выделение сезонной компоненты представляет собой декомпозицию ряда на его структурные составляющие или компоненты:

$$Y_t = T_t + I_t + S_t, \quad (4)$$

где Y_t – исходный ряд;

T_t – трендовая компонента;

S_t – сезонная компонента;

I_t – иррегулярная составляющая.

Модели, в которых ряд представляется как сумма компонент, носят названия аддитивных и могут быть использованы в случае, если структура сезонности постоянна, а размах сезонных колебаний не зависит от значения рассматриваемого показателя. В противном случае предпочтительным является использование мультипликативных моделей. В данном случае исходный ряд записывается как произведение сезонной, трендовой и случайной компонент.

Для показателей, характеризующих производство различных видов продукции растениеводства и животноводства, наличие сезонности определяется простым графическим анализом. В случае если наличие сезонной компоненты в данных не является очевидным, ряд может быть исследован на сезонность с использованием коррелограммы. Если автокорреляционная функция затухает по синусоиде или коэффициент автокорреляции значим для лага третьего порядка и выше, то можно предполагать наличие в ряде сезонной составляющей.

Наиболее распространёнными методами декомпозиции временного ряда являются:

декомпозиция с использованием скользящего среднего;

декомпозиция по методу X12-ARIMA;

декомпозиция по методу локальных регрессий.

Для временного ряда y_t , $t = 1, \dots, T$ простое скользящее среднее с периодом усреднения K образуется путём усреднения K последовательных значений ряда y_t :

$$sma_i = \frac{y_{i-m} + y_{i-m+1} + \dots + y_{i+m}}{K}. \quad (5)$$

Для сезонных временных рядов в качестве периода усреднения используется $K=2, 4$ и 12 для полугодовых, квартальных и ежемесячных данных соответственно.

Использование скользящего среднего для выделения сезонной компоненты имеет ряд недостатков. Во-первых, по построению метод ведет к потере первых и последних значений ряда, что особенно критично в случае достаточно коротких временных рядов. Кроме того, метод не позволяет учитывать календарные эффекты – торговые или праздничные дни, оказывающие влияние на динамику ряда. Также в рамках данного подхода не учитываются возможные сезонные сдвиги в структуре сезонности. Ввиду указанных недостатков на практике для определения сезонности чаще всего используют декомпозиции X12-ARIMA и подход, основанный на локальных регрессиях [7, с. 11-15].

Метод X12-ARIMA представляет собой итерационную процедуру выделения сезонной компоненты, которая включает в себя многоэтапную процедуру сглаживания ряда с использованием скользящего среднего и оценку вспомогательной ARIMA-модели для дополнения краев ряда [8]. Декомпозиции по методу локальных регрессий или структурные модели временных рядов предназначены для общего анализа временных рядов и не специализируются только на сезонной корректировке. Они моделируют отдельно каждую из компонент ряда [8]. Для ежемесячных и ежеквартальных рядов различных показателей рекомендуется использовать алгоритм X12-ARIMA. Такой подход учитывает возможность изменения сезонных коэффициентов во времени, не приводит к потере значений на концах ряда, является робастным, а также позволяет учитывать влияние праздничных и торговых дней. Длина ряда показателя для применения метода должна быть не менее трех лет. Для более частотных интервалов X12-ARIMA не подходит. В случае если частотность показателя выше месяца, то для декомпозиции ряда рекомендуется использовать структурные модели временных рядов. При этом стоит учитывать, что данный подход не позволяет анализировать календарные эффекты.

Для формирования прогнозов на короткий период для данных с высокой частотностью применение факторных моделей часто бывает затруднительно ввиду отсутствия статистической информации о динамике показателей, оказывающих влияние на исследуемую переменную той же периодичности. Одномерные статистические модели класса ARIMA (модели авторегрессии и скользящего среднего) также не способны учитывать все особенности динамики ряда, такие как непостоянство дисперсии значений. В высокочастотных данных часто наблюдаются так называемые «кластеры волатильности», т.е. чередование периодов высокой и низкой волатильности. Подобная динамика часто характерна для еженедельных изменений уровня цен на сельскохозяйственные продукты и носит название условной гетероскедастичности.

Общий алгоритм формирования прогноза на основе GARCH моделей включает в себя следующие этапы:

проверка исходного ряда на стационарность. В случае если исходный ряд нестационарен, то для моделирования используются его первые разности;

выбор порядка модели ARIMA (p, q) на основе анализа автокорреляционной функции и/или информационных критериев;

выбор порядка модели GARCH (m, s) ;

формирование прогноза на шаг вперед.

Особое внимание заслуживает модель прогнозирования цен с применением системного подхода, основанного на обратном спросе [9].

Предполагая, что в системе спроса имеется n товаров, пусть q обозначает n -координатный вектор столбцов количеств, требуемых для «репрезентативного» потребителя, p - n -координатный вектор соответствующих цен для n товаров, $m = p'q$ расходы потребителя и $U(q)$ функция полезности, которая предполагается неубывающей и квазивогнутой в q . Основной функцией максимизации потребительской полезности является функция Лагранжа:

$$\text{Maximize } L = U(q) - \lambda (p'q - m) \quad (6)$$

Путем дифференцирования функции Лагранжа необходимыми условиями для оптимумов являются

$$u_i(q) = \lambda p_i \quad i = 1, 2, \dots, n, \quad (7)$$

где $u_i(q)$ – предельная полезность i -го товара.

$$p'q = m. \quad (8)$$

В формуле (7) λ известен как предельная полезность дохода, показывающая изменение максимального значения полезности по мере изменения дохода. Это уравнение представляет собой условие равновесия, при котором каждая предельная полезность, деленная на ее цену, равна (постоянна при λ) для всех товаров.

Система обратного спроса может быть получена путем исключения множителя Лагранжа λ из необходимого условия формулы (7). Умножая обе части формулы (7) на q_i и суммируя по n товарам, чтобы удовлетворить бюджетному ограничению формулы (8), множитель Лагранжа примет вид:

$$\lambda = \sum_j q_j u_j(q) / m \quad j = 1, 2, \dots, n. \quad (9)$$

Подставляя формулу (9) в формулу (7), получаем идентичность Хотеллинга-Уолда, которая определяет обратную систему спроса на основе дифференцируемой прямой функции полезности как:

$$p_i / m = u_i(q) / \sum_j q_j u_j(q) \quad i, j = 1, 2, \dots, n. \quad (10)$$

где p_i / m – нормализованная цена i -го товар.

Формула (10) представляет систему обратного спроса, в которой изменение цены является функцией требуемого количества и пропорционально изменению дохода.

Для заданных требуемых количеств увеличение дохода приведет к росту цен на каждый товар с одинаковой скоростью. Следовательно, все возможности гибкости

доходов неявно ограничены (не больше 1). Эта модель была применена K.S. Huang для системы спроса, состоящей из 40 уравнений, состоящей из 39 категорий продуктов питания и 1 непродовольственного сектора.

О выборе функциональной формы для формулы (10), логлинейной аппроксимации тождества Хотеллинга-Уолда используется в данном исследовании по практическим соображениям. В дополнение к линейной модели для удобства оценки параметры логлинейной формы представляют прямые оценки гибкости спроса. Годовая статистическая модель для i -го уравнения цен в терминах спроса на n количеств определяется следующим образом:

$$\log(p_{it}/m_t) = a_i + \sum_j \beta_{ij} \log(q_{jt}) + v_{it} \quad i, j = 1, 2, \dots, n, \quad (11)$$

где переменными в момент времени t являются p_{it} (цена i -го товара), m_t (доход на душу населения), q_{jt} (количество, требуемое для j -го товара); v_{it} – это случайные возмущения.

Кроме того, согласно J.P. Houck и K.S. Huang [10-11], ценовая гибкость β_{ij} должна быть ограничена следующими теоретическими соотношениями:

$$\beta_{ij} = (w_j/w_i) \beta_{ij} - w_j (\sum_k \beta_{jk} - \sum_k \beta_{ik}) \quad i, j, k = 1, 2, \dots, n \quad (12)$$

где w_i – доля расходов i -й категории продуктов питания.

Как предположил J.F. Muth, существует небольшой эмпирический интерес в предположении, что член возмущения в структурной модели полностью непредсказуем, и желательно предположить, что часть возмущения может быть предсказанный на основе прошлых наблюдений [12]. Поскольку ожидаемые значения возмущения могут быть связаны с экономическими условиями, преобладавшими в прошлые годы, предполагается, что возмущение не является независимым во времени, а следует за процессом авторегрессии.

Следуя предложению J.F. Muth, в этом исследовании применяется спецификация авторегрессии для членов возмущения системы обратного спроса в формуле (11), чтобы расширить возможности прогнозирования цен. Процесс авторегрессии остатков с задержкой до l лет задается следующим образом:

$$v_{it} = \sum_h \gamma_{ih} v_{it-h} + \varepsilon_{it} \quad i = 1, 2, \dots, n; h = 1, 2, \dots, l \quad (13)$$

где ε_{it} – случайные возмущения, в которых ε_{it} предполагается идентичным нормальному и независимо распределенным как $\varepsilon_{it} \sim IN(0, \delta^2 I)$, а v_{it} предполагается равным быть последовательно коррелированными.

Кроме того, для улучшения производительности прогнозирования можно оценить авторегрессионную модель путем включения спецификации возмущений формулы (13).

Выводы. Проблема продовольственной безопасности остается важной для любого государства, так как все процессы в экономике, особенно рыночной динамичны, поэтому угрозы продовольственной безопасности будут возникать постоянно: часть из них удастся нейтрализовать, часть нейтрализуется лишь временно, и часть невозможно нейтрализовать по определению.

Для отслеживания и упреждения угроз продовольственной безопасности нужен непрерывный мониторинг следующих макроэкономических показателей: прожиточный

минимум, реальные доходы населения, уровень бедности, индексы цен. Все они рассчитываются с учетом цен на продукты питания. Но мониторинг означает не только отслеживание текущего состояния, но и прогнозирование на будущие периоды, определение причин изменений. Последние две задачи решаются при применении разных подходов к прогнозированию, которые имеют как свои преимущества, так и недостатки. Для получения достоверной информации о ценах в будущих периодах целесообразно применять несколько моделей одновременно.

Перспектива дальнейших исследований заключается в апробации подходов к прогнозированию динамики цен на продукты питания и сравнение полученных результатов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Моргунова О.В. Проблемы сезонной корректировки данных [Текст] / О.В. Моргунова, А.А. Скороботов, М.Ю. Турунцева // Российское предпринимательство. – 2016. – № 17 (1). – С. 115-124.
2. Бессонов В.А. Сезонная корректировка как источник ложных сигналов [Текст] / В.А. Бессонов, А.В. Петровиц // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2013. – № 17 (4). – С. 586-616.
3. Турунцева М.Ю. Прогнозирование в России: обзор основных моделей [Текст] / М.Ю. Турунцева // Экономическая политика. – 2011. – № 1. – С. 193-202.
4. Тиндова М.Г. Использование нечеткого логического вывода при решении различных классов оценочных задач [Текст] / М.Г. Тиндова // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. – 2013. – № 3 (7). – С. 106-109.
5. Del Barrio Castro T. The consequences of seasonal adjustment for periodic autoregressive processes [Text] / T. Del Barrio Castro, D.R. Osborn // The Econometrics Journal. – 2004. – № 7 (2). – P. 307-321.
6. Bianchi M. A comparison of methods for trend estimation [Text] / M. Bianchi, M. Boyle, D. Hollingsworth // Applied Economics Letters. – 1996. – Vol. 6. – P. 103-109.
7. Методические рекомендации по прогнозированию и моделированию развития АПК: офиц. издание [Text] / М.А. Титов и др. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2019. – 92 с.
8. Токабаев А.Н. Прогнозирование цен как критерий оценки продовольственной безопасности [Электронный ресурс] / А.Н. Токабаев // Портал научно-практических публикаций. – URL: <https://portalnp.snauka.ru/2014/04/1864> (дата обращения: 30.05.2022).
9. Forecasting Consumer Price Indexes for Food: A Demand Model Approach [Text] / Kuo S. Huang. Food and Rural Economics Division, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture. Technical Bulletin № 1883. – 17 p.
10. Houck J.P. A Look at Flexibilities and Elasticities [Text] / J.P. Houck // J. Farm Econ. – 1966. – Vol. 48. – P. 225-232.
11. Huang K.S. A Further Look at Flexibilities and Elasticities [Text] / K.S. Huang // Amer. J. Agr. Econ. – 1994. – Vol. 76. – P. 313-317.
12. Muth J.F. Rational Expectations and Theory of Price Movements [Text] / J.F. Muth // Econometrica. – 1961. – Vol. 29. – P. 315-335.

Поступила в редакцию 19.06.2022 г.

FORECASTING THE DYNAMICS OF FOOD PRICES: AN OVERVIEW OF THE MAIN APPROACHES

A. V. Polovyan, K. I. Sinitsyna

The article presents an overview of approaches to forecasting the dynamics of food prices: models for time series, models for spatial samples, models for panel data. The most commonly used approaches to forecasting the dynamics of food prices are considered in more detail and the weaknesses of each of them are identified. It is concluded that in order to obtain reliable data on the value of food prices, it is necessary to apply several approaches simultaneously.

Keywords: price dynamics, approach, forecasting, food, model.

Половян Алексей Владимирович

доктор экономических наук, доцент, и. о. зав. кафедрой менеджмента
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
polovyan@yandex.ru
+38-071-320-49-47

Синицына Карина Игоревна

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник отдела финансово-экономических исследований
ГБУ «Институт экономических исследований», г. Донецк
SinitsinaK@mail.ru
+7-949-413-64-19

Polovyan Aleksey

Doctor of Economics, Associate Professor
Donetsk National University, city Donetsk

Sinitsyna Karina

Candidate of Economic Sciences, Senior Research Associate
Institute of Economic Research, city Donetsk

УДК 339.54.012+338.001.36

ВЛИЯНИЕ ESG-ТРАНСФОРМАЦИИ БИЗНЕСА НА РЕАЛИЗАЦИЮ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

© 2022. А. В. Половян, А. Ф. Ялунер

В статье рассмотрены предпосылки внедрения ESG-принципов в деятельность хозяйствующих субъектов. Предложена схема основных компонентов ESG-трансформации хозяйствующих субъектов. Рассмотрены преимущества использования ESG-принципов в деятельности хозяйствующих субъектов. Особое внимание уделено взаимосвязи целей устойчивого развития и ESG-принципов.

Ключевые слова: устойчивое развитие, ESG-принципы, ESG-трансформация, окружающая среда, экологическая ситуация.

Постановка проблемы. Современная экологическая ситуация может быть охарактеризована как кризисная. Возрастающее антропогенное воздействие человека на природную среду приобретает катастрофические масштабы. Результатом систематической деятельности общества является рост объемов производственных отходов, накопление токсических веществ в экосистемах всех уровней, изменение климата в результате выбросов в атмосферу парниковых газов, вырубка лесного массива, использование ограниченных природных ресурсов, загрязнение водных ресурсов. Вместе с тем, в обществе растет понимание ответственности за состояние окружающей природной среды. Возрастает значимость экологической повестки. «Зеленые» технологии, экологическое воспитание и экологическая политика проникают в повседневную жизнь общества, мировое сознание, деятельность хозяйствующих субъектов, оказывая влияние на решения, принимаемые правительствами отдельных стран. В этих условиях приоритетом развития для предприятий является соблюдение принципов устойчивого развития, основанное на ESG-трансформации, что способствует гармонизации решения экологических, социальных и управленческих задач.

Актуальность исследования. Внедрение ESG-принципов в деятельность хозяйствующих субъектов позволяет достичь сбалансированного устойчивого развития, направленного на сохранение экологического равновесия. ESG-принципы направлены на формирование ответственного отношения хозяйствующих субъектов к управлению, обществу и окружающей природной среде. Использование на предприятии ESG-принципов является катализатором инвестиционной, финансовой, кредитной, торговой, управленческой, корпоративной политики. Благодаря ESG-принципам формируются новые рейтинговые механизмы, которые являются фундаментом для оценки уровня устойчивого развития предприятий.

Анализ последних исследований и публикаций. Особенности ESG-трансформации деятельности хозяйствующих субъектов посвящены работы таких ученых, как: Hua Fan J., Michalski L., Kaiser L., Maiti M. [3-5]. Среди ученых, которые занимаются вопросом изучения и разработки методик создания ESG-рейтингов можно выделить таких ученых, как: Каныгина Г.В., Хоревой Л.В. [6] и др.

Несмотря на имеющиеся научные разработки, посвященные вопросам ESG-трансформации, вопросы взаимосвязи ESG-принципов и устойчивого развития являются недостаточно изученными.

Целью исследования является изучение влияния ESG-трансформации бизнеса на реализацию целей устойчивого развития.

Результаты исследования. Сбалансированное функционирование экономической, экологической и социальной составляющих является доминирующей целью хозяйствующих субъектов для обеспечения реализации принципов устойчивого развития. Однако, в современном мире для хозяйствующих субъектов приоритетными направлениями является не только экономические, экологические и социальные аспекты, но и управленческие. В этих условиях от предприятий требуется внедрение принципиально новых элементов управления, основанных на ESG-принципах, которые направлены на повышение социальной ответственности бизнеса, совершенствование управленческого процесса, снижение негативного воздействия на окружающую природную среду, реализацию целей устойчивого развития.

Концепция ESG соответствует фундаментальным трансформациям, происходящим в предпринимательской сфере. ESG-принципы являются моделью устойчивого развития хозяйствующих субъектов, которая способствует достижению цели вовлеченности предприятий в решение экологических, социальных и управленческих задач. ESG является философией бизнеса, в основе которой лежит хозяйственная деятельность предприятия, учитывающая свое воздействие на общество окружающую среду. Основные компоненты ESG-трансформации представлены на рис. 1.



Рис. 1. Основные компоненты ESG-трансформации хозяйствующих субъектов

Экологический аспект ESG отражает взаимодействие хозяйствующих субъектов с окружающей природной средой. В основе экологического критерия лежит

рациональное использование природных ресурсов, предотвращение изменения климата, уменьшение количества отходов производства, вторичное использование ресурсов, управление водопользованием, экологическое соответствие. В основе данного аспекта лежит соблюдение принципов устойчивого развития, контроль за отходами и вредными выбросами, парниковыми газами, экономия энергии, экологические инициативы предприятия.

Социальный аспект ESG отражает социальную ответственность бизнеса, условия труда на предприятиях, соблюдение прав человека, заботу о здоровье сотрудников, безопасность продукции для потребителя. В основе социального аспекта лежит соблюдение социальных принципов, которые основаны на справедливых трудовых отношениях, инклюзивности и демократии.

Управленческий аспект ESG включает такие составные элементы хозяйственной деятельности, как: эффективность работы руководства, этичность, прозрачность ведения бизнеса, поддержка высокого качества управления, включая эффективную работу топ-менеджеров, наличие обоснованной стратегии развития предприятия, система управления рисками, поддержка деловой репутации, защита прав собственника, оплата труда управленцев. В основе данного аспекта лежит принцип корпоративного управления, который включает качество управления, соблюдение законов, благотворительные инициативы, систему контроля и принятия решений, соответствующих ожиданиям коллектива и собственников бизнеса.

Исходя из этого, устойчивое развитие и ESG являются взаимосвязанными дефинициями. Устойчивое развитие направлено на сбалансированное и гармоничное взаимодействие экономических, экологических и социальных аспектов жизнедеятельности общества для сохранения окружающей природной среды и здоровья населения. ESG-трансформация является действенным механизмом, который основан на всеобъемлющем междисциплинарном подходе, позволяющем выработать инструменты для комплексной оценки экологических, социальных и управленческих аспектов. ESG-принципы являются составной частью устойчивого развития, однако, ориентированы на хозяйственную деятельность предприятий. Переход хозяйствующих субъектов на ESG-принципы способствует достижению целей устойчивого развития, привлекает инвесторов, делает продукцию экологически безопасной, обеспечивает поддержание конкурентоспособности на рынке.

ESG-принципы на предприятии позволяют осуществить переход к «зеленому» росту, обеспечивающему экономический рост, в основе которого лежит рациональное использование природных ресурсов, сохранение окружающей среды, уменьшение негативных климатических изменений, соблюдение требований социальной ответственности.

Предприятия, которые поддерживают высокие показатели ESG получают ряд преимуществ, к числу которых можно отнести:

- улучшение показателей производительности;
- повышение привлекательности хозяйствующих субъектов для инвестирования;
- формирование новых финансовых инструментов для поддержания экологических, социальных и иных проектов;
- создание благоприятной репутации, которая привлекает клиентов, увеличивает их доверие и уважение;
- формирование единой и устойчивой стратегии роста, которая отвечает потребностям и запросам общества;

перспективные рыночные сегменты, поскольку экологически чистая продукция является более привлекательной для потребителей и пользуется большим спросом на рынке;

экономия на выбросах. За счет того, что предприятия внедряют различные инновационные технологии для уменьшения отрицательного воздействия на окружающую природную среду, у хозяйствующих субъектов сокращаются количество выплачиваемых штрафов за несоответствие экологическому законодательству.

В современном мире для оценки соблюдения ESG-принципов предприятиями рассчитывается множество рейтингов. Каждое из рейтинговых агентств составляет свою собственную методологию оценки на основе годовых отчетов компаний, открытых данных, анкетирования.

ESG-рейтинг российских предприятий за июль 2022 г. по версии RAEX-Europe представлен в табл. 1.

Таблица 1
Топ 15 российских предприятий в ESG-рейтинге по версии RAEX-Europe в июле 2022 г. [1]

Место	Предприятие	Отрасль	E Rank	S Rank	G Rank
1	«Энел Россия»	Электроэнергетика	5	1	14
2	«Полиметалл»	Драгоценные металлы	3	3	19
3	«Московский кредитный банк»	Банки	1	22	11
4	НЛМК	Черная металлургия	4	14	9
5	«Вымпелком»	Беспроводные телекоммуникационные услуги	23	7	12
6	«ФосАгро», группа	Агрохимикаты	14	11	3
7	ПАО «МТС»	Беспроводные телекоммуникационные услуги	42	8	1
8	ЛУКОЙЛ	Интегрированные нефтегазовые компании	11	28	4
9	Северсталь	Черная металлургия	9	5	29
10	«Роснефть», нефтяная компания	Интегрированные нефтегазовые компании	12	9	16
11	«Полюс»	Драгоценные металлы	2	24	25
12	«Уралкалий»	Агрохимикаты	17	6	15
13	«СИБУР Холдинг»	Нефтехимия	15	12	8
14	«Интер РАО»	Электроэнергетика	6	35	7
15	АФК «Система»	Финансовые услуги	30	21	6

Из таблицы 1 видно, что лидирующие позиции в рейтинге занимают такие предприятия как «Энел Россия», «Полиметалл» и «Московский кредитный банк».

Рассмотрим опыт применения ESG-принципов на примере российских банков в таблице 2.

Ключевым драйвером изменений в корпоративном сегменте экономики будут банки, которые находятся на стадии ESG-трансформации. ESG-принципы становятся новыми идеологическими направлениями современной экономики, осязаемыми факторами в кредитной политике банков, фундаментом конкурентоспособности предприятий. Для реализации ESG-принципов банки разрабатывают новые подходы к взаимодействию с клиентами, которые являются источником новых возможностей в парадигме устойчивого развития.

Таблица 2

Опыт применения ESG-принципов российскими банками		
Компания	Отдел отвечающий и контролирующий ESG-трансформацию	Особенности реализации ESG-принципов
Сбербанк	ESG-комитет. Целью деятельности комитета является обеспечение следования принципам экологической, социальной и корпоративной ответственности.	Особое внимание Сбербанк как финансовая организация уделяет развитию ESG-финансирования. Сбербанк осуществляет кредитование зеленых проектов, содействует рынку зеленого долгового финансирования. Сбербанк уделяет внимание консультации корпоративных клиентов по вопросам управления экологическими и социальными рисками. Основные принципы деятельности Сбербанк в области ESG: <ul style="list-style-type: none"> – создание долгосрочной экономической ценности для всех заинтересованных сторон; – ориентация на соблюдение прав человека, инклюзивность, многообразие, справедливое отношение ко всем; – бережное отношение к окружающей природной среде; – ответственное финансирование и эффективное управление ESG-рисками; – соблюдение всех законодательных и нормативно-правовых актов для содействия ответственному финансированию и устойчивому развитию; – следование этическим деловым подходам и внедрение лучших практик корпоративного управления; – совершенствование информационной открытости и прозрачности.
Газпромбанк	Совет по внедрению принципов устойчивого развития, целью деятельности которого является систематизация проектов в области устойчивого развития, реализующееся при поддержке банка, а также для формирования целей и задач по экологическим, социальным и экономическим направлениям.	Газпромбанк стремится финансировать проекты, которые позволяют рационально использовать природные ресурсы, приводят к снижению негативного воздействия на окружающую среду, способны принести весомую экологическую отдачу. Особое внимание банк уделяет поддержке перехода с традиционных источников энергии к более чистым и экологичным. В марте 2021 г. банк принял политику по устойчивому развитию, которая определяет единые подходы по экономическому, социальному и экологическому направлениям.
Московский кредитный банк	Комитет по стратегии и устойчивому развитию определяет приоритетные направления, цели и основные принципы стратегии в области устойчивого развития банка и координирует процессы выстраивания эффективной системы корпоративного управления в области ESG.	Разработана рамочная ESG-стратегия, которая базируется на трех направления консолидаций усилий: 1) совершенствование внутренней инфраструктуры для развития ESG-банкинга. В основе данного направления лежит разработка инфраструктуры под зеленое финансирование, внедрение концепции зеленого банка, независимая оценка ESG-прогресса банка; 2) поддержка клиентов в направлении предоставления и организации зеленого финансирования, специальные предложения для социальных категорий граждан, поддержка малого и среднего бизнеса. 3) поддержка различных ESG-проектов и инициатив.

Активное применение ESG-принципов в деятельности хозяйствующих субъектов является фундаментальным инструментом для реализации целей устойчивого развития. В таблице 3 рассмотрены цели устойчивого развития, которые можно достичь за счет использования ESG-принципов в деятельности хозяйствующих субъектов.

Таблица 3

Достижение целей устойчивого развития на основе ESG-принципов

Цели устойчивого развития	ESG-принципы
Цель 3 здоровье и благополучие	в основе данных принципов лежит забота о здоровье и безопасности общества
Цель 6 чистая вода и санитария	приоритетным направлением ESG-принципов является рациональное водопотребление и уменьшение загрязнения водных ресурсов
Цель 7 доступная и чистая энергия	замена традиционных источников энергии альтернативными, которые являются экологически чистыми и более доступными
Цель 8 достойная работа и экономический рост	в основе ESG-принципов лежит обеспечение социальной защищенности и профессионального развития сотрудников, улучшение социально значимых показателей
Цель 12 ответственное потребление и производство	учет показателей, влияющих на окружающую природную среду, снижение отрицательного воздействия на окружающую природную среду, управление отходами и опасными материалами
Цель 13 борьба с изменением климата	политика, учитывающая воздействие предприятий на изменение климата

Устойчивое развитие и ESG-принципы в современном мире являются некой идеологией и философией ведения бизнеса. Происходит формирование новой парадигмы ведения хозяйственной деятельности предприятий, которая обеспечивает устойчивое развитие, базирующиеся на нормативной архитектонике, основанной на ESG-принципах и стандартах, воплощенных в стратегии устойчивого развития компаний, нефинансовой отчетности, ESG-рейтингах.

Вывод. ESG-трансформация является необходимым условием для поддержания и обеспечения конкурентоспособности отечественных предприятий как на международном, так и национальном уровнях. ESG-принципы является катализатором для привлечения отечественных и зарубежных инвесторов. Для достижения целей устойчивого развития необходимо выполнять следующие условия: обеспечивать эффективное взаимодействие государства-бизнеса-общества и сбалансированное функционирование экономической, экологической и социальных составляющих. Применение ESG-принципов в деятельности предприятий является источником новых возможностей в парадигме устойчивого развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рэнкинг: ESG-Рэнкинг российских компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://raex-rr.com/pro/ESG/ESG_companies/ESG_rating_companies/2022.6/
2. Бик, С. И. ESG-трансформация банков и предприятий: вектор на устойчивое развитие / С. И. Бик // Экология производства – 2022 – С. 50-61.
3. Hua Fan J., Michalski L. Sustainable factor investing: Where doing well meets doing good. International Review of Economics & Finance. 2020. No 70. Pp. 230-256.
4. Kaiser L. ESG integration: value, growth and momentum. Journal of Asset Management. 2020. Vol.21. №1. Pp.32-51.
5. Maiti M. Is ESG the succeeding risk factor? Journal of Sustainable Finance & Investment. 2020. Pp. 1-15.

6. Каныгин, Г.В. Концептуальное моделирование ESG-рейтингов: новый подход к принятию коллективных решений / Г.В. Каныгин, Л.В. Хорева // Международный научно-исследовательский журнал. – 2022. – №1-3(115). – С. 24-29.

7. Диваева, Э. А. Условия трансформации ESG-принципов: экономические и социальные аспекты / Э. А. Диваева // Инновации и инвестиции – 2022. – № 1 – С. 65-70.

Поступила в редакцию 07.06.2022 г.

THE IMPACT OF ESG BUSINESS TRANSFORMATION ON THE IMPLEMENTATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

A. V. Polovyan, A. F. Yaluner

The article discusses the prerequisites for the introduction of ESG principles in the activities of economic entities. The scheme of the main components of the ESG transformation of economic entities is proposed. The advantages of using ESG principles in the activities of economic entities are considered. Special attention is paid to the relationship between the Sustainable Development Goals and ESG principles.

Keywords: sustainable development, ESG principles, ESG transformation, environment, ecological situation

Половян Алексей Владимирович

доктор экономических наук, доцент, и.о. зав. кафедрой менеджмента
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
polovyan@yandex.ru
+38-071-320-49-47

Ялунер Алина Феликсовна

ассистент кафедры менеджмента
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
alina.yaluner@yandex.ru
+38-071-347-94-36

Polovyan Aleksey

Doctor of Economics, Associate Professor
Donetsk National University, city Donetsk

Yaluner Alina

Assistant of the Department of Management
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 338.24: 330.34: 338.45: 336.2: 330.4: 331.103

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ: ОЦЕНКА НЕОИНДУСТРИАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА, ДИАГНОСТИКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ОТРАСЛЕЙ, АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ СТРАТЕГИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ

© 2022. Ю. Н. Полшков, А. В. Пелашенко

Статья посвящена разработке прикладных методик математического моделирования процессов экономической интеграции хозяйственного комплекса региона и страны-партнёра. Предложен теоретико-методический подход к оценке неоиндустриального потенциала региона, являющийся составной частью парадигмы интеграции регионального промышленного комплекса в национальную экономику. Усовершенствована диагностика уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей региона. Осуществлён анализ эффективности стратегий управления промышленным комплексом в контексте интегрирования экономик России и Русского Донбасса.

Ключевые слова: процесс; стратегия; методика; модель; интеграция; промышленность; комплекс; потенциал; регион; отрасль; диагностика; человеческий капитал; анализ; оценка; управление; эффективность.

Постановка проблемы. Существующие парадигмы интеграции региональных промышленных комплексов в национальную экономику страны-партнёра нуждаются в модификации согласно современным реалиям присоединения новых территорий к России. Ускорение динамики интеграционных процессов опирается на детерминанты развития экономики и социальной сферы Русского Донбасса [1, гл. 5].

Актуальность темы исследования. Назрела необходимость совершенствования инновационной политики, подкреплённой инвестициями в экономики Донецкой и Луганской Народных Республик. Есть заинтересованность в модернизации методик оценки неоиндустриального потенциала регионального рынка, которые должны учитывать рыночную стоимость товаров и услуг, произведенных в течение ряда лет промышленными субъектами анализируемого региона, и реализованных на территории других регионов, а также расстояния между географическими центрами административно-территориальных единиц.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемами региональной и отраслевой экономики в контексте тематики данной работы занимались Г.В. Астапова [2], А.Л. Бикмуллин [3], И.А. Благих [4], С.Н. Блинов [5], И.М. Голова [6], М.С. Гусев [7], С.М. Заверский [8], Г.Б. Клейнер [9], А.Н. Макаров [10], Э.Ф. Назмиев [11], М.А. Мызникова [12], А.В. Половян [13; 14], К.А. Хубиев [16; 17], А.Г. Шеломенцев [18], соавторы перечисленных исследователей и др. учёные. Значимы коллективные труды [15; 19 – 21], а также работы зарубежных коллег [22 – 25].

Выделение нерешённых проблем. Для интеграции регионального хозяйственного комплекса Русского Донбасса в экономику России важно исследовать роль агломерационных эффектов неоиндустриального развития, пространственной кластеризации промышленного роста и миграционных процессов квалифицированных трудовых ресурсов.

Целью работы является разработка прикладных методик математического моделирования процессов экономической интеграции в контексте оценивания

неоиндустриального потенциала региона, диагностирования уровня развития человеческого капитала отраслей, анализа эффективности стратегий управления промышленным комплексом.

Результаты исследования. По итогам референдума 2014 г. Республика Крым и Севастополь вошли в состав Российской Федерации. Однако общих сухопутных границ у России с новым регионом не было.

Специальная военная операция позволила образовать территориальный анклав из Луганской Народной Республики, Донецкой Народной Республики, Запорожской и Херсонской областей. Появилось сухопутное сообщение России с Крымом, благодаря территориально-географическому фактору расположения Русского Донбасса.

Русский Донбасс и регионы Российской Федерации должны стремиться к снижению транспортных расходов и размещать свои производства вблизи рынков сбыта, оценивая объём спроса на товары и услуги. Введём в рассмотрение показатель величины неоиндустриального потенциала региона $U_t^{(i)}$, соответствующий i -му региону в t -ом году. Потенциал, по нашему мнению, будет характеризовать степень фактического состояния и будущие перспективы экономического взаимодействия индустрий регионов (в т.ч. Русского Донбасса).

Понадобятся следующие переменные:

- общее число оцениваемых регионов n ;
- количество лет анализа экономической деятельности T ;
- номера взаимодействующих регионов i, j ($i, j = \overline{1, n}$);
- нумерация года t ($t = \overline{1, T}$);
- рыночная стоимость товаров и услуг $C_t^{(i \rightarrow j)}$, произведенных в течение t -го года промышленными предприятиями i -го региона, и реализованных на территории j -го региона;
- расстояние между географическими центрами регионов $R^{(i \leftrightarrow j)}$.

Описанный подход к моделированию величины неоиндустриального потенциала региона опирается на статистические данные [26 – 28] и выводы научных докладов [20; 21], что даёт основание оперировать с формулой:

$$U_t^{(i)} = \sum_{\substack{j=1 \\ j \neq i}}^n \frac{C_t^{(i \rightarrow j)}}{R^{(i \leftrightarrow j)}}, \quad (i = \overline{1, n}) \quad (1)$$

Согласно модели (1), рост рыночной стоимости товаров и услуг, произведенных промышленными предприятиями анализируемого региона, и реализованных на территории других регионов, увеличивает неоиндустриальный потенциал анализируемого регионального рынка. И наоборот, чем дальше регионы расположены друг от друга, тем ниже интенсивность их экономического взаимодействия, порождаемая ростом транспортных расходов, что, в свою очередь, приводит к уменьшению неоиндустриального потенциала анализируемого региона.

Оценивая неоиндустриальный потенциал Донецкой Народной Республики, присвоим данному анализируемому региону номер $i = 1$. Формула (1) примет вид:

$$U_t^{(1)} = \frac{C_t^{(1 \rightarrow 2)}}{R^{(1 \leftrightarrow 2)}} + \frac{C_t^{(1 \rightarrow 3)}}{R^{(1 \leftrightarrow 3)}} + \dots + \frac{C_t^{(1 \rightarrow n)}}{R^{(1 \leftrightarrow n)}}. \quad (2)$$

Оцененный по формуле (2) неоиндустриальный потенциал Донецкой Народной Республики характеризует совокупный спрос российских регионов на производимые в регионе промышленные товары и услуги, относящийся к величинам преодолеваемых расстояний, ассоциируемых с транспортными расходами. Наш регион превосходит по неоиндустриальному потенциалу Луганскую Народную Республику, а также освобождённые территории Запорожской и Херсонской областей.

Помимо удалённости регионов друг от друга, необходимо в контексте парадигмы интеграции регионального промышленного комплекса в национальную экономику учитывать эффекты агломерации (рис. 1). Они заключаются в росте экономических выгод, которые порождаются территориальной концентрацией объектов производства.



Рис. 1. Схема парадигмы интеграции регионального промышленного комплекса в национальную экономику

Опираясь на идеи автора работы [10], в ходе настоящего исследования предложены мероприятия по ускорению неоиндустриального развития экономики Русского Донбасса в составе России.

Значительные разрушения инфраструктуры Донецкой и Луганской Народных Республик требуют масштабных решений в строительной сфере, одним из которых мог бы стать проект формирования региональных промышленно-строительных кластеров. Подобные кластеры будут центрами компетенций и подготовки кадров, формирования человеческого капитала промышленных отраслей, обеспеченных материально-техническими ресурсами, информационно-технологическими программами, проектной документацией.

Часть экологических потребностей может быть решена с помощью создания региональных центров по утилизации отходов, мусороперерабатывающих заводов. Подобные центры с локализацией на территории Русского Донбасса могли бы не только организовать системную работу по переработке мусора, но и создать на их основе производство новых (полезных) материалов, необходимых для промышленного строительства и благоустройства.

Роль транспортной системы в интеграционных процессах ещё более усиливается при обеспечении восстановительных работ на территории Русского Донбасса. Такие работы сопряжены с поставками большого количества строительных, промышленных и др. материалов различными видами транспорта: автомобильным, железнодорожным, морским. Существующие транспортные потоки должны быть организованы наиболее рациональным и безопасным способом. Для обеспечения экономической эффективности на транспорте необходимо использовать логистические решения, в частности создать крупные перевалочные пункты, терминалы. Организация подобных центров сокращает время доставки грузов, снижает транспортные расходы, формирует мобильный фонд запасов, обеспечивающий бесперебойные поставки промышленных материалов.

Удельный вес промышленных отраслей Донецкой и Луганской Народных Республик по совокупности в укрупнённом разрезе представлен на рис. 2.

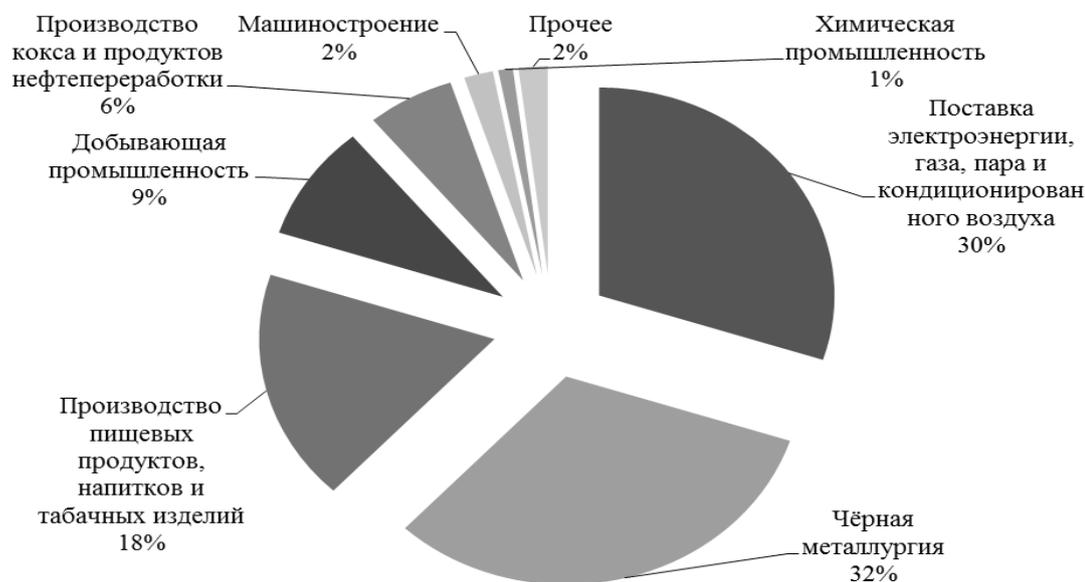


Рис. 2. Усреднённая за период с 2016 г. по 2022 г. структура объёмов реализации промышленной продукции предприятий Русского Донбасса (оценено на основе статистических данных [26; 27] и выводов из [20; 21])

Такая структура свидетельствует о преобладании материального сектора экономики и отчасти сектора конечного потребления. Фондосоздающий сектор представлен фрагментарно (машиностроение – около 2%), что крайне затрудняет возможный рост неоиндустриального потенциала хозяйственного комплекса Русского Донбасса в составе Российской Федерации.

Перейдём непосредственно к расчётно-аналитической части исследования.

В Донецкой и Луганской Народных Республиках учёту подлежат N промышленных отраслей, которые нумеруются посредством верхнего индекса i ($i = \overline{1, N}$). Статистический вес $v^{(i)}$ каждой из отраслей определяется долей выпущенной и реализованной продукции.

Для оценки неоиндустриального потенциала хозяйственного комплекса Русского Донбасса в составе Российской Федерации рассчитывается рентабельность производства i -й отрасли, что требует сведений о средней прибыли $\overline{P}^{(i)}$ (млрд. руб.), средней стоимости основных производственных фондов $\overline{C}_A^{(i)}$ (млрд. руб.) и средней стоимости оборотных средств $\overline{C}_W^{(i)}$ (млрд. руб.). Усреднённая рентабельность производства \overline{R} (%) всей промышленности Русского Донбасса за отчётный период, т.е. с 2016 по 2022 год, определена формулами:

$$\overline{R} = \sum_{i=1}^N v^{(i)} \cdot \frac{\overline{P}^{(i)}}{\overline{C}_A^{(i)} + \overline{C}_W^{(i)}} \cdot 100\%, \quad (3)$$

$$\sum_{i=1}^N v^{(i)} = 1 \quad (4)$$

Помимо формулы рентабельности промышленного производства (3) подчеркнём, что сумма статистических весов (4) всех отраслей промышленности равна единице.

Наименьшая рентабельность – близкая к 0% и даже отрицательная – имела место на угледобывающих предприятиях. Несколько большая, а именно 5%-я, рентабельность достигалась в металлургической промышленности.

Наибольший результат в 10% и более наблюдался в электроэнергетике. Усреднённая рентабельность производства промышленности Русского Донбасса за период с 2016 по 2022 год составила $\overline{R} \approx 5,2\%$.

Таким образом, оценку неоиндустриального потенциала хозяйственного комплекса Русского Донбасса в составе Российской Федерации нельзя назвать высокой. Причины слабого результата носят, в основном, политический характер. Более половины территории Русского Донбасса с 2014 года были оккупированы Украиной. Оставшаяся часть до 2022 года была непризнанной, что крайне затрудняло промышленной развитие Донецкой и Луганской Народных Республик.

Для повышения неоиндустриального потенциала хозяйственного комплекса Русского Донбасса в составе Российской Федерации необходимо расширить направления экономической деятельности местной промышленности и увеличить число наименований выпускаемой продукции, диверсифицировав производство. Эти задачи выполнимы при условии увеличения уровня загрузки основных производственных фондов, обеспечения трудовыми ресурсами требуемой

квалификации, наличия эффективной сбытовой системы на основе государственно-частного партнёрства, создания современной логистики в промышленности.

Неоиндустриальный потенциал зависит от эффективного использования и степени экономии материальных ресурсов, что заключается в росте фондовооружённости и фондоотдачи, снижении фондоёмкости и энергоёмкости производства, совершенствования технического обеспечения и модернизации технологических процессов. Эффект от использования трудовых ресурсов в составе неоиндустриального потенциала достигается посредством роста производительности труда и его качества, снижения текучести кадров в сочетании с повышением творческой активности работников промышленности. Эффективность применения финансовых ресурсов заключается в росте оборачиваемости денежных средств промышленных предприятий и уменьшении капиталоемкости индустриального производства.

Диагностика уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей региона разработана, благодаря исследованиям в области факторного оценивания результативности стратегии интеграции российской экономики с хозяйственным комплексом Русского Донбасса. Диагностика основана на объективной информации об экономических и социальных достижениях регионов [20; 21; 26 – 28].

Количественный признак диагностики D оценивается по 100-балльной шкале:

$$D = Y_1 \cdot Y_2 \cdot \dots \cdot Y_n \cdot 100 \quad (5)$$

В формуле (5) показатель D через мультипликативную функцию связан со значениями социально-экономических характеристик Y_1, Y_2, \dots, Y_n , отражающих:

- объём валового регионального продукта, произведенного промышленными отраслями;
- величину государственных расходов в отраслях индустрии;
- доходы домохозяйств работников промышленности;
- объём валового инвестирования в промышленные отрасли;
- величины промышленного экспорта, импорта и ряд иных.

Причём эти и др. количественные показатели рассматриваются в среднем на душу населения [24]. Численные значения Y_1, Y_2, \dots, Y_n колеблются от 0 до 1.

Эти показатели, в свою очередь, находятся под влиянием факторов P_1, P_2, \dots, P_k ($k < n$), характеризующих:

- ресурсное обеспечение промышленных отраслей;
- благосостояние работников индустрии региона;
- конкурентоспособность промышленной продукции.

Диагностика уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей региона аналитически связана с линейными факторными уравнениями:

$$Y_i = g_{1i} \cdot P_1 + g_{2i} \cdot P_2 + \dots + g_{ki} P_k + \delta_i \quad (i = \overline{1, n}) \quad (6)$$

Формулы (6) определяются факторными нагрузками g_{si} ($s = \overline{1, k}; i = \overline{1, n}$) и случайными отклонениями δ_i , отражающих не полную однозначность влияния

факторов. Данные уравнения характеризуют структурную зависимость, исследуемую методом факторного анализа.

Уровень развития человеческого капитала промышленных отраслей региона достаточно устойчив во времени. Основываясь на этом определено, что оценочные интервалы уровня могут быть объединены, систематизированы и трактованы согласно табл. 1.

Таблица 1

Выводы по диагностике уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей региона (модифицировано на основе [1, гл. 5])

Оценка	Уровень развития	Предложения
$D \in [0; 40]$	Неудовлетворительный	Рекомендованы кардинальные меры по изменению направлений развития человеческого капитала интегрируемых региональных и национальных отраслей промышленности
$D \in (40; 55)$	Низкий	Рекомендованы базовые усилия по переходу на более высокий уровень развития человеческого капитала промышленных отраслей региона при интеграционных процессах
$D \in [55; 65]$	Удовлетворительный	Рекомендовано исправить ошибки в развитии человеческого капитала промышленных отраслей региона в контексте интеграционных преобразований
$D \in (65; 95)$	Достаточный	
$D \in [95; 100]$	Высокий	Рекомендовано регулировать параметры развития человеческого капитала промышленных отраслей региона согласно неиндустриальным устремлениям объединяющихся экономик

Динамика социально-экономических показателей Донецкой и Луганской Народных Республик указывает на то, что можно диагностировать удовлетворительный уровень развития человеческого капитала промышленных отраслей Русского Донбасса. Переход на достаточный уровень в контексте намеченных интеграционных экономических процессов сопряжён с:

- повышением качества жизни работников промышленных предприятий;
- экологическим развитием Русского Донбасса;
- развитием образования, науки и культуры;
- технологическим развитием отраслей промышленности взаимодействующих территорий с обеих сторон.

Диагностика уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей региона определяет параметры системы поддержки принятия интеграционных решений для экономик Российской Федерации и Русского Донбасса.

В ходе исследования установлено, что критерии уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей региона должны включать сгруппированные (в среднем на работника индустрии) показатели:

- величины доходов;
- владения имуществом;
- социальной защищённости;
- возможностей социального страхования;
- денежной составляющей социального обеспечения;

- пропорций потребления материальных, бытовых и культурных благ;
- качества жилищных условий;
- условий труда;
- степень удовлетворения физических, социальных и духовных потребностей;
- состояния здоровья;
- продолжительности жизни;
- доступа к общественно-правовым гарантиям.

Повышение уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей Русского Донбасса достигается через обеспечение эффективного взаимодействия региональных рынков индустрии России и присоединённых территорий. Не последнюю роль в этих устремлениях играет система пространственного распределения трудовых, материальных, инфраструктурных, информационных и др. ресурсов, особенно стратегически важных для интеграции [21].

Включение ресурсов Русского Донбасса в экономику России и наоборот следует анализировать сквозь призму эффективности их использования в совместной промышленной деятельности. Этот посыл особенно важен для трудовых ресурсов.

Перспективен комплексно-системный подход к устранению дисбалансов на рынках труда и образования граничащих регионов. При этом, помимо роста уровня развития, необходимо повышение качества человеческого капитала промышленных отраслей региона.

Особенность совместного неоиндустриального развития Российской Федерации и Русского Донбасса заключается в возможных агломерационно-кластерных эффектах. При этом необходимость межтерриториального взаимодействия порождает двухуровневое оценивание основных и дополнительных социально-экономических показателей хозяйственных зон производства высокотехнологичной промышленной и аграрной продукции, а также зон развития рекреационных услуг.

Ключевой функцией системы управления промышленным комплексом региона является перманентная возможность оценивать текущее состояние дел и прогнозировать будущее. Это в полной мере относится к аналитическим процедурам оценки эффективности стратегических инициатив по интеграции индустрии Русского Донбасса в экономику России.

Эффективность стратегии управления промышленным комплексом E определяется соотношением:

$$E = \frac{I}{C_R} \cdot 100\% . \quad (7)$$

Составляющими формулы (7) являются годовой объём реализации промышленной продукции и услуг индустрии I (млрд. руб.), а также совокупные затраты труда и средств производства C_R (млрд. руб.) промышленного комплекса.

Целенаправленное развитие промышленности Донецкой и Луганских Республик актуализирует формирование адаптированных методик осуществления качественного и количественного анализа фактических значений показателей в соответствии с государственными интересами, а также запросами бизнеса и общества. Выявление узких мест в ходе индустриального мониторинга позволяет решать проблемы обеспечения экономической безопасности при реализации стратегических инициатив по интеграции экономик Русского Донбасса и Российской Федерации.

Анализ эффективности управления предполагает замеры традиционных экономических показателей до реализации стратегических инициатив по интеграции промышленного комплекса Русского Донбасса в экономику России, а также построение пост внедренческих прогнозов. Выводы опираются на усреднённый комплексный показатель эффективности, формирующийся на основе составляющих прикладной методики (рис. 3).



Рис. 3. Составляющие методики анализа эффективности стратегий управления промышленным комплексом в контексте процессов макроэкономической интеграции (модифицировано на основе [20; 21])

Анализ эффективности стратегических инициатив включал оценку уровня неиндустриального развития Русского Донбасса по отраслям и секторам экономики относительно:

- темпа промышленного производства;
- объёмов реализации произведенных товаров и услуг индустрии;
- загрузки основных производственных фондов в промышленности;
- количественных и качественных характеристик трудовых ресурсов;
- пропускной способности промышленных логистических систем;
- государственных структур сбыта произведенной промышленной продукции.

Отдельно исследовано состояние процессов производственной диверсификации в условиях реализации стратегических инициатив по интеграции промышленного комплекса Русского Донбасса в экономику России, которое характеризуется:

- темпами расширения направленности экономических видов деятельности предприятий индустрии;

- темпами изменения номенклатуры выпускаемых промышленных товаров и услуг.

Проанализирована степень рациональности использования материальных ресурсов, задействованных в процессах промышленного производства, что определено:

- фондоотдачей;
- фондоёмкостью;
- фондовооружённостью.

Трудовые ресурсы промышленности Русского Донбасса, их роль и место в стратегиях интеграции анализировались на предмет:

- производительности труда;
- качества труда;
- текучести кадров;
- творческого потенциала персонала субъектов промышленной деятельности.

Финансовые ресурсы предприятий промышленного комплекса Русского Донбасса в условиях интеграции проанализированы касательно:

- наличия оборотных и др. средств;
- капиталоемкости;
- рентабельности экономической деятельности промышленных предприятий региона.

Расчёт коэффициентов, оценивающих энергоэффективность, энергоёмкость, долю сэкономленных ресурсов, произведен в контексте стратегических инициатив по совершенствованию техники и технологий промышленного производства интегрируемых систем хозяйствования.

Выводы. В статье разработаны прикладные методики математического моделирования процессов экономической интеграции хозяйственного комплекса региона и страны-партнёра.

Получил дальнейшее развитие теоретико-методический подход к оценке неоиндустриального потенциала региона, который учитывает рыночную стоимость товаров и услуг, произведенных промышленными предприятиями анализируемого региона, и реализованных на территории других регионов, в отношении к расстояниям между географическими центрами территорий. Обоснована значимость агломерационных эффектов неоиндустриального развития, пространственной кластеризации экономического роста и миграционных процессов квалифицированных трудовых ресурсов отраслей промышленности. Предложены мероприятия по восстановлению разрушенных инфраструктур Донецкой и Луганской Народных Республик: производственной, социальной, экологической, транспортной.

Структура объёмов реализации промышленной продукции свидетельствует о преобладании материального сектора и отчасти сектора конечного потребления в экономике Донецкой и Луганской Народных Республик. Фондосоздающий сектор представлен машиностроением в объёме 2% от всей экономики, что крайне затрудняет возможный рост неоиндустриального потенциала. Рентабельность промышленного производства низкая: угледобыча – 0% и ниже, чёрная металлургия – 5%, электроэнергетика – 10% и т.д. Усреднённая рентабельность производства промышленности Русского Донбасса составила чуть более 5%. Для роста неоиндустриального потенциала хозяйственного комплекса Русского Донбасса в составе Российской Федерации рекомендовано диверсифицировать производство, увеличить уровень загрузки основных производственных фондов, обеспечить предприятия трудовыми ресурсами требуемой квалификации, модернизировать

систему сбыта на основе государственно-частного партнёрства, организовать современную индустриальную логистику, повысить эффективность использования материальных, людских, финансовых и других ресурсов.

В ходе исследования усовершенствована диагностика уровня развития человеческого капитала промышленных отраслей региона. Диагностика основана на методах факторного анализа применительно к динамике социально-экономических показателей Русского Донбасса с итогом, что человеческий капитал индустрии имеет удовлетворительный уровень развития. Повышение до достаточного уровня возможно при росте качества жизни, экологическом развитии региона, развитии образования, науки и культуры, технологическом развитии промышленности интегрирующихся территорий.

Проанализирована эффективность стратегий управления промышленным комплексом в контексте интеграционных процессов. Аналитические процедуры включают измерение традиционных экономических показателей до реализации стратегических инициатив по интеграции промышленного комплекса Русского Донбасса в экономику России, а также построение пост внедренческих прогнозов. Прикладная методика анализа эффективности объединяет оценки уровня развития по промышленным отраслям и секторам экономики, уровня промышленного развития в динамике, количественных макроэкономических характеристик, степени доступности организации и дальнейшего осуществления промышленной деятельности, уровня экономической безопасности, которые дополнены оценкой эффективности системы управления экономикой в целом. Для обеспечения эффективности стратегий управления промышленным комплексом рекомендуется выработать особые правила инвестирования региональной индустрии, создать оффшорную зону минимум на три года, освободить от взимания налогов и таможенных сборов импортируемые жизненно важные промышленные товары, внедрить простые и прозрачные правила хозяйственной отчётности, объединить платёжные системы Русского Донбасса с российским рынком финансовых услуг, осуществить цифровизацию систем управления промышленностью региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Русский Донбасс: исторические, духовно-интеллектуальные и экономические основы [Текст]: коллективная монография / [С.В. Беспалова, А.С. Бобровский, А.В. Колесник и др.]; научный редактор проф. С.В. Беспалова. – Донецк: ДонНУ, 2021. – 288 с.
2. Астапова Г.В. Экономико-математические модели развития промышленных предприятий в условиях новой индустриализации [Текст] / Г.В. Астапова, С.А. Маковецкий, Л.Н. Скриневская, Е.В. Сопова, Р.Е. Щербань // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2020. – № 4 (186). – С. 73-87.
3. Бикмуллин А.Л. Использование имитационного моделирования и нейронных сетей в производственных процессах на региональном уровне [Текст] / А.Л. Бикмуллин // Региональный экономический журнал, 2020. – № 1 (28). – С. 58-66.
4. Благих И.А. Мобилизационная и военная экономика: общее и особенное [Текст] / И.А. Благих, А.Ю. Протасов // Региональный экономический журнал, 2022. – № 2 (33). – С. 42-53.
5. Блинов С.Н. Потенциал экономического роста России в условиях мобилизационной экономики [Текст] / С.Н. Блинов // Региональный экономический журнал, 2022. – № 2 (33). – С. 27-41.
6. Голова И.М. Дифференциация стратегий инновационного развития с учётом специфики российских регионов [Текст] / И.М. Голова, А.Ф. Суховой // Экономика региона. – 2019. – Т. 15, вып. 4. – С. 1294-1308.
7. Гусев М.С. Импортзамещение как стратегия экономического развития [Текст] / М.С. Гусев // Проблемы прогнозирования. – 2016. – №2. – С. 30-43.
8. Заверский С.М. Стратегическое планирование развития экономики: мировой опыт и выводы

для России [Текст] / С.М. Заверский, Е.С. Киселева, В.Ю. Кононова, Д.А. Плеханов, Н.М. Чуркина // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2016. – № 2. – С. 22-40.

9. Клейнер Г.Б. Интеллектуальная экономика цифрового века [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер // Экономика и математические методы. – 2020. – Том 56. – № 1. – С. 18-33. – Режим доступа: <https://kleiner.ru/pubs/intellektualnaya-ekonomika-cifrovogo-veka>. (Дата обращения: 20.05.2022).

10. Макаров А.Н. О рефлексии концептуальных особенностей, эволюции институциональных основ и вызовов цифровой экономики в контексте глобальных трендов и источников экономического роста [Текст] / А.Н. Макаров // Региональный экономический журнал, 2019. – № 1-2 (25-26). – С. 5-28.

11. Назмиев Э.Ф. Ресурсообеспеченность городов VS технологичность – проверка пандемией [Текст] / Э.Ф. Назмиев // Региональный экономический журнал, 2020. – № 1 (28). – С. 84-94.

12. Мызникова М.А. Устойчивое развитие социально-экономических систем в условиях неопределённости: стратегический аспект [Текст]: монография / М.А. Мызникова. – Донецк: ГБУ «Институт экономических исследований», 2021. – 228 с.

13. Половян А.В. Стратегическое управление предприятием в условиях smart-промышленности [Текст] / А.В. Половян, А.Ф. Ялунер // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2019. – № 4. – С. 198-205.

14. Половян А.В. Экономическая сложность как инструмент определения стратегических направлений развития экономики [Текст] / А.В. Половян, К.И. Сеницына // Сборник научных трудов «Новое в экономической кибернетике». – 2020. – № 1. – С. 123-140.

15. Стратегическое управление социально-экономическими системами в чрезвычайных обстоятельствах: макро-, микроуровень (на примере Донецкой Народной Республики) [Текст]: монография / Н.В. Шемякина, Л.Н. Бражникова, А.А. Азарян, М.А. Мызникова, И.А. Мызников, А.А. Пономаренко. – Донецк: ГБУ «Институт экономических исследований», 2022. – 276 с.

16. Хубиев К.А. Состояние и потенциал российской экономической модели на фоне глобальных вызовов XXI века [Текст] / К.А. Хубиев, И.М. Теняков // Региональный экономический журнал, 2022. – № 2 (33). – С. 5-26.

17. Хубиев К.А. Субституциональные и комплементарные перспективы школ экономической теории в исследовании новых тенденций современности [Текст] / К.А. Хубиев, А.Х. Текеева // Региональный экономический журнал, 2019. – № 1-2 (25-26). – С. 29-25.

18. Шеломенцев А.Г. Стратегии-2030: подходы к разработке в регионах России [Текст] / А.Г. Шеломенцев, С.В. Дорошенко, Е.А. Трушкова, А.П. Шихвердиев // *Ars Administrandi* (Искусство управления). – 2017. – Т. 9. – № 4. – С. 570-592.

19. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2020. – 260 с.

20. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы, Н.В. Шемякиной; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2021. – 360 с.

21. Экономико-математические модели развития промышленных предприятий в условиях новой индустриализации [Текст]: монография [Р.Н. Лепа, Г.В. Астапова, Л.М. Кузьменко, В.В. Трубочанин и др.]; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк: Изд-во ГУ «ИЭИ», 2019. – 110 с.

22. Dosso M. Firm market valuation and intellectual property assets [Text] / M. Dosso, A. Vezzani // *Industry and Innovation*. – 2020. – Vol. 27 (7). – Pp. 705-729.

23. Kelman I. Local Perceptions of Corporate Social Responsibility for Arctic Petroleum in the Barents Region [Text] / I. Kelman, J. Loe, E.W. Rowe, E. Wilson, N. Poussenkova, E. Nikitina, D.B. Fjærtøft // *Arctic Review on Law and Politics*. – 2016. – Vol. 7. – № 2. – Pp. 152-178.

24. Marchese C. Endogenous economic growth with disembodied knowledge [Text] / C. Marchese, F. Privileggi // *Journal of Public Economic Theory*. – 2018. – Vol. 20 (3). – Pp. 437-449.

25. Tysiachniouk M. Oil Extraction and Benefit Sharing in an Illiberal Context: The Nenets and Komi-Izhemtsi Indigenous Peoples in the Russian Arctic [Text] / M. Tysiachniouk, L.A. Henry, M. Lamers, J. van Tatenhove // *Society & Natural Resources*. – 2018. – Vol. 31. – № 5. – Pp. 556-579.

26. Промышленность Луганской Народной Республики [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <https://www.minpromlnr.su/all.html>. (Дата обращения: 27.01.2022).

27. Промышленный потенциал Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <https://www.mpt-dnr.ru/pages/catalog.html>. (Дата обращения: 27.01.2022).

28. Регионы России. Социально-экономические показатели [Электронный ресурс] // Федеральная

служба государственной статистики. – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13204>.
(Дата обращения: 27.05.2022).

Поступила в редакцию 10.06.2022 г.

**MATHEMATICAL MODELING OF ECONOMIC INTEGRATION PROCESSES:
ASSESSMENT OF THE NEO-INDUSTRIAL POTENTIAL OF THE REGION,
DIAGNOSTICS OF THE LEVEL OF DEVELOPMENT OF THE HUMAN CAPITAL
OF BRANCHES, ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF INDUSTRIAL
COMPLEX MANAGEMENT STRATEGIES**

Yu. N. Polshkov, A. V. Pelashenko

The article is devoted to the development of applied techniques for mathematical modeling of the processes of economic integration of the economic complex of the region and the partner country. A theoretical and methodological approach to assessing the neo-industrial potential of the region is proposed, which is an integral part of the paradigm of integrating the regional industrial complex into the national economy. Improved diagnostics of the level of development of human capital in the industrial sectors of the region. An analysis of the effectiveness of industrial complex management strategies in the context of integrating the economies of Russia and the Russian Donbas has been carried out.

Keywords: process; strategy; methodology; model; integration; industry; complex; potential; region; industry; diagnostics; human capital; analysis; grade; control; efficiency.

Полшков Юлиан Николаевич

доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой математики и математических методов в экономике
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, Донецкая Народная Республика, Российская Федерация
yu.polshkov@donnu.ru
+7-949-323-17-48

Пелашенко Алла Владимировна

старший преподаватель кафедры математики и математических методов в экономике
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк, Донецкая Народная Республика, Российская Федерация
a.pelashenko@donnu.ru
+7-949-394-84-73

Polshkov Yulian

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Donetsk National University, city Donetsk, Donetsk People's Republic, Russian Federation

Pelashenko Alla

Senior Lecturer
Donetsk National University, city Donetsk, Donetsk People's Republic, Russian Federation

УДК 330.342

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА: СУЩНОСТЬ И ВИДЫ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ

© 2022. Н. А. Рытова

Аргументировано, что социально-экономическая система является базисной в любом социуме, а политическая система управления – надстроечной. Они формируются на макро, мезо и микроуровне. Экономические результаты и эффекты образуются в сфере производства, а социальные – в сфере потребления. Критерием их разграничения являются затраты ресурсов, обеспечивших их получение и потребление. Экономическая и социальная результативность определяется результатом расширенного воспроизводства и потребления индивидуумами экономических благ. Экономическая эффективность – это достигнутое соотношение доходов от реализации экономических благ, полученных в процессе расширенного воспроизводства, и затрат ресурсов, обусловивших их получение. Социальная эффективность определяется сберегаемой частью в доходах индивидуумов.

Ключевые слова: социально-экономическая система, производство, потребление, экономические блага, затраты, сбережения, результативность, эффективность, социальная, экономическая.

Постановка проблемы. Понятие социально-экономической системы возникает одновременно с понятием человеческого общества, как исторически сложившегося на определенной территории социума, системы отношений между его индивидуумами и их форм жизнедеятельности. Масштабы организации территориального социума могут быть разными – от мирового сообщества до административно-территориальной единицы отдельной страны. Процесс их функционирования и развития нацелен на определенный результат, который может быть достигнут с некоторым эффектом в социально-экономической системе (СЭС) любого территориального социума. В связи с этим возникают понятия результативности и эффективности СЭС, трактовок которых сегодня в науке существуют множество. Очевидно, что их унификация для СЭС любого уровня организации актуальна с точки зрения управления этими системами.

Актуальность темы исследования. На любом уровне организации территориального социума деятельность индивидуумов направлена на удовлетворение своих материальных и не материальных потребностей, которые закономерно развиваются. С точки зрения диалектики этот процесс означает их количественный и качественный рост. Следовательно, развивающиеся потребности являются движущей силой (фактором) развития любого социума. Они выступают внутренним побудителем экономической активности индивидуумов к производству благ для удовлетворения своих потребностей. С этой точки зрения, произведенные блага являются экономическими.

Между индивидуумами внутри социума возникают отношения по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ. Такие отношения, с точки зрения последовательности этих стадий расширенного воспроизводства являются, прежде всего, экономическими, а затем социальными. Они диалектически взаимосвязаны в единую систему социально-экономических отношений, которые в совокупности с индивидуумами и ресурсами социума образуют социально-экономическую систему (СЭС) любого социума. Необходимо выяснить, что же такое СЭС и что является результатом ее функционирования.

Анализ последних исследований и публикаций. Критериями определения результативности и эффективности выступают соответственно понятия «результат» и

«эффект». В одних дефинициях они отождествляются, например, в Толковом словаре русского языка [1]. В других, опираясь на подход П. Друкера [2], эффект рассматривают как разницу между базовым и достигнутым результатом [3]. Наиболее распространенное их понимание обобщено в стандартах ISO серии 9000:2000, где в качестве разграничительного критерия используется понятие затрат ресурсов. Исходя из этого, результативность трактуется как степень реализации запланированной деятельности и достижения запланированных результатов. Чем больше степень достижения поставленной цели, тем выше результативность. Эффективность – это соотношение достигнутых результатов и использованных затрат ресурсов [4]. Похожее определение эффективности дается и в Современном экономическом словаре [5].

Несомненно, такой подход к разделению понятий результата и эффекта, результативности и эффективности на основе критерия затраты корректен, в том числе и применительно к СЭС. Но она является естественной системой, где человек выступает ее неотъемлемым элементом, а действующие в ней законы носят объективный характер [6]. Их объективность определяет целевой характер функционирования и закономерного развития любой СЭС во времени, где величина целевого результата и эффекта постоянно меняется. При этом они могут быть как экономическими, так и социальными.

Выделение нерешённых проблем. Относительно времени получения существует максимально возможный или запланированный результат СЭС, ретроспективный (достигнутый в прошлом) и фактически достигнутый. Цель СЭС определяется максимально возможным или запланированным результатом. Поэтому его сравнение с другими временными видами результатов в абсолютном или относительном виде характеризует степень ее достижения. Сравнение фактического и ретроспективного целевого результата отражает тенденцию к достижению цели. В любом случае итог таких сравнений не является результатом функционирования и развития СЭС любого уровня организации. Это обуславливает необходимость уточнения критериев, понятий результативности и эффективности СЭС и определения их видов.

Цель работы – унифицировать сущность понятий и установить виды результативности и эффективности для социально-экономических систем любого уровня организации.

Результаты исследования. В институциональной теории общество как социально-экономическая система – это целостная совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих социальных и экономических институтов (субъектов) и их отношений, возникающих в процессе расширенного воспроизводства экономических благ [7]. Поскольку интересы индивидуумов противоречивы, то в СЭС возникают социально-экономические противоречия по поводу распределения любых благ. Эти противоречия проявляются, в первую очередь, в системе экономических отношений, как совокупности «... технико-экономических, организационно-экономических и отношений экономической собственности в процессе диалектического взаимодействия между ними (подсистемами), с одной стороны, и системой производительных сил – с другой» [8, С. 366].

В системе экономических отношений основным или базисным является экономическое противоречие по поводу распределения добавленной стоимости между работниками и собственниками средств производства. Оно является исходным источником социальных противоречий в СЭС, приводящих к социальному расслоению индивидуумов в социуме. Все социально-экономические противоречия в СЭС регулируются соответствующей политической надстройкой (рис. 1). Она разная в

зависимости от уровня организации СЭС. В любом случае главной целью любой СЭС является производство материальных и не материальных экономических благ для удовлетворения закономерно развивающихся потребностей общества и его индивидуумов.



Рис. 1. Социально-экономические системы

Уровень потребления экономических благ, как степень удовлетворения потребностей социума и его индивидуумов товарами и услугами, определяется их доходами. На любом уровне организации СЭС изначальными источниками формирования доходов ее индивидуумов является оплата труда работников и чистая прибыль (смешанный доход) частных собственников средств производства, из которой могут осуществляться дополнительные выплаты работников. На макроуровне государства часть уплачиваемых индивидуумами налогов и сборов, а также валовой прибыли от государственной собственности в виде социальных трансфертов перераспределяется работающим и неработающим индивидуумам (рис. 2).

В любом случае результатом функционирования СЭС выступают товары и услуги, как экономические блага, а эффектом – прибыль, получаемая после вычета из доходов от реализации товаров и услуг оплаты труда работников, как затрат трудовых ресурсов, а также затрат материальных и нематериальных ресурсов. В таком несколько упрощенном представлении проявляется относительная взаимосвязь результата и

эффекта, получаемых в процессе функционирования и развития между СЭС любого уровня организации (рис. 3).



Рис. 2. Упрощенная схема формирования доходов в СЭС

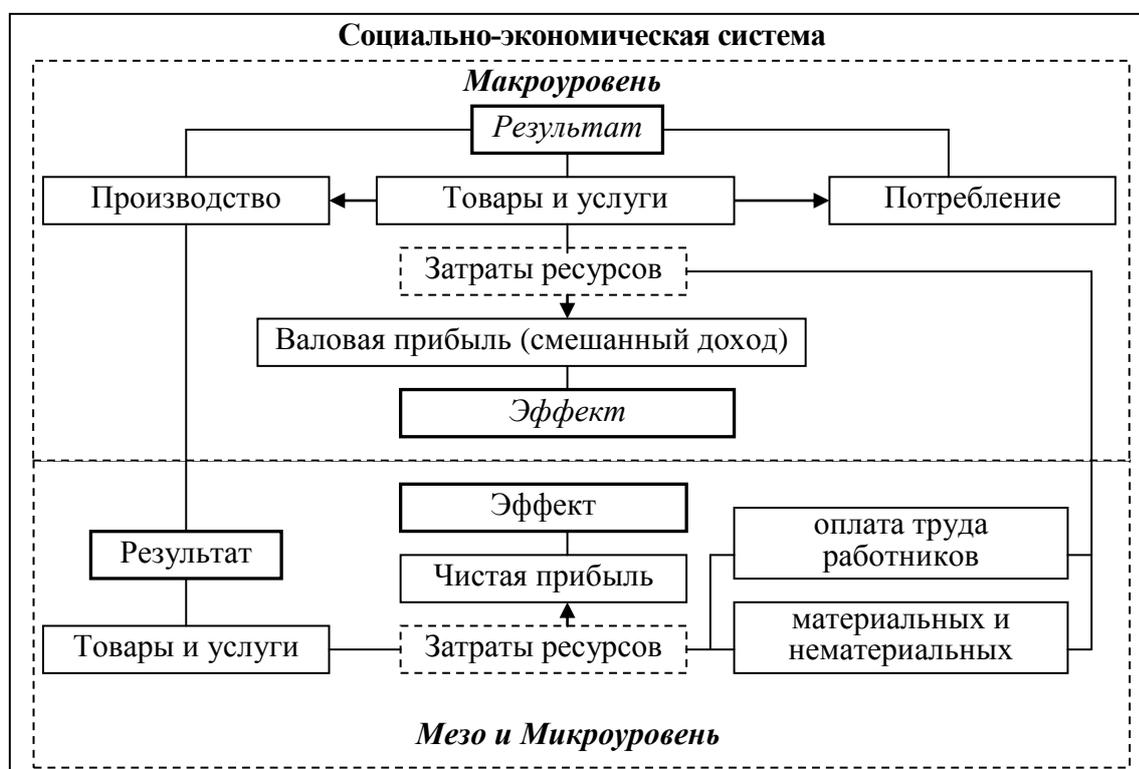


Рис. 3. Упрощенная взаимосвязь результата и эффекта социально-экономической системы на микро и макроуровне

Таким образом, исходя из главной цели, результат социально-экономической системы – это экономические блага, полученные в процессе их расширенного воспроизводства, а эффект – результат, полученный с затратами ресурсов обеспечившими его в этом процессе. Эти критерии определяют обобщенное содержание и взаимосвязь понятий и показателей результативности и эффективности между СЭС любого уровня организации:

результативность социально-экономической системы – это результат расширенного воспроизводства и потребления экономических благ, соотнесенный с количеством индивидуумов в ней;

эффективность социально-экономической системы – это результат расширенного воспроизводства и потребления экономических благ, соотнесенный с затратами ресурсов, обусловившими их получение и потребление.

Если рассматривать структуру СЭС как совокупность социальной и экономической сферы, то соответственно появляются понятия социальной и экономической результативности и эффективности. Экономическая сфера представляет собой совокупность общественных отношений в сфере производства экономических благ. В социальной сфере формируется уровень жизни индивидуумов, зависящий от удовлетворения их потребностей в социуме за счет потребления экономических и неэкономических благ.

Экономическая результативность СЭС определяется из соотношения произведенных экономических благ с численностью работников занятых их производством, а социальная результативность СЭС – из соотношения потребленных экономических благ с численностью потребляющих их индивидуумов. Объем произведенных и потребленных благ отличается на величину запасов.

Экономические блага производятся с затратами ресурсов. Их соотношение определяет экономическую эффективность СЭС. Ее критерием выступает полученная в процессе расширенного воспроизводства прибыль, как синтетический результат между доходами от реализации произведенных экономических благ и затратами ресурсов в стоимостном выражении. Тогда, экономическая эффективность социально-экономической системы – это достигнутое соотношение доходов от реализации экономических благ, полученных в процессе расширенного воспроизводства, и затрат ресурсов, обусловивших их получение в ней.

Уровень потребления экономических благ зависит от доходов индивидуумов СЭС, из которых осуществляются затраты на потребление. Разница между ними определяет сберегаемую часть дохода. Именно она определяет социальный эффект в СЭС любого уровня организации. Тогда, социальная эффективность социально-экономической системы – это достигнутый уровень сберегаемой части в доходах ее индивидуумов или уровень затрат на потребление экономических благ.

Социальная эффективность СЭС формируется в сфере потребления, а экономическая – в сфере производства экономических благ. Из диалектики отношений между этими сферами следует диалектическое единство, а из основного экономического противоречия – диалектическое противоречие между социальной и экономической эффективностью. Согласно эффективности по Парето невозможно увеличить социальный результат, которым в СЭС выступает оплата труда работников без уменьшения экономического эффекта – прибыли. К уменьшению прибыли приводит и увеличение налогов и сборов с доходов от производства экономических благ, но такое противоречие в отличие от основного не является антагонистическими.

В любом случае от распределения доходов между индивидуумами и их обмена на экономические блага зависит социальная и экономическая эффективность СЭС любого уровня организации. В случае рационального распределения и обмена достигается сбалансированность этих видов эффективностей. Это состояние СЭС также носит название оптимальности по Парето, который пришел к выводу, что общественное благосостояние максимально при таком состоянии экономики, когда никто не может улучшить свое положение, не ухудшая положение другого [9, С. 540-561].

Таким образом, диалектическую связь между социальной и экономической эффективностью социально-экономической системы определяет диалектика отношений

сфер СЭС. Поскольку СЭС не замкнуты, то существуют их внутренняя и внешняя эффективность, формирующаяся на уровне макро, мезо и микросистем.

Выводы. Социально-экономическая система – это, прежде всего, совокупность индивидуумов, их отношений и ресурсов. Она является базисной в обществе, а политическая система управления – надстроечной. Эти системы формируются на макро, мезо и микроуровне, где результатом их функционирования являются произведенные и потребленные экономические блага, а эффектом – разница между их стоимостью и затратами ресурсов, обеспечивших их получение и потребление.

Целью функционирования и развития социально-экономической системы любого уровня организации является производство экономических благ для удовлетворения закономерно развивающихся количественных и качественных потребностей социума и его индивидуумов. Экономические результаты и эффекты образуются в сфере производства, а социальные – в сфере потребления. От их величины, распределения и обмена зависит степень достижения этой цели.

Экономические и социальные результаты и эффекты являются критериями соответствующих видов результативности и эффективности. Экономическая и социальная результативность определяется результатом расширенного воспроизводства и потребления индивидуумами экономических благ в социально-экономической системе. Экономическая эффективность – это достигнутое соотношение доходов от реализации экономических благ, полученных в процессе расширенного воспроизводства, и затрат ресурсов, обусловивших их получение. Социальная эффективность определяется уровнем затрат на потребление экономических благ в доходах индивидуумов.

Между социальной и экономической эффективностью существует диалектическое противоречие. Оно следует из основного экономического противоречия по поводу распределения добавленной стоимостью между оплатой труда работников и прибылью собственников средств производства, а также противоречия между ними и государством по поводу налогов и сборов. В определенной мере эти противоречия разрешаются путем достижения сбалансированности между этими видами эффективности в процессе роста производства и рационального распределения и обмена экономических благ.

Способы регулирования сбалансированности социальной и экономической эффективности зависят от результативности, эффективности и уровня организации социально-экономической системы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – М.: ООО «А ТЕМП», 2006. – 944 с.
2. Друкер, Питер Ф. Энциклопедия менеджмента / Питер Ф. Друкер. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. – 432 с.
3. Галиуллин, Х. Я. Эффект как категория теории эффективности / Х. Я. Галиуллин, Г. П. Ермаков // Проблемы современной экономики. – 2013. – №4 (48) – С. 120-123.
4. ГОСТ Р ИСО 9000-2001 (Е) Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь (IDT). – М.: Изд-во стандартов, 2004. – 25 с.
5. Райзберг, Б.А. Современный экономический словарь [Текст] / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 512 с.
6. Новая философская энциклопедия: В 4 т / Под ред. В.С. Стёпина. – М.: Мысль, 2010. – Т. II. – С. 34-36. – 634 с.
7. Экономическая теория: Учебник / Под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, А.И. Добрынина, Г.П. Журавлевой, Л.С. Тарасевича. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 714 с.
8. Економічна енциклопедія: У трьох томах /Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Академія, 2002. – Т.3. – 952 с.

9. Блауг, М. Экономическая мысль в ретроспективе / М. Блауг. – 4-е изд., пер. с англ. – М.: Дело Лтд, 1994. – 720 с.

Поступила в редакцию 20.06.2022 г.

THE SOCIO-ECONOMIC SYSTEM: ESSENCE AND TYPES OF PERFORMANCE AND EFFICIENCY

N. A. Rytova

It is argued that the socio-economic system is basic in any society, and the political management system is superstructure. They are formed at the macro, meso and micro level. Economic results and effects are formed in the sphere of production, and social ones in the sphere of consumption. The criterion for their differentiation is the cost of resources that ensure their receipt and consumption. Economic and social performance is determined by the result of expanded reproduction and consumption by individuals of economic benefits. Economic efficiency is the achieved ratio of income from the sale of economic benefits received in the process of expanded reproduction to the cost of resources that determined their receipt. Social efficiency is determined by the saved part in the income of individuals.

Keywords: socio-economic system, production, consumption, economic benefits, costs, savings, effectiveness, efficiency, social, economic.

Рытова Наталья Александровна

кандидат экономических наук, доцент, декан факультета производственного менеджмента и маркетинга

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк

accsiuga@mail.com

+7-949-336-33-13

Rytova Natalya

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Dean of the Faculty of Production Management and Marketing

Donetsk Academy of Management and Public Administration under the Head of Donetsk People's Republic, city Donetsk

УДК 323.321

ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

© 2022. Е. Н. Стрелина

В статье рассматриваются вопросы обеспечения экономической безопасности через призму инновационного развития на примере экономики страны, в целом, и на уровне отдельного предприятия, в частности. Отдельное внимание уделено связи роста ВВП и инвестиций в инновации и разработки. Также формализована схема перехода страны на инновационный вектор развития. Выделены конкретные практические шаги, которые позволят на государственном уровне реализовать инновационный потенциал и тем самым обеспечить экономическую безопасность. Кроме того, формализованы факторы, которые предопределяют важность инноваций для поддержки и наращивания экономической безопасности предприятия на современном этапе.

Ключевые слова: инновации, экономическая безопасность, государство, предприятие, разработки, потребители, экономика, инвестиции.

Постановка проблемы. Современные условия хозяйствования, процессы глобализации и цифровизации общественных отношений и систем обуславливают наличие значительных возможностей для экономического развития, но в то же время они являются источником возникновения и новых угроз на всех уровнях – государственном, отраслевом, региональном, уровне отдельного предприятия. Функционирование в условиях роста динамичности рынка, повышения активности конкурентной борьбы выдвигает перед субъектами экономики требования по оперативной защите собственных интересов. В данном контексте одной из ключевых целей развития как отдельной бизнес-структуры, так и страны в целом является обеспечение экономической безопасности, которая рассматривается как состояние эффективного использования имеющихся ресурсов и потенциальных возможностей, что позволяет предотвращать внутренние и внешние угрозы и обеспечивает условия устойчивого позиционирования на рынке [1].

Актуальность исследования. Формирование и функционирование эффективной системы экономической безопасности невозможно без ее постоянного развития, изменения функций, совершенствования форм, приемов, методов, средств, технологий работы специалистов, структурной реорганизации управления, адаптации к новым условиям для противодействия угрозам внутренней и внешней среды. На современном этапе развития мировой экономики, отличительной чертой которого является завершение пятого технологического уклада и фактическое начало четвертой промышленной революции, из числа наиболее эффективных средств обеспечения экономической безопасности можно выделить создание и внедрение инноваций, которые позволяют усилить и реализовать сравнительные конкурентные преимущества экономического субъекта и занять на этой основе прочные рыночные позиции [2]. Глобализация выдвигает новые требования к реформированию экономики, которые предполагают отказ от «сырьевой составляющей» и переход к «интеллектуальной», что в свою очередь подразумевает ориентацию экономических процессов на использование передовых технологий, прорывных инноваций и достижений научно-технического прогресса.

Известно, что инновационные процессы активизируются там, где есть

возможности производства нового продукта в результате научно-исследовательской деятельности, комплексно налажена процедура его материализации через конструкторские разработки и введения в массовое производство [3]. Одним из основных преимуществ инноваций является их вклад в экономический рост. Другими словами, инновации могут привести к повышению производительности, а это означает, что одни и те же затраты приносят больший результат. По мере роста производительности выпускается больше товаров и услуг, увеличивается заработная плата и прибыльность бизнеса, что в целом обеспечивает устойчивый экономический рост (рис. 1).

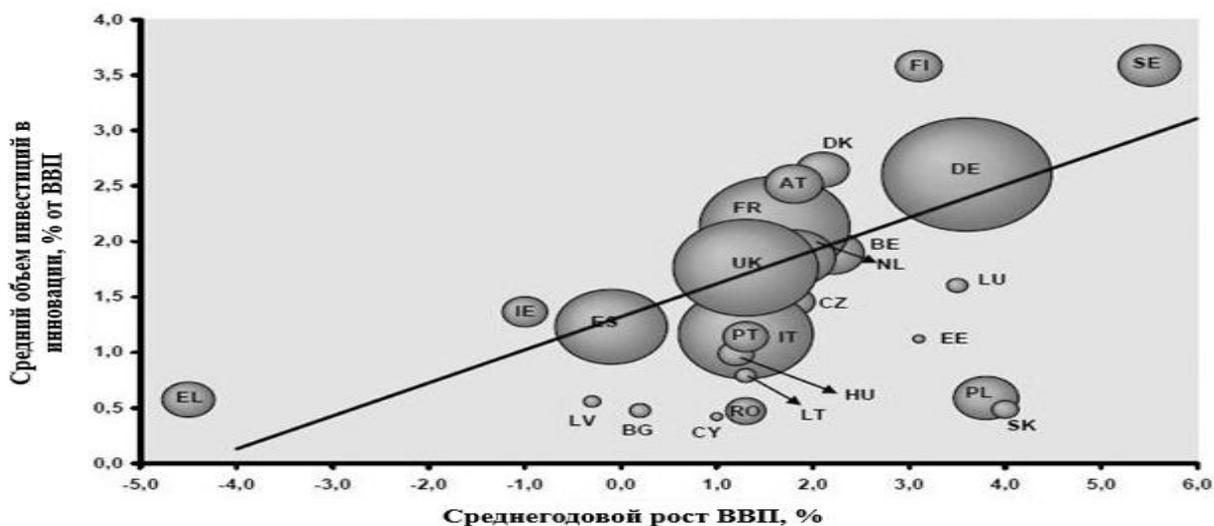


Рис. 1. Рост ВВП в некоторых странах Европы, который обеспечивается развитием инноваций [4]

С учетом вышеизложенного, в настоящее время вопросы формирования экономической безопасности находятся в плоскости научного исследования проблем инновационного развития и составляют предмет повышенного внимания отечественных и иностранных исследователей, что и обуславливает выбор темы данной статьи.

Анализ последних исследований и публикаций. В последнее десятилетие задачи обеспечения экономической безопасности на различных уровнях управления хозяйственной системой стали предметом многочисленных научных исследований, результаты которых раскрыты в публикациях Банка О. А., Масальского М. Г., Андреева Г. О., Малинина Н. Н., Марины И. О., Renwick N., Dent C. M., Nair Tamara, Chong Alan.

Специфика влияния инновационного потенциала страны на ее экономическую безопасность нашла свое отражение в работах Украинцева В. Б., Лепетиковой И. Ю., Васневой Е. В., Османова М. М., Lee Su-Hyun, Chong Alan, Kenneth Boutin J.D.

Над разработкой методологии управления инновационной деятельностью и инновационным развитием предприятий, отраслей и промышленных комплексов, как факторов обеспечения их экономической безопасности, трудились Масальский М. Г., Андреев Г. О., Малинин Н. Н., Марина И. О., Блонская А. А., Carr, C.; Furniss, J.; Morton, J.; Zhang, B.; Wang, L.; Tan, L.

Выделение нерешенной проблемы. Однако, несмотря на значительные

наработки, ряд ключевых аспектов в данной предметной плоскости остался нераскрытым и соответственно требует дополнительного изучения и развития. В частности, отдельного внимания заслуживают проблемы формализованного определения взаимосвязи между показателями состояния инновационной деятельности и критериями экономической безопасности субъекта хозяйствования. В уточнении нуждается порядок взаимодействия факторов, определяющих успех перехода национальной экономики на инновационный путь развития, а также его влияние на составляющие экономической безопасности государства.

Целью работы является исследование особенностей обеспечения экономической безопасности через призму инновационного развития на примере экономики страны, в целом, и на уровне отдельного предприятия, в частности.

Результаты исследования. В публикациях последних лет в процессе уточнения сущностного содержания понятия экономической безопасности специалисты объединяют две ранее распространенные концепции: концепцию экономической безопасности как формы развития экономического субъекта и концепцию экономической безопасности как метода противостояния угрозам [5]. Вследствие этого экономическая безопасность сегодня рассматривается как статическое явление – результат – определенное «безопасное» состояние субъекта, характеризующееся или обеспечивающее его защищенность от возможных угроз, и как динамическое – процесс, направленный на достижение и удержание «безопасного» состояния.

В свою очередь под инновационным развитием следует понимать сложный процесс прикладного характера, нацеленный на создание и внедрение инноваций с целью качественных изменений объекта управления и получения экономического, социального, экологического, научно-технического или иного вида эффекта, связанного с необходимым условием выживания и развития экономического субъекта в долгосрочной перспективе [6].

Многочисленные эмпирические наблюдения и эксперименты убедительно доказывают тот факт, что инновации являются движущим фактором прогресса экономического роста и экономического развития, они связаны между собой как причина и следствие, стимулируют и ассимилируют друг друга. Другими словами, инновации и экономическая безопасность пересекаются, оба изменяются в одном направлении в одно и то же время, и эта взаимосвязь свидетельствует об усилении роли инноваций в экономическом росте.

На рис. 2 приведена обобщенная схема перехода страны на инновационный путь развития с целью обеспечения экономической безопасности.

С практической точки зрения можно выделить ряд конкретных действий и инициатив, которые позволят стране реализовать инновационный потенциал развития и тем самым обеспечить высокий уровень экономической безопасности.

Во-первых, выход за рамки изолированной логики «чем больше, тем лучше» для внутренних НИОКР. За исключением довольно узких областей – таких как военное дело, кибербезопасность или биобезопасность – результаты внутренних исследований и инноваций должны интегрироваться в международное научное пространство с целью интенсификации процесса диффузии. Это означает, что правительство страны должно сочетать внутренние инвестиции в НИОКР с трансграничным сотрудничеством в области инноваций. Сформулированная как цель, задача государственных структур состоит в том, чтобы сочетать внутренние планы инвестиций в инновации и разработки с международным сотрудничеством для использования научно-технического потенциала за пределами страны. Это должно быть сопряжено с институциональными

инновациями для улучшения способности страны получать экономическую ценность или ценность для национальной безопасности от научных и инженерных достижений, происходящих за ее пределами.



Рис. 2. Схема перехода страны на инновационный путь развития

Во-вторых, устранение уязвимостей трансграничных цепочек поставок. Уязвимости национальной экономической безопасности, связанные с развитыми отраслями промышленности, часто являются прямым результатом организованных частными компаниями трансграничных цепочек поставок и их роли в инновациях. Рассмотрим, например, размещение и контроль производства полупроводников, которые определяются частными компаниями. Не существует очевидного прецедента для государственного регулирования или вмешательства правительства в отношении трансграничных цепочек поставок с целью повышения национальной экономической безопасности, основанной на инновациях. Поэтому для решения проблемы может потребоваться принятие нового законодательства на уровне страны. Это также предполагает, что исполнительная власть должна создать некий необоронный постоянный потенциал для раннего выявления уязвимостей, возможно, государственную структуру, которая может запустить процесс согласования или реконфигурации цепочки поставок до развития кризиса.

В-третьих, сделать удержание новых, развивающихся и технологически интенсивных отраслей промышленности национальным приоритетом. Сегодня две глобальные тенденции угрожают национальной экономической безопасности в этом плане. Во-первых, многие центры технологических стартапов набирают силу по всему миру и ищут лучшие условия финансирования, реализации без привязки к конкретной стране. Во-вторых, три десятилетия назад словосочетание «многонациональная корпорация» было синонимом крупных компаний, но глобализация знаний и сетей талантов сегодня означает, что многие небольшие технологические стартапы являются также многонациональными предприятиями. В результате даже новые отрасли, изобретенные и созданные в конкретной стране, уже совсем не обязательно останутся в национальных границах, поскольку они могут быть приобретены зарубежными инвесторами или самостоятельно переместиться за границу, потому что деловые или технические возможности там шире, разнообразней и привлекательней. Конечно, не все технологически емкие отрасли являются стартапами. Существуют очевидные

преимущества в области инноваций и экономической безопасности, когда страна является местом размещения производства в зрелых отраслях, таких как многие виды перерабатывающей промышленности, с глубокой и широкой технической базой [5]. На решения о местонахождении деятельности компаний влияет множество факторов, включая право собственности, историю, доступ на рынок, налоги, регулирование и антимонопольное законодательство. Однако научно-техническая политика должна играть важнейшую роль, особенно в том, как правительство поддерживает отечественную производственную деятельность через НИОКР и технические стартапы.

В-четвертых, обеспечить, чтобы качество и гибкость технической рабочей силы страны стали приоритетом экономической безопасности. Способность государства извлекать выгоду из отечественных НИОКР и глобальных сетей знаний зависит от качества и гибкости национального трудового потенциала, начиная от техников, инженеров и специалистов, и заканчивая докторами наук и технологическими предпринимателями. Политика, направленная на развитие человеческого капитала, должна охватывать образование, обучение и переподготовку в области технологий, инженерии и математики, а также предусматривать эффективные действия в отношении иммиграции, удержания и привлечения в страну талантов [3].

В-пятых, необходимо позиционировать науку и технологии в качестве одного из ключевых ориентиров во всех международных соглашениях правительства. Сегодня международные экономические, научно-технические и нормативные договоры все больше определяют внутренние инновации и способность страны извлекать экономическую выгоду из передовых достижений науки и техники.

Таким образом, резюмируя вышеизложенное, можно формализовать схему влияния инновационной деятельности на экономическую безопасность страны (рис. 3).

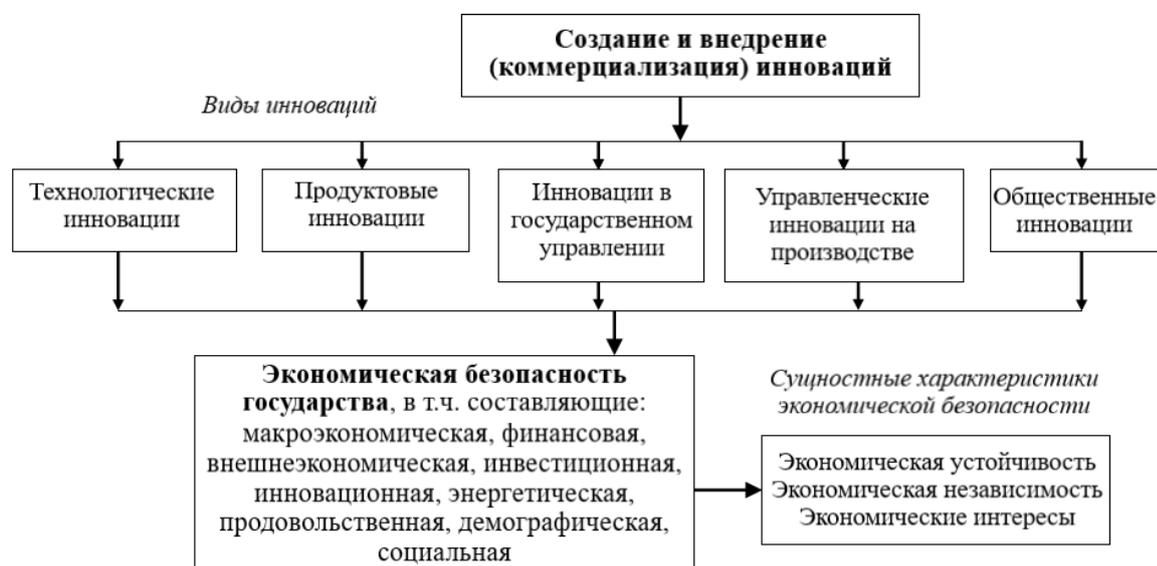


Рис. 3. Схема влияния инновационной деятельности на экономическую безопасность государства

На следующем этапе исследования рассмотрим более подробно влияние и вклад инноваций в обеспечение экономической безопасности предприятия.

Инновации на уровне отдельного субъекта хозяйствования – это не что иное, как жизненная сила его долгосрочного развития и роста. Без выделения ресурсов и

инвестиций в инновации большинство компаний не могут рассчитывать на увеличение прибыли с течением времени, выход на новые рынки или охват новых потребительских сегментов, а значит их экономическая безопасность находится под угрозой. Однако, чтобы обеспечить экономическую безопасность бизнеса ошибочно воспринимать инновации как просто разработку технологий или появление новых идей. В основе инноваций, поддерживающих устойчивость и стабильность работы предприятия, должна лежать его способность постоянно приносить клиентам больше пользы, чем конкуренты, с адекватной бизнес-моделью.

В свою очередь, чтобы спроектировать новую бизнес-модель, предприятие должно стремиться использовать новые способы взгляда на клиентов, отношения с ними, каналы, ценностные предложения, потоки доходов, структуры затрат, ключевые виды деятельности, партнерские отношения и ресурсы.

Можно выделить ряд факторов, которые предопределяют важность инноваций для обеспечения экономической безопасности предприятия на современном этапе.

1. Опережение потенциальных потрясений. При правильном подходе инновации в бизнесе позволяют оценить, куда движется рынок в связи с потенциальными перспективными разработками или меняющимися запросами потребителей. Бизнес может использовать эту информацию для внесения стратегических изменений и привлечения внутренних сотрудников к инновационной деятельности. Эти изменения могут включать в себя создание продукта или услуги, аналогичных тем, которые производят новые стартапы, покупку их у других компаний отрасли или партнерство с новичками.

2. Повышение эффективности. Многие инновации в бизнесе происходят за счет того, что существующие бизнес-процессы становятся менее затратными, менее трудоемкими и более устойчивыми. Эти изменения экономят время и облегчают адаптацию организации к изменениям в отрасли, обеспечивая гибкость, которая защищает от волатильности и рисков.

3. Привлечение и удержание талантов. Как никогда ранее, сотрудники, особенно представители миллениалов и поколения Z, хотят работать в целеустремленных, быстро развивающихся компаниях, которые, по их мнению, имеют большое будущее. Поэтому реализация инновационного вектора развития позволит предприятию привлечь и удержать таланты.

4. Восприятие бренда. Потребители охотнее покупают у компаний, которые, по их мнению, являются инновационными и социально ответственными.

Выводы. Таким образом, подводя итоги, отметим, следующее. В условиях глобальной конкуренции инновационный фактор определяет парадигму экономического развития и понятие экономической безопасности. Поэтому экономическую безопасность сегодня уже нельзя просто определять только как «состояние защищенности» без учета возможностей долгосрочного развития на инновационной основе. Такая связь между категориями и явлениями экономической безопасности и инновационным развитием обуславливает необходимость комплексного подхода к управлению ими.

Полученные результаты углубляют теоретические основы управления инновационным развитием национальной экономики в целом и отдельными предприятиями в частности, в контексте уточнения роли, места и характера влияния факторов, способствующих переходу на инновационный путь развития и росту на этой основе экономической безопасности. Дальнейшие исследования должны быть направлены на статистическое обоснование взаимосвязи между показателями

состояния инновационной деятельности и показателями состояния экономической безопасности субъектов на различных уровнях хозяйствования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пушкарева, Л. В. Стратегия экономической безопасности российской федерации: недостатки и пути совершенствования / Л. В. Пушкарева, В. С. Лисицына // Экономика XXI века: инновации, инвестиции, образование. – 2022. – Т. 10. – № 6. – С. 23-27.
2. Рыков, И. Ю. Синтетический подход к определению категории «экономическая безопасность» / И. Ю. Рыков // Аудиторские ведомости. – 2021. – № 4. – С. 140-144.
3. Гацоева, З. О. Механизмы и инструменты создания эффективной системы экономической безопасности предприятия / З. О. Гацоева, А. А. Джимиева, Д. Т. Тедтоева // Экономика и социум. – 2022. – № 9 (100). – С. 302-307.
4. Competitiveness and economic development in Europe: prospects and challenges / edited by Sławomir I. Bukowski, Alina Huz, Marzanna B. Lament. London: Routledge, 2021. – 218 p.
5. Хуснутдинова Г.Ф. Экономическая безопасность страны в условиях кризиса XXI века / Г. Ф. Хуснутдинова, Д. И. Качаева // Социальные и экономические системы. – 2022. – № 4 (28). – С. 164-175.
6. Балашева А. К. Обеспечение экономической безопасности страны путём цифровизации / А. К. Балашева, С. А. Казарова // Академия педагогических идей Новация. Серия: Студенческий научный вестник. – 2022. – № 5. – С. 23-25.

Поступила в редакцию 20.06.2022 г.

FEATURES OF ENSURING ECONOMIC SECURITY THROUGH THE PRISM OF INNOVATIVE DEVELOPMENT

E. N. Strelina

The article considers the issues of economic security through the prism of innovative development on the example of the country's economy, in general, and at the level of the individual enterprise, in particular. Separate attention is paid to the relationship of GDP growth and investment in innovation and development. The scheme of transition of the country to an innovative way of development is also formalized. Concrete practical steps which will allow to realize the innovative potential of development at the state level and thereby provide economic security are allocated. Besides, factors which predetermine importance of innovations for support and increase of economic security of enterprise at the present stage are formalized.

Keywords: innovation, economic security, state, enterprise, development, consumers, economy.

Стрелина Елена Николаевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
o.strelina@donnu.ru,
+7-949-353-02-15

Strelina Elena

Candidate of Economics, Associate Professor
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 657.1

ПЕРЕХОД ОРГАНИЗАЦИЙ НОВЫХ ТЕРРИТОРИЙ НА РОССИЙСКУЮ СИСТЕМУ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

© 2022. К. Ю. Татаров

Начиная с 2023 года на новых территориях, присоединенных к Российской Федерации в 2022 году, в полном объеме начинает осуществляться бухгалтерский учет по российским стандартам. Практическим бухгалтерам предстоит выполнить большой объем работы – от пересчета вступительных остатков, до формирования годовой отчетности. Украинская гривна начинает рассматриваться как иностранная валюта, а все бухгалтерские регистры переводятся в рубли. Пересчет осуществляется по курсу ЦБ РФ. Параллельно с этим возникает необходимость корректировки данных в бухгалтерских программах. В статье представлены практические рекомендации по подобному пересчету. Рассмотрены проблемы применения первичных учетных документов и предложены варианты их использования в переходном периоде, допускающим их оформление на двух языках. Выводы и предложения могут использоваться бухгалтерами коммерческих организаций, расположенных на новых территориях, в качестве практического пособия по адаптации учета к требованиям российского законодательства.

Ключевые слова: бухгалтерские регистры, присоединенные территории, пересчет остатков, новые субъекты, автоматизация учета.

Постановка проблемы. Бухгалтеры новых территорий, принятых в 2022 году в состав России, столкнулись с проблемой перевода учета с украинского законодательства на российское. Трудности оказались как в различии планов счетов, так и в пересчете данных бухгалтеров регистров. Первичные учетные документы, на основании которых производятся записи в регистрах, оказались оформленными на двух государственных языках – украинском и русском. Все это в купе породило целый пласт проблем, решать которые предстоит бухгалтерам присоединенных территорий.

Актуальность темы исследования. В соответствии с Федеральными конституционными законами «О принятии в Российскую Федерацию Луганской Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта – Луганской Народной Республики», «О принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта – Донецкой Народной Республики», «О принятии в Российскую Федерацию Херсонской области и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта – Херсонской области», «О принятии в Российскую Федерацию Запорожской области и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта – Запорожской области», политическая и экономическая мощь России приросла новыми территориями. 2 октября 2022 года Конституционным Судом РФ соответствующие международные договора признаны не противоречащим Конституции РФ. Переходный период, определенный всего в три календарных месяца, представляет собой очень короткий срок, в течение которого предстоит решить большое количество практических проблем бухгалтерского учета.

Анализ последних исследований и публикаций. Первоначальный анализ ситуации, связанной с вхождением в состав России новых территорий, был озвучен Президентом России В.В. Путиным [1]. Позже, в научных кругах обнародованы труды отечественных ученых, посвященных проблемам присоединения новых территорий. Данное явление рассмотрено с юридической [2] и гражданско-правовой точек зрения

[3]. Также начинают появляться труды современных ученых об интеграции новых территорий в состав России [4].

Выделение нерешенных проблем. Подобные разработки теоретическую направленность и посвящены юридическому анализу сложившейся ситуации. Исследованиям в экономической направленности осуществлены меньшем объеме [5], а в бухгалтерском учете исследования вообще минимальны.

Цель исследования. Целью настоящего исследования является выработка практического алгоритма действия юридических лиц, вне зависимости от вида деятельности и организационно-правовой собственности, ранее зарегистрированных на новых территориях Российской Федерации, по переходу на российские стандарты бухгалтерского учета. Для этого последовательно рассмотрены вопросы пересчета вступительных остатков по бухгалтерским регистрам и бухгалтерскому балансу, выработан механизм их пересчета по установленному курсу украинской гривны. Также сделаны выводы и внесены предложения по применению первичных учетных документов в течении переходного периода.

Результаты исследования. Результаты разработок могут быть использованы бухгалтерами организаций в процессе ведения учета, аудиторскими компаниями при подготовке программ аудита, а также аналитиками финансового рынка при составлении отчетов, использующих статистические данные о деятельности организаций на присоединенных территориях.

Методика перехода с плана счетов Украины на план счетов Российской Федерации. Указанные территории считаются вошедшими в состав Российской Федерации с 30 сентября 2022 года, с даты подписания соответствующих международных договоров. С этой даты Конституция РФ, Федеральные законы, нормативные акты министерств и ведомств РФ начинают свое действие на присоединенных территориях. Все вышеизложенное касается и бухгалтерского учета, государственным регулятором и методологом которого в Российской Федерации является Министерство финансов РФ.

В конце 2022 года на сайте Министерства финансов РФ размещена Информация № ПЗ-15/2022 «О ведении бухгалтерского учета на территориях новых субъектов Российской Федерации» (далее Информация), определяющая первоначальные принципы построения бухгалтерского учета на присоединенных территориях, а также устанавливающей переходный период адаптации учетного процесса новых субъектов к российским правилам и стандартам учета.

В частности, определено, что экономические субъекты, первоначально созданные на новых территориях после 30 сентября 2022 года, ведут бухгалтерский учет по правилам Российской Федерации, а также составляют, представляют и раскрывают бухгалтерскую (финансовую) отчетность в соответствии с российским законодательством. Первым отчетным периодом для подобных организаций является срок с даты регистрации по 31 декабря 2022 года. Государственная регистрация подобных субъектов осуществляется налоговыми органами РФ. С первого дня деятельности данные организации применяют российский план счетов, Федеральные стандарты бухгалтерского учета, иные нормативные документы, и на них первоначально распространяются все требования бухгалтерского законодательства.

Юридические лица, зарегистрированные на новых территориях до 30 сентября 2022 года, имеют право вести бухгалтерский учет и составлять бухгалтерскую отчетность до конца 2022 года в соответствии с правилами, действующими до указанной даты. Представление бухгалтерской отчетности за 2022 год в Российский

Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности (ГИРБО) в таком случае не производится. Принимая во внимание, что до конца 2022 года установлен переходный период, в течение которого допускается параллельное хождение обеих валют – российского рубля и украинской гривны, для целей составления и представления (публикации) бухгалтерской (финансовой) отчетности за 2022 год экономический субъект самостоятельно определяет валюту составления и представления (публикации) отчетности (п. 7 Информации). Таким образом, юридические лица, находящиеся на новых территориях, имеют право закрыть 2022 год по правилам, действующим на территории Украины, так как большую часть года они осуществляли экономическую деятельность под ее юрисдикцией. Экономический субъект волен самостоятельно определить порядок составления и представления бухгалтерской отчетности за 2022 год.

Начиная с 1 января 2023 года, Украинская гривна (UAH) начинает рассматриваться исключительно как иностранная валюта. Особенности формирования в бухгалтерском учете, в том числе бухгалтерской (финансовой) отчетности, информации об активах и обязательствах, стоимость которых выражена в иностранной валюте, установлены Положением по бухгалтерскому учету ПБУ 3/2006 «Учет активов и обязательств, стоимость которых выражена в иностранной валюте», утвержденным приказом Минфина России от 27 ноября 2006 г. № 154н (п. 8 Информации).

Трансформирование показателей бухгалтерских регистров, ранее выраженных в UAH, необходимо осуществить в рубли РФ по официальному курсу Центрального банка РФ на 31 декабря 2022 года, а именно 19,1387 UAH за 10 Р.

Процесс пересчета данных бухгалтерских регистров следует начинать с процесса сопоставимости (трансформации) планов счетов Украины и России. Проблема заключается в том, что по большинству позиций прослеживается явное несовпадение нумерации показателей. Примеры сопоставимости номеров счетов приведены в таблице 1.

Таблица 1

Соотношение плана счетов бухгалтерского учета Украины и России

Определение на Украине	Номер по плану счетов Украины	Номер по плану счетов России	Определение в России
1	2	3	4
Основные средства	10	01	Основные средства
Прочие необоротные материальные активы	11		Отдельно не учитывается
Нематериальные активы	12	04	Нематериальные активы
Износ (амортизация) материальных активов Амортизация основных средств	13	02	Амортизация основных средств
Долгосрочные финансовые инвестиции	14	58	Финансовые вложения
Капитальные инвестиции	15	08	Вложения во внеоборотные активы
Долгосрочные биологические активы	16	08 (11)	Вложения во внеоборотные активы (Животные на выращивании и откорме)

Продолжение табл. 1

1	2	3	4
Отсроченные налоговые активы	17	09	Отложенные налоговые активы
Долгосрочная дебиторская задолженность и прочие необоротные активы	18	62(76)	Расчеты с покупателями и заказчиками (Расчеты с разными дебиторами и кредиторами)
Гудвил	19	04	Нематериальные активы, с учетом ФСБУ-14/2022
Производственные запасы	20	10	Материалы
Текущие биологические активы	21	11	Животные на выращивании и откорме
Малоценные и быстроизнашивающиеся предметы	22	10	Материалы
Производство	23	20	Основное производство
Брак в производстве	24	28	Брак в производстве
Полуфабрикаты	25	21	Полуфабрикаты собственного производства
Готовая продукция	26	43	Готовая продукция
Товары	28	41	Товары
Наличность	30	50	Касса
Счета в банках	31	51	Расчетные счета
Прочие денежные средства	33	55	Специальные счета
Краткосрочные векселя полученные	34	62	Расчеты с покупателями и заказчиками
Текущие финансовые инвестиции	35	58	Финансовые вложения
Расчеты с покупателями, заказчиками	36	62	Расчеты с покупателями и заказчиками
Расчеты с разными дебиторами	37	76	Расчеты с разными дебиторами и кредиторами
Резервы сомнительных долгов	38	63	Резервы по сомнительным долгам
Расходы будущих периодов	39	97	Расходы будущих периодов
Зарегистрированный (паевый) капитал	40	80	Уставный капитал
Капитал в дооценках	41	83	Добавочный капитал
Дополнительный капитал	42	83	Добавочный капитал
Резервный капитал	43	82	Резервный капитал
Нераспределенные прибыли (непокрытые убытки)	44	84	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)
Изъятый капитал	45	81	Собственные акции (доли)
Обеспечение предстоящих расходов и платежей	47	96	Резервы предстоящих расходов
Целевое финансирование и целевые резервы	48	86	Целевое финансирование
Долгосрочные займы	50	67	Долгосрочные кредиты и займы
Отсроченные налоговые обязательства	54	77	Отложенные налоговые обязательства
Краткосрочные займы	60	66	Краткосрочные кредиты и займы
Расчеты с поставщиками, подрядчиками	63	60	Расчеты с поставщиками и подрядчиками
Расчеты по налогам и платежам	64	68	Расчеты по налогам и сборам
Расчеты по страхованию	65	69	Расчеты по социальному страхованию и обеспечению.
Расчеты по выплатам работникам	66	70	Расчеты с персоналом по оплате труда
Доходы от реализации	70	90	Продажи

Окончание табл. 1

1	2	3	4
Прочий операционный доход	71	91	Прочие доходы и расходы
Прочие финансовые доходы, Прочие доходы	72,73	91	Прочие доходы и расходы
Все счета класса 8	80-86	20	Основное производство
Себестоимость реализации	90	90	Продажи
Общепроизводственные расходы	91	25	Общепроизводственные расходы
Административные расходы	92	26	Общехозяйственные расходы
Расходы на сбыт	93	44	Расходы на продажу
Налог на прибыль	98	99	Прибыли и убытки

Следует отметить, что в Таблице 1 приведена нумерация исключительно синтетических счетов. В нормативных актах обоих государств имеются установленные счета аналитического учета, использование которых предопределено на нормативном уровне. Перенос показателей необходимо осуществлять с учетом данных субсчетов.

По окончанию процесса сопоставимости, охватывающим все счета бухгалтерского учета Украины и России, украинские счета должны быть закрыты, а их значения перенесены на соответствующие российские счета. В последующем, все факты хозяйственной жизни должны быть отражены только с использованием российских счетов.

На все организации, отвечающие российским требованиям микро, малого и среднего предпринимательства, распространяется право ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской отчетности в упрощенном порядке, однако, подобный подход необходимо закрепить в учетной политике. В частности, организация может задействовать сокращенный рабочий план счетов и переносить показатели с учетом подобного сокращения.

Пересчет данных бухгалтерского баланса. Проведя процедуру сопоставимости счетов, необходимо выполнить пересчет данных. Задача бухгалтера на данном этапе определяется как перевод учета на российские рубли. Подобный подход осуществляется пересчетом конечных остатков, сформированных в регистрах бухгалтерского учета на 31 декабря 2022 года в UAH, и курса Центрального банка РФ. Округления осуществляются по правилам математики. В качестве примера рассмотрим пересчет остатков по следующим показателям - основные средства, готовая продукция, долгосрочные кредиты и займы, уставный капитал. Выбор данных счетов обусловлен принципиальным тождеством количества активных и пассивных счетов и наглядностью составления баланса с равным количеством строк актива и пассива.

Исходные данные бухгалтерского баланса представлены в таблице 2 (в скобках указан план счетов Украины).

Таблица 2

Бухгалтерский баланс перед пересчетом (фрагмент)			
АКТИВ (UAH)		ПАССИВ (UAH)	
Основные средства (100)	9 500 000	Долгосрочные займы (50)	10 300 000
Готовая продукция (26)	1 800 000	Зарегистрированный (паевый) капитал (40)	1 000 000
ИТОГО:	11 300 000	ИТОГО:	11 300 000

Результаты пересчета представлены в таблице 3.

Таблица 3

Пересчет бухгалтерского баланса

Показатель на 31 декабря 2022 г.	Величина показателя (UAH)	Курс валюты	Величина, Р
Основные средства	9 500 000	10 : 19,1387	18 181 765
Готовая продукция	1 800 000	10 : 19,1387	3 444 966
Долгосрочные займы	10 300 000	10 : 19,1387	19 712 861
Зарегистрированный (паевый) капитал	1 000 000	10 : 19,1387	1 913 870

Результаты подобного пересчета остатков следует оформить отдельным актом. Форма подобного документа методологическими документами не урегулирована. Поэтому его форму организации следует разработать самостоятельно. Этот акт будет являться первичным документом для отражения сумм изменений в учетных регистрах.

Бухгалтерский баланс, сформированный по состоянию на 1 января 2023 года, представлен в таблице 4 (в скобках указан План счетов РФ):

Таблица 4

Бухгалтерский баланс после пересчета (фрагмент)

АКТИВ (Р)		ПАССИВ (Р)	
Основные средства (01)	18 181 765	Долгосрочные кредиты и займы (67)	19 712 861
Готовая продукция (43)	3 444 966	Уставный капитал (80)	1 913 870
ИТОГО:	21 626 731	ИТОГО:	21 626 731

Перенос данных бухгалтерских регистров в условиях использования компьютерных программ. В процессе перехода на российскую методологию бухгалтерского учета возникает закономерный вопрос о возможности применения компьютерных программ, ранее использовавшихся украинскими предприятиями для ведения бухгалтерского учета. Вопрос технической адаптации украинского ПО к российскому обеспечению мы не рассматриваем. Несомненно, что вопрос следует решать индивидуально в каждом варианте.

В большинстве случаев имеет смысл «заморозить» украинскую программу на компьютере, заархивировать все данные и установить новое бухгалтерское программное обеспечение, разработанное на территории РФ. С практической точки зрения, мы считаем более удобным использовать общераспространенные программы, имеющие разветвленную франчайзинговую сеть и обеспечивающих актуальность учета. Использование самостоятельно разработанных программ допускается при условии адаптации их работы под российское законодательство.

Если организацией принято решение об установке нового программного обеспечения, то возникает необходимость введения первоначальных остатков. В таблице 5 приведен практический алгоритм ввода остатков.

Примечание: в качестве корреспондирующего счета используется счет 00, выполняющего исключительно техническую роль. Данный счет по определению является активно-пассивным и конечного сальдо не имеет. По окончании процесса ввода остатков, счет 00 должен автоматически закрыться.

Таблица 5

Алгоритм ввода первоначальных остатков при применении Российского программного обеспечения

Показатель	Значение, Р	Дебет	Кредит
Основные средства	18 181 765	01	00
Готовая продукция	3 444 966	43	00
Долгосрочные кредиты и займы	19 712 861	00	67
Уставный капитал	1 913 870	00	80

Если организацией принято решение о продолжении работы в старой программе, то возникает необходимость корректировки данных. Техническую корректировку показателей в бухгалтерских программах лучше доверить специалистам сервисного центра. Однако, бухгалтером может быть принято решение о самостоятельном осуществлении подобной операции. В этом случае необходимо посчитать разницу (отклонение) денежных показателей. В регистрах бухгалтерского учета будут сформированы проводки исключительно на сумму отклонения. Результаты представлены в авторской таблице 6.

Таблица 6

Перенос сальдо по счетам России и Украины в условиях компьютерных технологий

Дебет	Кредит	Сумма	Комментарии
01	100	9 500 000	Закрываем украинский счет 100 «Основные средства»
01	00	8 681 765	Доначисляем разницу показателей
43	26	1 800 00	Закрываем украинский счет 26 «Готовая продукция»
43	00	1 644 966	Доначисляем разницу показателей
50	67	10 300 000	Закрываем украинский счет 50 «Долгосрочные займы»
00	67	9 412 861	Доначисляем разницу показателей
40	80	1 000 000	Закрываем украинский счет 40 «Зарегистрированный (паевый) капитал»
00	80	913 870	Доначисляем разницу показателей

В итоге подобных действий, технический счет 00 должен закрыться. Также должны быть «обнулены» все украинские счета, а все показатели окажутся перенесены на российские счета бухгалтерского учета.

Подобный ввод, по нашему мнению, удобнее будет выполнить по состоянию на 1 января 2023. Но первоначально необходимо закрыть годовые обороты за 2022 год. Также, в течении всего 2023 года необходимо помнить, что в оборотно-сальдовой ведомости будут содержаться данные, учитывающие подобный перенос, и обороты по используемым счетам будут отражать не совсем достоверные данные.

Переходный период использования первичных учетных документов. Начиная с 2022 года на территории Российской Федерации действует ФСБУ-27/2021, посвященный первичным документам бухгалтерского учета.

Первое время, после начала применения российских стандартов бухгалтерского учета в практике организаций, расположенных на новых территориях, может сложиться ситуация параллельного использования первичных документов, составленных на разных языках.

В соответствии с п.5 документы бухгалтерского учета должны быть составлены на русском языке. Начиная с 1 января 2023 года подобное требование распространяется на новые территории. Однако, часть документов и учетных регистров, находящихся в пользовании организаций, оформлены с использованием украинского языка – официального языка Украины. ФСБУ-27/2021, в п.6, требует, чтобы документы бухгалтерского учета, составленные на иностранном языке, содержали построчный

перевод на русский язык. По нашему мнению, в сложившейся ситуации подобное нормативное требование должно исполняться по избирательному принципу. А именно:

документы, принимаемые к бухгалтерскому учету и создаваемые внутри организации после 1 января 2023 года, должны быть составлены на русском языке;

документы, составленные ранее, но находящиеся в использовании в настоящее время, а также все документы в архивах организации, не требуют обязательного построчного перевода. Все заинтересованные пользователи, находящиеся на новых территориях (инспекторы, аудиторы, консультанты), ранее проживали на этой же территории в периоды украинской юрисдикции и свободно владели украинским языком, как государственным языком страны. Прочтение и понимание документов, составленных на украинском языке, по нашему мнению, у подобных субъектов, затруднений вызывать не должно.

использование документов, ранее составленных на украинском языке, в случае не владения заинтересованным пользователем украинским языком, возможно только после его перевода. В этом случае требование построчного перевода является обязательным. Построчный перевод, по нашему мнению, необходимо приложить к первичному документу в случае его затребования государственными органами - налоговыми, следственными, судебными и иными структурами.

На новые территории также распространяются требования российских нормативных документов в части применения электронных первичных документов.

Выводы. Ассимиляция новых территорий в составе Российской Федерации представляет собой длительный процесс, затрагивающий все сферы – от деятельности государственных институтов до частной жизни граждан. Перевод бухгалтерского учета новых территорий на российское нормативное и методологическое обеспечение является одной из основных задач текущего времени. Переходный период составил чуть более трех месяцев, что явно недостаточно для интеграции юридических лиц новых территорий в учетный процесс России. Разработанные и представленные в настоящем исследовании практические алгоритмы действий ускорят адаптацию украинских бухгалтеров, и позволят сократить сроки реальных переходов на российские стандарты. Правильный и методически достоверный пересчет данных позволит проводить качественный финансовый анализ бухгалтерской отчетности. Сопоставимость данных бухгалтерских регистров даст возможность продолжать ведение бухгалтерского учета по объектам и активам, приобретенным в период украинской юрисдикции. Описываемый процесс должен быть завершен в кратчайшие сроки, так как уже в апреле 2023 года бухгалтерам организаций, зарегистрированных на новых территориях Российской Федерации, предстоит сдача первоквартильной налоговой и промежуточной бухгалтерской отчетности, составленной на основании нормативных документов РФ, и рассмотренный процесс должен обеспечить сопоставимость учетных данных. Несмотря на то, что исследование проводилось на основании плана счетов для всех организаций негосударственного сектора, полученные результаты и выводы могут быть использованы для государственного сектора и органов государственной власти.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Путин, В. В. Обращение Президента Российской Федерации о признании независимости Донецкой и Луганской Народных Республик / В. В. Путин // Представительная власть - XXI век: законодательство, комментарии, проблемы. – 2022. – № 1-2(192-193). – С. 1-12. – DOI 10.54449/20739532_2022_1-2_1. – EDN MDZYWF.

2. Савоськин, А. В. Размышления о конституционно-правовой процедуре принятия новых субъектов в состав Российской Федерации / А. В. Савоськин, В. А. Галицков // Право и государство: теория и практика. – 2022. – № 11(215). – С. 96-99. – DOI 10.47643/1815-1337_2022_11_96. – EDN JCPFХВ.

3. Шевцова, И. П. О проблемах и перспективах присоединения новых территорий к Российской Федерации в результате событий 2014 и 2022 годов / И. П. Шевцова, В. Н. Письменов // Право как искусство добра и справедливости : сборник научных трудов 3-й Всероссийской научной конференции памяти д.ю.н., профессора О.Г. Лариной, Курск, 10 ноября 2022 года / Юго-Западный государственный университет; Союз криминалистов и криминологов; МГЮА имени О.Е. Кутафина. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 378-382. – EDN FQYGXH.

4. Ротерс, Т. Т. Развитие науки как основа социально-экономической стабильности Луганской народной Республики / Т. Т. Ротерс // Человек. Наука. Социум. – 2022. – № 1(9). – С. 6-30. – EDN TИFFFO.

5. Гурович, А. М. Проблемные аспекты организации финансового обеспечения новых присоединенных субъектов Российской Федерации / А. М. Гурович // Индустриальная экономика. – 2022. – Т. 8. – № 3. – С. 695-698. – DOI 10.47576/2712-7559_2022_3_8_695. – EDN GVLBUT.

Поступила в редакцию 17.06.2022 г.

TRANSITION OF ORGANIZATIONS OF NEW TERRITORIES TO THE RUSSIAN ACCOUNTING SYSTEM

K. Y. Tatarov

Starting from 2023, in the new territories annexed to the Russian Federation in 2022, accounting according to Russian standards begins to be carried out in full. Practical accountants have to perform a large amount of work - from the recalculation of entrance balances to the formation of annual reports. The Ukrainian hryvnia begins to be considered as a foreign currency, and all accounting registers are converted into rubles. Recalculation is carried out at the rate of the Central Bank of the Russian Federation. In parallel with this, there is a need to adjust the data in accounting programs. The article provides practical recommendations for such a recalculation. The problems of application of primary accounting documents are considered and options for their use in the transition period, allowing their registration in two languages, are proposed. Conclusions and proposals can be used by accountants of commercial organizations located in new territories as a practical guide to adapting accounting to the requirements of Russian legislation.

Key words: accounting registers, annexed territories, recalculation of balances, new subjects, automation of accounting.

Татаров Константин Юрьевич

кандидат экономических наук, главный бухгалтер

Группа компаний «Декарт», г. Москва

8-916-690-01-73

ktatarov@mail.ru

Tatarov Konstantin

Candidate of Economic Sciences, Chief Accountant of the Descartes

Group of Companies, Moscow

УДК 338.242.2; 005.8

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ С УЧЕТОМ РИСКОВОГО ПОДХОДА

© 2022. А. Л. Тофан

Статья посвящена исследованию проблемы внедрения рискованного-(риск-ориентированного) подхода в практику управления проектами. Определены основные преимущества рискованного (риск-ориентированного) подхода от традиционного. Дано определение понятия управления рисками проекта в системе рискованного (риск-ориентированного) подхода.

Ключевые слова: проект, рискованый подход, управление проектами, управление рисками.

Постановка проблемы. Процесс ведения экономической деятельности в настоящий момент связан со значительными макроэкономическими проблемами: геополитические потрясения, нарушение состояния «steady-state economy» (экономика с относительно стабильными главными показателями), инфляция, инвестиционный кризис, бюджетный дефицит, государственный долг, демонетизация экономики, высокие риски и быстро растущая нестабильность. Поэтому подходы, что используются для реализации проектов разных уровней сложности и важности, нуждаются в корректировках и адаптации к меняющимся условиям.

Актуальность исследования. Не смотря на значительный отечественный и особенно зарубежный опыт в управлении проектах, в настоящее время отсутствует научно обоснованная система управления проектными рисками. Концепция риск-ориентированного мышления направлена на реализацию в условиях неопределенности, что выделяет ее как наиболее гибкую и эффективную в условиях современных требований.

Анализ последних исследований и публикаций. Отдельным аспектам проблем управления проектами и анализ проектных рисков посвящены научные труды многих ученых. Среди зарубежных авторов можно выделить Верзух Е., Брейли Р., Бейли Дж., Клиффорд Ф. Грей, Редхеда К., Шарпа У., Филлипс Д. и др.

В отечественной экономической науке данная проблематика рассматривалась в исследованиях Батенко Л. П., Глуценко И. И., Воропаева В. И., Деевой А. И., Катасонова В. Ю., Качалова Р. М., Клейнера Г. Б., Морозова Д. С., Колтынюка Б. А., Лимитовского М. А., Масленниковой О. А., Раза М. Л., Райзберга Б. А., Саркисяна А. М., Тамбовцева В. Л., Фатхутдинова Р. А., Шапиро В. Д. и др.

Выделение нерешённой проблемы. Несмотря на пристальное внимание как практиков, так и ученых к данной проблеме, вопросы управления проектами являются актуальными. В частности, нуждаются в дальнейшей разработке вопроса усовершенствования существующих методик оценки риска проектов, учитывая современные экономические условия.

Целью исследования является исследование сущности управления проектами, возникающих во время реализации проекта у учетом рискованного (риск-ориентированного) подхода.

Результаты исследования. Любые проекты, будь то технологические, маркетинговые, финансовые, не могут не сопровождаться риском. Чем сложнее и многофункциональнее проект, тем больше процессов запускается и, соответственно, увеличиваются негативные вероятности при его реализации. Такая ситуация требует

создания адаптивной и эффективной системы управления проекта с учетом рисков (риск-ориентированного) подхода.

Традиционные подходы управления в проектах выражаются в последовательном или параллельном выполнении цепочки «задача – решение – цель» (идеальная модель). Однако, такой подход неприемлем в хозяйственной практике из-за многозадачности и высокой степени неопределённости, которая характеризуется условиями функционирования хозяйствующих систем. Частично решение данной проблемы возможно за счет создания системы управления рисками (СУР) на предприятии.

Однако, в процессе реализации проекта необходимо постоянно отслеживать его результативность и эффективность для уточнения достижимости целевых критериев предприятия/проекта. Данный аспект, несмотря на кажущуюся очевидность, не всегда учитывается и достигается в принимаемых решениях и бизнес-процессах. Это связано с тем, что на большинстве предприятий/компаниях влияние человеческого фактора, не всегда квалифицированного с области рискологии, максимально, а также, особенностью регуляторных документов, которые определяют процесс управления рисками; и т.д.

Реализация рисков (риск-ориентированного) подхода данную цепочку в управлении риском представляет в виде «цель – задача – решение – возможные риски – решение – цель». При этом неопределенность, многозадачность остаются неизменными параметрами в принятии решений для успешной реализации цели компании/проекта. То есть, по своей сути, рисков или риск-ориентированный подход является интегрированным элементом системы достижения целей предприятия/компании.

Применение рисков (риск-ориентированного) подхода возможно на:

- на уровне предприятия/компании;
- на уровне проекта;
- на уровне мониторинга.

Таким образом, управление рисками проекта в системе рисков (риск-ориентированного) подхода это процесс *достижения целей* предприятия через принятие и выполнение управленческих решений, направленных на снижение вероятности непланового результата и минимизацию возможных потерь, вызванных его реализацией.

В процессе разработки системы управления проектом с учетом рисков (риск-ориентированного) подхода необходимо решить следующие задачи:

- использование единообразных и последовательных подходов к выявлению, оценке и элиминированию рисков проекта для достижений целей проекта;
- формирование возможности для акционеров (владельцев) задавать и отслеживать качество управления рисками проекта на основе четких и понятных критериев;
- организация целенаправленной деятельности по управлению рисками с целью снижения их до приемлемого уровня, либо передача третьей стороне;
- оперативное реагирование на возникающие рисков события, отслеживание изменений внешней и внутренней бизнес-среды;
- обеспечение комплексной работы по управлению рисками на регулярной основе, четко разграничив ответственность за наступление рисков событий между различными направлениями деятельности и уровнями управления;

- обеспечение функционирования внутреннего контроля и аудита, а также раскрытие информации по рискам и обеспечение внешнего надзора за реализацией проекта (при необходимости);
- снижение возможных рисков потерь и оптимизация затрат на все мероприятия, направленные на элиминирование рисков;
- внедрение информационной системы интегрированного управления рисками проекта [4].

В практической деятельности фирм очень часто происходит ситуация, когда в работе одновременно несколько проектов. Их количество обычно зависит от размера компании и масштабов ее деятельности, при этом исходным моментом является заинтересованность всех проектных команд в получении всех видов ресурсов компании. Но именно рискованный подход позволит наиболее эффективно использовать ресурсы и время компаний.

Активное управление проектами с учетом рискованного подхода состоит в формировании сознательного отношения к риску и в такой организации процесса управления проектом, чтобы проявившийся фактор риска не стал неожиданностью для руководителя, и чтобы не пришлось в спешке принимать необоснованные решения не способные максимально быстро и четко достичь целей компании/проекта.

Мероприятия управления рисками при реализации проектов с учетом рискованного (риск-ориентированного) подхода, целесообразно разделить на два блока: дособытийные и послесобытийные методы управления рисками (рис. 1).

Цель – снижение вероятности негативного события, соответствие требованиям регуляторов, снижение расходов, выбор наиболее эффективных вариантов бизнес-процессов проекта

ДОСОБЫТИЙНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ
(Risk control, Risk control to stop losses)



РИСКОВОЕ СОБЫТИЕ



ПОСЛОСОБЫТИЙНЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ
(Risk financing, Risk control to pay for losses)

Цель – финансирование риска и формирование финансовых источников и схем покрытия ущерба

Рис. 1. Мероприятия, связанные с риском по отношению к моменту возникновения риска

Дособытийные мероприятия управления рисками направлены на предупреждение и минимизацию вероятности наступления рискованных событий. Значительно эффективнее опережение событий, получение информации о потенциальном появлении

неизвестного риска заранее, когда есть возможность скорректировать процесс без повторения определенных работ. Такие мероприятия связаны в основном с изменением самих рисков, т.е. предполагают осуществление таких мер, которые будут препятствовать реализации соответствующих рисков. Этот тип методов часто ассоциируется с проведением предупредительных (превентивных) мероприятий;

Разрабатываются такие мероприятия на стадии планирования реагирования на риски (рис. 2), но в процессе управления проектами значимость каждой стадии рискованного (риск-ориентированного) подхода нельзя недооценивать..

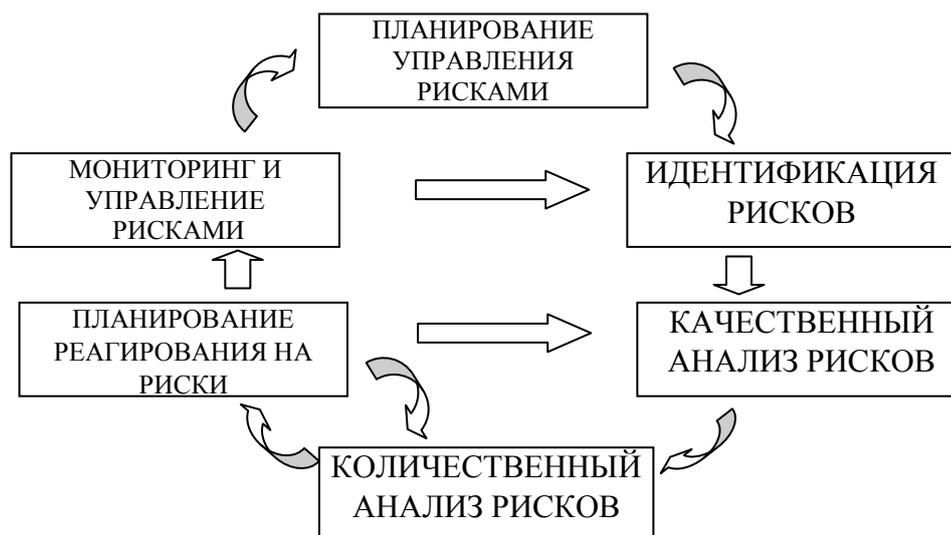


Рис. 2. Процессы управления рисками проектов

В каждом проекте обязательно имеются неизвестные (неопределенные) риски и их доля в общем объеме рисков зависит от того, в какой сфере реализуется проект. Соответственно, дособытийные мероприятия в виде сценариев развития (дерево решений, сценарный метод, диаграмма галстук-бабочка и т.д.) Но практика реагирования на неизвестные риски только после их появления связана с достаточно большими затратами, постоянной изменяющейся потребностью в ресурсах, ограничениях со стороны регулятивных органов и т.д.

Выводы. Предупреждение рисков, угрожающих развитию проектов, ставит вопрос о создании системы эффективного управления рисками проектов для достижения целей высоких целей компании в контексте заблаговременного/дособытийного предупреждения грозящей опасности и принятия необходимых мер защиты и противодействия.

Понимание того, что более эффективными являются мероприятия по предупреждению и минимизации рисков событий в процессе реализации проектов, подводит к необходимости создания методологии, которая действует на принципах рискованного (риск-ориентированного) подхода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. О применении риск-ориентированного подхода при организации отдельных видов государственного контроля (надзора) и внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации% Постановление Правительства РФ от 17 августа 2016 г. № 806 (с изменениями и дополнениями). – URL: <https://base.garant.ru/71473944/?ysclid=lf116nn6ti23371428>.

2. PMI PMBOK. Руководство к Своду знаний по управлению проектами», 3-е изд., PMI, 2004. – URL: <https://biconsult.ru/files/datavault/PMBOK-6th-Edition-Ru.pdf?ysclid=lf1178csqf208193272>.
3. Гавель, О. Ю. Аналитические процедуры в управлении проектными рисками / О. Ю. Гавель // Учет. Анализ. Аудит. – 2015. – № 1. – С. 28-33. – EDN UCQUKV.
4. Моргунова, Н. В. Проблемы управления рисками в проектном финансировании / Н. В. Моргунова, Н. А. Корниенко // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2020. – Т. 3, № 1. – С. 90-97. – EDN ELZCUD.
5. Сорокин, Л. В. Проектные риски: классификация методы анализа и управление / Л. В. Сорокин; Под редакцией В.М. Матюшка. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2019. – 64 с. – ISBN 978-5-209-08973-5. – EDN NAOYLL.
6. Никсон Д. Кризис проекта: анализ ошибок и варианты выхода с минимальными потерями / Дэвид Никсон; [пер. с англ. А.В.Набирухиной, под. ред. Т.Н. Жуковой]. – М.: Эксмо, 2009. – 256 с.
7. Хисамов, Р.А. Внедрение риск-ориентированного подхода в деятельность организации/. Хисамов Р.А., Батина А.В. // Международный студенческий научный вестник. – 2020. – № 3. – URL: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=20122&ysclid=lf115z9eha425665735>.

Поступила в редакцию 13.06.2022 г.

PROJECT MANAGEMENT WITH A RISK-BASED APPROACH

A. L. Tofan

The article is devoted to the study of the problem of introducing a risk-based approach into the practice of project management. The main advantages of the risk-based approach from the traditional one are determined. The definition of the concept of project risk management in the system of risk (risk-oriented) approach is given.

Keywords: project, risk approach, project management, risk management.

Тофан Ангелина Львовна

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятия
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
a.tofan@donnu.ru
+7-949-394-84-83

Tofan Angelina

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Enterprise Economics
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 330.46

АНАЛИЗ РЫНКА ИТ-АУТСОРСИНГОВЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© 2022. Л. И. Тымчина

В статье проанализирована динамика объема и темпов прироста рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации за 2006-2020 гг., что позволило установить причинно-следственную связь между глобальными экономическими процессами и темпами развития исследуемого рынка. Установлено, что пандемия, вызванная COVID-19, положительно повлияла на развитие рынка ИТ-аутсорсинговых услуг. Определены факторы, которые обеспечили рост объема рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации. Изучение показателей деятельности ведущих аутсорсинговых компаний Российской Федерации, позволило определить услуги, на которые возрос потребительский спрос. Проведенный отраслевой разрез проектов ИТ-аутсорсинга в Российской Федерации позволил установить, что чаще всего аутсорсинговые проекты реализуются в государственном секторе, сфере финансовых услуг и торговле. Определены тенденции развития рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации.

Ключевые слова: информационные технологии, аутсорсинговые услуги, рынок, ИТ-аутсорсинг, тенденции развития.

Постановка проблемы. Модели предоставления услуг постоянно развиваются. В Российской Федерации компании все чаще переходят к использованию глобальных, более многофункциональных и виртуальных или удаленных моделей, особенно благодаря опыту, полученному в результате COVID-19. В связи с чем набирает обороты развитие рынка аутсорсинговых услуг информационных технологий (ИТ).

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросами развития рынка аутсорсинговых услуг занимались отечественные ученые Б.А. Аникин [1], Е.А. Федорова [2], П.М. Костенко [3], Д.В. Ланская [4], М.А. Тимофеев [5], В.А. Черненко [6], С.В. Юрьев [7] и др. Авторы поднимают ряд основополагающих вопросов, относящихся к аутсорсингу, и уточняют его сущность, методологические основы, научно-методические подходы к оценке рисков и прочее.

Исследованиями особенностей развития рынка ИТ-аутсорсинговых услуг занимались Е.Ю. Гаджиева [8], Д.А. Стапран [9], С.Б. Алексеев [10], И.Б. Лейзин [11], Т.Н. Батова [12], А.В. Игнатъев [13] и др.

Особую практическую ценность имеют исследования зарубежных организаций по вопросам развития рынка аутсорсинговых услуг: Accelerance [14], Deloitte [15], Statista [16], IAOP [17] и др.

Выделение нерешённых проблем. Агрессивная санкционная экономическая политика Западных стран против Российской Федерации привела к ответным мерам со стороны последней, что проявилось в виде политики импортозамещения, которая уже показала свою эффективность на ряде отраслей экономики. С начала проведения специальной военной операции иностранные ИТ-компании покинули рынок аутсорсинговых услуг и ИТ в целом, что позволило отечественным компаниям укрепиться в своих нишах и развить новые направления деятельности. В сложившихся условиях особое значение имеет постоянный мониторинг и анализ развития рынка ИТ-аутсорсинговых услуг с целью недопущения деструктивных процессов в отрасли.

Целью работы является проведение анализа и определение тенденций развития рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации.

Результаты исследования. ИТ-аутсорсинг представляет собой предоставление услуг, которые позволяют оптимизировать деятельность компании за счет передачи непрофильных функций, связанных с ИТ, внешним специализированным компаниям. Чаще всего это такие функции как обслуживание компьютерного или сетевого оборудования, поддержка программного обеспечения, создание и ведение информационных сайтов в интернете, ИТ-обучение и тренинги и т.п.

В Российской Федерации рынок ИТ-аутсорсинговых услуг развивается более 15 лет. Динамика объема и темпов прироста рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации за 2006-2020 гг. представлена рис. 1.



Рис. 1. Динамика объема и темпов прироста рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации за 2006-2020 гг. (составлено на основе [18-19])

За 2006-2020 г. объем рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации вырос на 3,76 млрд. долл. или в 2,3 раза, а среднегодовой темп прироста составил 7,7%. Отрицательный темп прироста объема рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в размере 31,2% наблюдался в 2009 г., что явилось следствием мирового финансового кризиса 2008 г. Также отрицательный темп прироста наблюдался в 2014 г. и 2015 г. в размере 15,0% и 31,0% соответственно, что было связано с введением санкций против Российской Федерации.

Наблюдается рост рынка ИТ-аутсорсинговых услуг во время пандемии: 8,0% в 2019 г. и 4,9% в 2020 г. и продолжает расти. Согласно прогнозу от Gartner, рынок ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации вырастит на 9% в 2021 г. и на 7% в 2022 г. [20]. При этом, согласно TAdviser, рынок ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации в 2021 г. вырос на 15% и составил 485 млрд. руб. [19].

Основными факторами, которые обеспечили рост объема рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации в период пандемии, являются:

переход компаний на гибридный формат работы из-за карантинных мероприятий; реализация крупных проектов в области цифровой трансформации (в 2021 г. в реализованных проектах по цифровой трансформации был востребован весь спектр ИТ-услуг);

реализация мер по государственной поддержке ИТ-отрасли (способствовала повышению зарплат специалистов в сфере информационных технологий и стоимости ИТ-услуг);

реализация импортозамещения крупными заказчиками (успешное завершение масштабных проектов в сфере импортозамещения привлекло внимание к российским компаниям, предоставляющим аутсорсинговые услуги).

Влияние данных факторов привело к тому, что в 2021 г. вырос спрос на внедрение корпоративных сервисов и платформ для организации удаленной работы и дистанционных цифровых процессов. Особой востребованностью пользовались услуги для построения омниканальных коммуникаций с клиентами, а также услуги по разработке системного и прикладного программного обеспечения.

На рис. 2 представлены 10 крупнейших поставщиков ИТ-услуг в Российской Федерации за 2020-2021 гг.

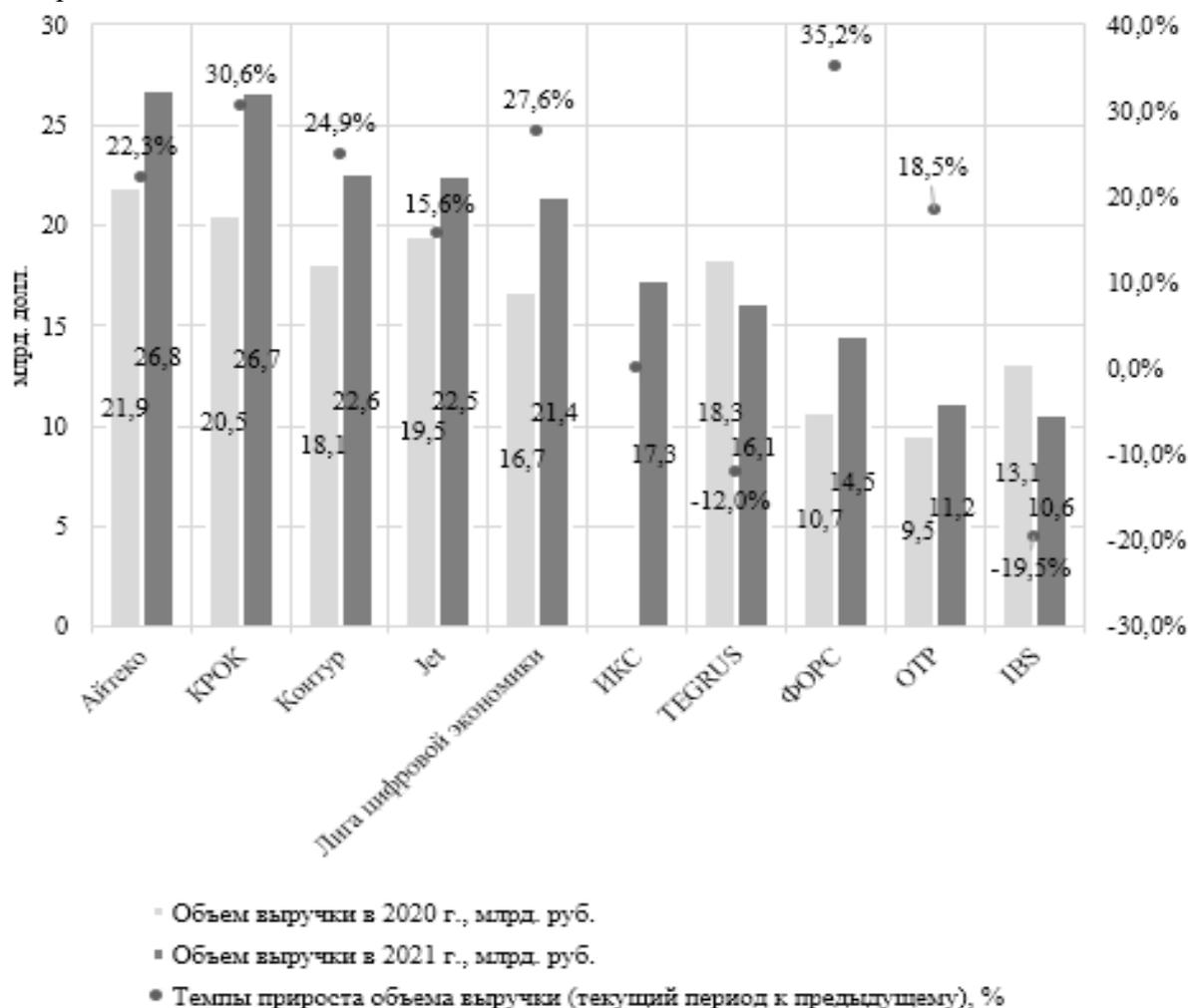


Рис. 2. Динамика показателей деятельности 10 крупнейших поставщиков ИТ-услуг в Российской Федерации за 2020-2021 гг. (составлено на основе [21])

Первое место среди крупнейших поставщиков ИТ-услуг в Российской Федерации за 2020-2021 гг. занимает компания Айтеко с выручкой в размере 26,77 млрд руб. Второе место занимает компания КРОК с выручкой в размере 26,17 млрд руб., а третье место – компания Контур.

Спектр предоставляемых услуг крупнейших аутсорсеров Российской Федерации обширен: системная интеграция, ИТ-аутсорсинг, консалтинг, разработка программного обеспечения, кастомизация программного обеспечения, проектирование ИТ-инфраструктуры, управление проектами, интернет-отчетность и онлайн-бухгалтерия, сервисы для работы с маркировкой, облачный товароучет и онлайн-кассы, проверка контрагентов и электронные подписи для любых задач, защита информации, бизнес-решения, разработка и тестирование, аутсорсинг сервисов и информационная безопасность и др.

Отраслевой разрез проектов ИТ-аутсорсинга в Российской Федерации за 2005-2022 гг. представлен в таблице 1.

Таблица 1

Отраслевой разрез проектов ИТ-аутсорсинга в Российской Федерации за 2005-2022 гг.
(составлено на основе [18-19])

Наименование	Период наблюдения 2005-2021 гг.	Период наблюдения 2005-2022 гг.
Всего проектов ИТ-аутсорсинга, шт.	более 2000	более 2200
из них:		
Государственный сектор	14,5%	14,7%
Финансовые услуги	13,6%	12,8%
Торговля	10%	10,4%
Образование	5,3%	5,1%
Транспорт	4,7%	5%
Здравоохранение	5%	4,9%
Энергетика	5%	4,9%
Телеком	4,9%	4,5%
ИТ	3,5%	3,6%
Машиностроение	3%	3,3%
Другое	29,7%	30,8%

Согласно TAdviser, с 2005 г. по 2022 г. реализовано 2288 проектов в сфере ИТ-аутсорсинга. Чаще всего аутсорсинговые проекты реализуются в государственном секторе, сфере финансовых услуг и торговле [19].

С начала 2022 г. рынки ИТ-аутсорсинга и ИТ в целом в Российской Федерации столкнулись с уходом глобальных поставщиков программного и аппаратного обеспечения и международных облачных провайдеров, что создало условия для максимального импортозамещения.

Внимание потребителей сместилось на те услуги, которые позволяют сохранить стабильную работоспособность критически важных ИТ-сервисов, снизить зависимость информационных ресурсов от зарубежных продуктов, обеспечить безопасность корпоративных систем. При этом, поставщики ИТ-услуг старались предвидеть новые потребности клиентов и адаптировать к ним свои предложения и структуру.

Результатом потрясения рынка ИТ-аутсорсинга стало проявление следующих тенденций:

изменение предпочтений потребителей: от потребителей стало больше запросов на проекты, сделанные на платформе 1С-Битрикс, при этом снижение запросов на

MVP, тестовые проекты. Сейчас разрабатывают только то, в чем уверены и что действительно необходимо бизнесу в текущий момент;

рост спроса на услуги аутстаффинга высококвалифицированных фулстек-специалистов – от аналитиков и разработчиков до архитекторов с отраслевым опытом;

рост спроса на услуги ИТ-аутсорсинга (рост по направлениям: услуги в сфере информационной безопасности, техническая поддержка оборудования, комплексный аутсорсинг обслуживания ИТ-систем, внедрение ИТ-систем с целью импортонезависимости);

необходимость развития компетенций в области цифровых платформ для ИТ-компаний, работающих в государственном секторе;

пересмотр программ развития в пользу увеличения количества проектов, связанных с импортозамещением;

рост интереса заказчиков к ИТ-аутсорсингу как к инструменту быстрого реагирования на внешние изменения.

Выводы. Таким образом, динамика объема и темпов прироста рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации за 2006-2020 гг. позволила установить причинно-следственную связь между глобальными экономическими процессами и темпами развития исследуемого рынка. Пандемия, вызванная COVID-19, положительно повлияла на развитие рынка ИТ-аутсорсинговых услуг. Определены факторы, которые обеспечили рост объема рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации. Изучение показателей деятельности ведущих аутсорсинговых компаний Российской Федерации, позволило определить услуги, на которые возрос потребительский спрос. Проведенный отраслевой разрез проектов ИТ-аутсорсинга в Российской Федерации позволил установить, что чаще всего аутсорсинговые проекты реализуются в государственном секторе, сфере финансовых услуг и торговле. Определены тенденции развития рынка ИТ-аутсорсинговых услуг в Российской Федерации, которых необходимо придерживаться как государственным органам, так и частным компаниям.

Перспектива дальнейших исследований заключается в разработке организационно-методического механизма развития рынка аутсорсинговых услуг в условиях цифровизации экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникин Б.А. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента [Текст] / Б.А. Аникин, И.Л. Рудая. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 320 с.
2. Федорова Е.А. Анализ современных тенденций в аутсорсинге бухгалтерского учета [Текст] / Е.А. Федорова, А.В. Ермолов // Финансовая аналитика: проблемы и решения. – 2016. – № 27. – С. 2-12.
3. Костенко П.М. Способы оценивания рисков аутсорсинга [Текст] / П.М. Костенко, Ю.А. Миненкова, Н.П. Карпова // Концепт. – 2014. – № 5. – С. 136-140.
4. Ланская Д.В. Методологические основания аутсорсинга [Текст] / Д.В. Ланская // Научный журнал КубГАУ – Scientific Journal of KubSAU. – 2014. – № 101. – С. 2361-2375.
5. Тимофеев М.А. Аутсорсинг, его сущность и необходимость отдельного выделения в ВВП России [Текст] / М.А. Тимофеев // Российское предпринимательство. – 2015. – Т. 16. – № 1. – С. 61-74.
6. Аутсорсинговые услуги в экономике Российской Федерации: проблемы и перспективы развития: монография [Текст] / В.А. Черненко, С.В. Юрьев. – Гатчина Ленинградской обл.: Издательство ФГБУ «ПИАФ» 2015. – 136 с.
7. Аутсорсинг как элемент современных экономических отношений в Российской Федерации: монография [Текст] / С.В. Юрьев. – СПб.: СПбГУЭС, 2012. – 165 с.
8. Гаджиева Е.Ю. Аутсорсинг в ИТ-технологиях [Текст] / Е.Ю. Гаджиева // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2018. – № 1. – С. 35-37.

9. Стапран Д.А. Текущее состояние и перспективы роста предпринимательского аутсорсинга в секторе информационных технологий [Текст] / Д.А. Стапран // Креативная экономика. – 2017. – Т. 11. – № 9. – С. 985-1002.

10. Алексеев С.Б. Проблемы и перспективы цифровизации сферы услуг Донецкой Народной Республики [Текст] / С.Б. Алексеев // Торговля и рынок. – 2022. – № 2. – С. 54-58.

11. Лейзин И.Б. Аутсорсинг и инсорсинг в сфере информационных технологий [Текст] / И.Б. Лейзин, А.С. Неуструева // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 7. – С. 104-112.

12. Батова Т.Н. Преимущества и недостатки использования аутсорсинга информационных технологий [Текст] / Т.Н. Батова, Н.М. Калинина // Труды гуманитарного факультета СПбГУ ИТМО: Сборник научных статей. – 2010. – № 1. – С. 59-64.

13. Игнатъев А.В. Алгоритм принятия решения о переводе на аутсорсинг функций в сфере ИКТ в малых и средних промышленных предприятиях [Текст] / А.В. Игнатъев // Современные исследования социальных проблем. – 2012. – № 7. – С. 30-47.

14. 2022 Global Software Outsourcing Trends and Rates Guide [Электронный ресурс] // Accelerance. – URL: <https://www.accelerance.com/accelerance-2022-software-outsourcing-trends-and-rates-guide> (дата обращения: 11.11.2022).

15. Global Outsourcing Survey 2022 [Электронный ресурс] // Deloitte. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/process-and-operations/us-global-outsourcing-survey-2022.pdf> (дата обращения: 11.01.2022).

16. Leading countries in offshore business services worldwide in 2021 [Электронный ресурс] // Statista. – URL: <https://www.statista.com/chartoftheday/> (дата обращения: 11.01.2022).

17. The 2022 Global Outsourcing 100 [Электронный ресурс] // IAOP. – URL: <https://www.iaop.org/Content/19/165/5537> (дата обращения: 11.01.2022).

18. ИТ-аутсорсинг (рынок России) [Электронный ресурс] // TAdviser. – URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:_ИТ-аутсорсинг_\(рынок_России\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:_ИТ-аутсорсинг_(рынок_России)) (дата обращения: 11.11.2022).

19. ИТ-услуги и ИТ-аутсорсинг [Электронный ресурс] // TAdviser. – URL: <https://www.tadviser.ru/index.php/ИТ-аутсорсинг> (дата обращения: 11.01.2022).

20. Gartner for Information Technology Executives [Электронный ресурс] // Gartner. – URL: <https://www.gartner.com/en/information-technology> (дата обращения: 11.01.2022).

21. Крупнейшие аутсорсеры и оценки рынка по итогам 2021 года [Электронный ресурс] // TAdviser. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Крупнейшие_аутсорсеры_поддержки_решений_SAP_в_России._Ранкинг_TAdviser (дата обращения: 11.01.2022).

Поступила в редакцию 23.06.2022 г.

ANALYSIS OF THE IT OUTSOURCING SERVICES MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION

L. I. Tymchyna

The article analyzes the dynamics of the volume and growth rates of the IT outsourcing services market in the Russian Federation for 2006-2020, which made it possible to establish a causal relationship between global economic processes and the pace of development of the market under study. It was found that the pandemic caused by COVID-19 had a positive impact on the development of the IT outsourcing services market. The factors that ensured the growth of the IT outsourcing services market in the Russian Federation are identified. The study of the performance indicators of the leading outsourcing companies of the Russian Federation allowed us to determine the services for which consumer demand has increased. The conducted sectoral analysis of IT outsourcing projects in the Russian Federation allowed us to establish that outsourcing projects are most often implemented in the public sector, financial services and trade. The trends in the development of the IT outsourcing services market in the Russian Federation are determined.

Keywords: information technologies, outsourcing services, market, IT outsourcing, development trends.

Тымчина Лариса Ивановна

соискатель кафедры бухгалтерского учета

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк

lora150476@gmail.com

+7-949-33-77-265

Tymchyna Larisa

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky, city Donetsk

УДК 303.094.7: 338.32.053.4:338.436.33

ИМИТАЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ОПТИМИЗАЦИИ ПРОЦЕССОВ ВЕРТИКАЛЬНО-ИНТЕГРИРОВАННОГО ПРОИЗВОДСТВА АГРОПРОМЫШЛЕННЫХ КОМПАНИЙ

© 2022. А. С. Фоменко

В статье рассматриваются вопросы управления стратегией развития вертикально-интегрированными агропромышленными компаниями. Учитывая, что современные вертикально-интегрированные агропромышленные компании имеют сложную организационно-операционную структуру, предложена имитационная модель оптимизации, которая позволит минимизировать издержки в цепочке создания стоимости продукции, а также сделать выводы о рациональном использовании материальных ресурсов. Помимо этого, предложенная модель направлена на максимизацию консолидированной прибыли вертикально-интегрированных компаний, что является одним из главных направлений управления стратегией развития в условиях экономической и политической нестабильности. На основе применения предложенной модели в среде Matlab Simulink сделаны выводы по улучшению операционно-корпоративной эффективности производства одной из крупнейших агропромышленных компаний Российской Федерации «Русагро».

Ключевые слова: оптимизация; имитация; вертикальная интеграция; имитационная модель; среда Matlab Simulink; агропромышленные компании; стратегия; развитие; прибыль; сырьё; ресурсы.

Постановка проблемы. Агропромышленный комплекс (АПК), как неотъемлемый компонент формирования экономической безопасности, на сегодняшний день нуждается в принятии эффективных решений, направленных, прежде всего, на:

- снижение негативного воздействия факторов внешней среды;
- рационализацию цепочек создания стоимости;
- регулировании вопросов производства собственного сырья и компонентов как одной из мер, направленных на импортозамещение;
- оптимизацию внутренних бизнес-процессов;
- увеличение доли самообеспеченности продуктами в общем объеме потребления населения и пр.

Основную долю АПК РФ составляют вертикально-интегрированные агропромышленные компании (ВИАК), на которые приходится около 26 % выручки. ВИАК являются отраслеобразующими компонентами агропромышленного сектора в обеспечении продовольственной безопасности, являясь более устойчивыми к воздействию рыночных факторов. Вместе с тем, широкая специализация ВИАК, а также сложный технологический процесс и нерациональные цепочки бизнес-процессов свидетельствуют о необходимости оптимизации производства, способствующие росту экономической эффективности.

Актуальность темы исследования. Большинство ВИАК объединяют в себе такие направления как отрасль растениеводства, животноводства, селекции, пищевой промышленности, помимо этого в их структуру также входят логистические бизнес-сегменты, ритейл и прочее. Ежегодно, с ростом масштаба данных субъектов хозяйствования и расширению интеграционных процессов, растет потребность в имитационном моделировании принятия различных организационных и производственных решений. Имитационное моделирование вертикально-интегрированного производства позволит не только спрогнозировать конечный

результат от развития того или иного направления деятельности, но и оптимизировать текущий процесс производства во всей цепочке создания стоимости.

Анализ последних исследований и публикаций. Впервые исследования в области имитационного моделирования были изложены Р. Шенноном, позднее К.А. Багриновским. Более современные труды представлены такими учеными как К. Сьерра, Б. Бэйтс, А.Г. Куприяшкин, В.Д. Боев, Д.И. Кельтон. Одновременно с этим, проблемы оптимизации производства агрохолдингов представлены в работах таких отечественных ученых как А.И. Алтухов, И.Г. Ушачев, М.Н. Малыш, В.В. Милосердов, Е.С. Оглоблин, А.А. Никонов и др.

Выделение нерешённых проблем. На сегодня не существует единой оптимизационной модели, которая отвечала бы текущим условиям функционирования ВИАК, а также основным особенностям получения конечного продукта при сложной вертикальной интеграции всей производственной цепочки. В попытках разработки оптимизационной модели зачастую большинство исследователей сталкиваются со сложностью процесса оптимизации ВИАК, связанной прежде всего с многономенклатурностью производства и многостадийностью технологических процессов, что во многих случаях приводит к значительному возрастанию размерности экономико-математических задач. Поэтому, с одной стороны, стремление получить задачу приемлемой размерности связано в той или иной степени с огрублением, приближенностью получаемых решений. С другой стороны, попытка даже ненамного увеличить точность решений приводит к лавинообразному возрастанию размерности. Даже применение специальных методов блочной оптимизации не всегда позволяет эффективно решать задачи оптимального текущего планирования деятельности ВИАК [1, 2, 3].

Для задач, которые служат изучению ВИАК характерно то, что варианты специализации отдельных компаний задаются в качестве исходной информации, а не формируются в процессе решения. Решение экономико-математических задачи в этом случае состоит в построении оптимального плана управления стратегией развития как наилучшего сочетания (линейной комбинации) такого рода вариантов. При рассмотрении методов оптимизации анализировались различные способы составления такого рода вариантов [4]. Однако ни один из этих способов не гарантирует отыскания оптимального для всей совокупности объективных условий функционирования объектов агропромышленной отрасли. Увеличение числа задаваемых вариантов в задаче несколько смягчает указанный недостаток, но это связано также с увеличением размерности, что особенно нежелательно при транспортно-производственной постановке задач планирования управления стратегией развития.

Кроме того, анализируя современные методы оптимизации производства крупных агропромышленных компаний, можно отметить, что в большинстве случаев оптимизация осуществляется по узкой направленности таких процессов как рациональное использование земель, логистика и т.д. Однако, оптимизируя лишь некоторые процессы операционной деятельности, теряется связь и взаимозависимость смежных бизнес-процессов, что не всегда приводит к увеличению финансового результата.

Цель данной работы состоит в составлении и апробации имитационной модели оптимизации процессов вертикально-интегрированного производства «Русагро».

Результаты исследования. Использование экономико-математических методов в целях совершенствования управления стратегией развития ВИАК на сегодня должно осуществляться с учетом производственных возможностей компании, среды

функционирования, а также подробного анализа всех видов деятельности при вертикально-интегрированном процессе производства. Управление стратегией развития и текущее планирование в ВИАК в плане оптимизации должно включать в себя планирование снабжения предприятий сырьем, производства готовых пищевых продуктов, снабжения продукцией потребителей, что также необходимо учитывать в разработке оптимизационных моделей управления стратегией развития агрохолдингов. Вместе с этим в экономико-математической модели большой вес имеет учет ограниченности производственных возможностей предприятий по подготовке сырья, организаций, предоставляющих услуги по энергообеспечению и транспорта.

При управлении стратегией развития ВИАК одной из ключевых задач является установление обеспеченности всеми видами производственных ресурсов и возможностей компаний с учетом вертикальной интеграции: предметами труда (сырьем, материалами, полуфабрикатами, «энергией и т. д.); средствами труда (основными производственными фондами и производственными мощностями); рабочей силой и квалифицированными кадрами. Так, в управлении стратегией развития ВИАК на основе оптимизации производства должна обеспечиваться балансовая увязка спроса на продукцию растениеводства, животноводства и продукты их переработки, удовлетворяющий общественную потребность, с производственными ресурсами, которыми располагают отдельные звенья компании, и их максимально эффективное использование. При оптимальном управлении стратегией развития, ВИАК должна рассматриваться как система, в которой отражается техническое, экономическое и организационное единство управляемого объекта, а также комплексный, сложный характер этого объекта, формирующегося из множества подсистем и элементов.

Таким образом, для достижения наибольшего результата, учета особенностей вертикальной интеграции производства и построения рациональной задачи с наиболее приемлемой размерностью, оптимизационное моделирование должно осуществляться на основе принципов эмерджентности операционной деятельности и декомпозиции процесса получения прибыли по звеньям цепочки создания стоимости конечного продукта. Разложение вертикально-интегрированной цепочки создания стоимости конечного продукта в оптимизационном моделировании помимо определения результирующего показателя, характеризующего эффективность внедрения оптимизационного механизма, позволит решить ряд следующих стратегически важных задач:

- выявить наиболее капиталоемкие бизнес-процессы;
- осуществить увязку производительности каждого сегмента с его финансовым результатом;
- определить влияние производительности предшествующего бизнес-процесса на объем производства и прибыль последующих звеньев операционной деятельности;
- определить эффект от интеграции производства;
- определить оптимальное сочетание производства продукции, предназначенное для дальнейшей переработки (использовании в производстве) и реализации конечным потребителям.

Исходя из выделенных задач, оптимизацию производства следует осуществлять, принимая во внимание различные сценарии организации производства и сочетания протекающих бизнес-процессов, в конечном итоге направленных на производства и реализацию готовой продукции. Реализация главной цели оптимизации производства представляет собой сложный механизм, который возможно осуществить при помощи

имитационной модели различных сценариев функционирования вертикально-интегрированной цепочки.

Обращение к методу имитационного моделирования в вопросах оптимизации производства вызвано многостадийностью процессов, протекающих внутри вертикально-интегрированной системы, большим массивом данных и возможностью продемонстрировать влияние изменения условий задачи на конечный результат. Учитывая, что все элементы сложной вертикально-интегрированной производственной системы ВИАК находятся с ней во взаимно-однозначном соответствии, и каждая из составляющих общего процесса производства вносит свой определенный вклад в достижение главной цели, имитационное моделирование изменения таких составляющих позволит рассмотреть весь процесс как систему в целом, так и влияние его отдельных частей на функционирование этой системы. Кроме того, имитационное моделирование оптимизации процесса производства служит основой в принятии стратегически-важных управленческих решений и оправдано в том случае, когда оно демонстрирует моделируемые процессы в будущем, выявляя при этом возможные риски и прогнозируя последствия еще до внедрения непосредственно самого проекта в производство.

Имитационное моделирование позволит рассмотреть замещение исследуемого объекта (цепочка получение прибыли из вертикально-интегрированной организации производства сахара) его условным образом, именуемым моделью и обеспечивающим адекватное с оригиналом поведение в рамках некоторых допущений и приемлемых погрешностей. При этом, основной целью имитационного моделирования является познание свойств оригинала, путем исследования его модели, а не самого объекта [5].

Согласно американскому ученому Роберту Шеннону [6], «Имитационное моделирование — это процесс конструирования модели реальной системы и постановки экспериментов на этой модели с целью либо понять поведение системы, либо оценить (в рамках ограничений, накладываемых некоторым критерием или совокупностью критериев) различные стратегии, обеспечивающие функционирование данной системы».

Кобелев Н.Б. в своей работе «Основы имитационного моделирования сложных экономических систем» дает следующее определение: имитационное моделирование — разновидность аналогового моделирования, реализуемого с помощью набора математических инструментальных средств, специальных имитирующих компьютерных программ и технологий программирования, позволяющих посредством процессов-аналогов провести целенаправленное исследование структуры и функций реального сложного процесса в памяти компьютера в режиме «имитации», выполнить оптимизацию некоторых его параметров [7].

Рассматривая понятия имитационного моделирования, можно отметить его практическое значение в управлении стратегией развития ВИАК. Имитационное представление того или иного сценария развития производства может иметь несколько результирующих показателей. При этом, рассматривая процесс производства ВИАК, в вопросах оптимизации необходимо исходить из моделирования показателей материального и финансового результата.

Таким образом, предложим имитационную модель сценариев оптимизации, состоящую из системы уравнений материального баланса продукции предприятия и системы уравнений финансового баланса. При этом, данные системы могут существовать как отдельные компоненты управления стратегией развития ВИАК, так и быть интегрированы, для определения ключевого результирующего показателя. В

общем виде система уравнений имитационной модели сценариев оптимизации вертикально-интегрированного процесса производства имеет следующий вид:

1. Система k уравнений материального баланса:

$$\left(\sum_i x_i^0 + \sum_{ij} x_{ij} + \sum_{p,ij} (1 - k_{p,ij}) x_{p,j} - \sum_{i,l} (1 - k_{i,l}) x_{i,j} \right)^k = \left(\sum_{ij} a_{ij} x_{ij} \right)^k + \sum_i x_i^k \quad (1)$$

2. Система k уравнений финансового баланса:

$$\left(\sum_{ij} a_{ij} x_{ij} c_i - \sum_{ij} (x_{ij}^m s_{ij}^m + x_{ij}^n s_{ij}^n) \right)^k = F^k, \quad (2)$$

где: k – номер сценария;

m – индекс собственной продукции;

n – индекс приобретенной продукции;

x_{ij} – i -й продукт, производимый в j – процессе;

a_{ij} – доля i -го продукта, произведенного в j – процессе, которая идет на

продажу;

c_i – цена i -го продукта, который идет на продажу;

s_{ij} – себестоимость i -го продукта, производимого в j – процессе;

F^k – прибыль в k -м сценарии;

$\sum_i x_i^0$ – начальные ресурсы системы в данном сценарии;

$x_{p,j}$ – p -й внешний продукт, который используется в j – процессе;

$k_{p,ij}$ – коэффициент преобразования p -го внешнего продукта в i -й внутренний

продукт в j – процессе;

$k_{i,l}$ – коэффициент преобразования i -го продукта в l -й продукт внутри системы;

$\sum_i x_i^k$ – ресурсы системы в конце данного сценария.

При этом, каждая из систем может быть расширена и включать ряд ограничений.

Например, система материального баланса может иметь следующие условия:

– общий объем запасов используемого сырья не должен превышать максимальные возможности по его переработке;

– суммарная производственная мощность перерабатывающих предприятий не может превышать 1 или 100 %.

Основным результирующим показателем модели является прибыль от реализации продукции ($F^k \rightarrow \max$), которая состоит из разности выручки от реализации продукции ($\sum_{ij} a_{ij} x_{ij} c_i = W$) и затрат на производство ($\sum_{ij} x_{ij} s_{ij} = Z$) по различным

сценариям (k). В свою очередь, объем выручки от реализации продукции и затраты на производство зависят от себестоимости (s_{ij}) и конечной цены (c_i) реализации готовой продукции.

В настоящее время существует множество прикладных программ и математических библиотек, выполняющих задачи имитационного моделирования, среди которых наиболее известными являются следующие: Maple, Mathematica, MathCAD и пр. [8]. Для решения стоящих перед нами задач имитационного моделирования сценариев оптимизации вертикально-интегрированной цепочки производства и проведения экспериментальных исследований наиболее приемлемым программным обеспечением является среда MATLAB с встроенным пакетом имитационного моделирования Simulink.

Пакет компьютерного имитационного моделирования динамических систем Simulink – один из самых мощных компонентов числового пакета MATLAB, предназначенный для компьютерного моделирования и анализа систем. Моделируемая динамическая система представляется в виде функциональной блок-схемы, именуемой Simulink-моделью, S-моделью. Simulink предоставляет все необходимые инструменты для создания, редактирования и отладки S-модели; запуска S-модели на выполнение (просчет или прогонка модели); сбора, визуализации и анализа результатов функционирования S-модели [9].

При проведении структурного анализа производственный процесс представляется в виде уровней иерархической структуры, где задаются определенные параметры, в соответствии с которыми оценивается качество выполнения функционального назначения каждого элемента процесса. Следовательно, анализ вертикально-интегрированной цепочки показывает все возможные сочетания структурных элементов по их влиянию на поведение самой системы при достижении ею заранее заданного эффекта.

Рассмотрим применение предложенной модели в улучшении операционно-корпоративной эффективности производства «Русагро», где оптимизационная модель ставит перед собой задачу снижения издержек, а также получение синергетического эффекта от совокупного функционирования сегментов вертикальной интеграции рассматриваемой компании.

Анализируя особенности оптимизации процессов производства «Русагро», а именно, производственной цепочки сахарного сегмента, необходимо отметить, что на начало 2022 г. процесс производства не является автономным, а всё еще зависит от внешнего рынка и ресурсного обеспечения. В 2021 г. для производства сахара «Русагро» переработала 4,6 млн тонн сахарной свеклы, из которых лишь 75 % было выращено на полях компании. Данный фактор свидетельствует о значительной корреляции выручки, полученной из сахарного сегмента компании и конечной цены сахара, с мировым уровнем цен на сахарную свеклу, как основного компонента переработки.

В 2021-2022 гг. отмечается существенный рост цен на сахарную свеклу как в оптовом, так и в розничном звене. После рекордно низкого уровня цен на сахарную свеклу в 2019 г. последние два года они показывали положительную динамику – это происходило вслед за снижением объемов урожая на фоне неблагоприятных погодных условий в 2020 г. Максимальные значения наблюдались в 2021 г. на уровне 3,3 тыс.руб/т. (рис. 1). Несмотря на возможность заключения долгосрочных контрактов «Русарго» с основными поставщиками свеклы, необходимо отметить высокий уровень

рисков, связанных с дальнейшим ростом цен на данный вид сырья. Таким образом, оптимизация производственных возможностей деятельности «Русагро» включает в себя цель по снижению общих затрат на изготовление сахара.

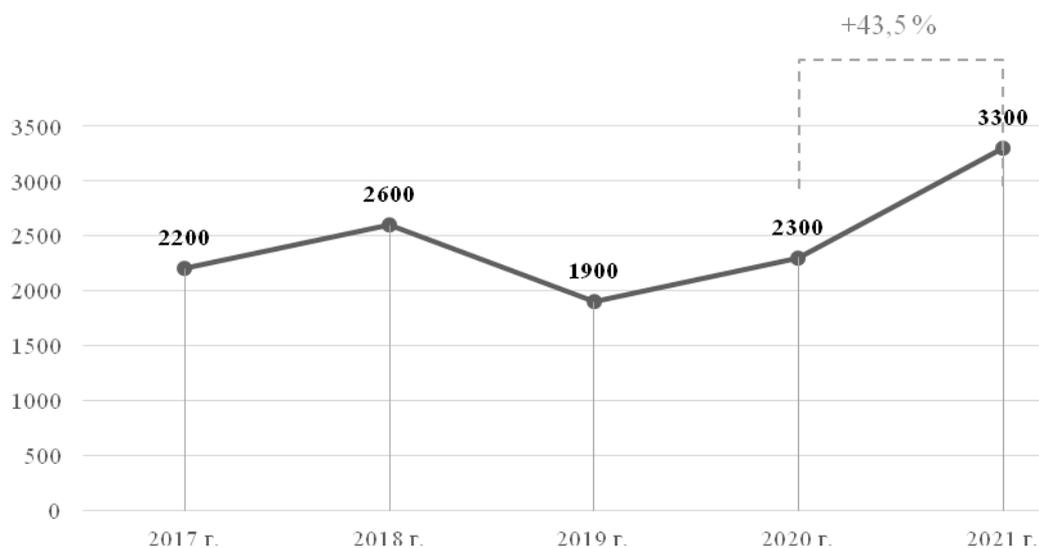


Рис. 1. Сравнительная динамика оптовых цен на сахарную свеклу в 2017-2022 гг., руб/т [10]

Кроме выпуска сахара, производственная цепочка сахарного сегмента построена таким образом, что на выходе компания получает такие продукты переработки как жом и бетаин, необходимых для нужд животноводческого сегмента. Производство данных продуктов возможно благодаря тому, что при переработке сахарной свеклы на заводах формируется два основных побочных продукта: меласса и жом (используется для корма животных). В последующем меласса направляется на переработку в станции дешугаризации, откуда получают сахар и бетаин (используется для производства комбикорма). Отсутствие самообеспеченности сахарного сегмента «Русагро» сырьем на уровне 100 % имеет существенное негативное влияние как на внутренний рынок сахара, так и рост стоимости продукции животноводства, вызванного увеличением себестоимости некоторых компонентов переработки сахарной свеклы, входящих в состав комбикорма.

Таким образом, в основе улучшения операционно-корпоративной эффективности «Русагро» рассмотрим оптимизацию сахарного сегмента, предполагающую полное замещение приобретаемого сырья собственным, что в последующем должно иметь положительное влияние на снижение издержек внутри сегмента, а также привести к синергетическому эффекту между сельскохозяйственным и последующими бизнес-процессами. Основной целью имитационного моделирования функционирования сахарного сегмента производства «Русагро» является нахождение таких значений критериев производства, при которых прибыль компании будет максимальной ($F^k \rightarrow \max$).

В соответствии с целью, выделим следующие задачи, которые необходимо решить посредством применения имитационного моделирования сценариев оптимизации вертикально-интегрированной цепочки производства сахара и прочих побочных продуктов из сахарной свеклы:

1. Определить основные параметры и критерии сценариев.

2. Определить оптимальное количество необходимого посевной площади P , необходимой для увеличения такого объема производства сахарной свеклы (x_{01}), который бы полностью обеспечивал дальнейшую деятельность предприятий по выпуску готовой продукции x_{12} , x_{22} , x_{32} ,

где: x_{12} – сахар;

x_{22} – жом;

x_{32} – бетаин.

3. Оценить эффективность вовлечения дополнительной посевной площади на заключительном этапе функционирования сельскохозяйственного сегмента при поступлении сырья на перерабатывающие предприятия.

4. Определить изменение в цепочке создания стоимости готовой продукции впоследствии снижения затрат в сельскохозяйственном сегменте.

5. Оценить последствия от оптимизации производства.

Для оптимизации процессов вертикально-интегрированного производства «Русагро» представим имитационную модель, основанную на использовании агротехнических, рыночных и индикаторов операционной деятельности по двум сценариям, критерии которых представлены в таблице 1.

Таблица 1

Критерии имитационного моделирования оптимизации вертикально-интегрированного процесса производства сахара в «Русагро»

Сценарии Индикаторы	S_{base}	S_{optim}
Агротехнические	Посевная площадь – 90,6 тыс.га	Посевная площадь – 120,8 тыс.га
	Валовой сбор свеклы – 3 678,360 тыс.т	Валовой сбор свеклы – 4 904,480 тыс.т
	Урожайность (u) – 40,6	
Рыночные	Цена на сахарную свеклу – 3 300 руб/т	–
	Цена конечного продукта: сахар – 41,0 тыс.руб/т; жом – 19,3 тыс.руб/т; бетаин – 19,8 тыс.руб/т	
	Себестоимость выращенной свеклы – 2 561,5 руб/кг	
	Себестоимость сахара – 33,9 тыс.руб/т, жома – 16,4 тыс.руб/т, бетаина – 16,8 тыс.руб/т	Себестоимость сахара – 31,6 тыс.руб/т, жома – 15,3 тыс.руб/т, бетаина – 15,6 тыс.руб/т
Операционной деятельности	Доля собственного сырья, используемого при производстве сахара и продуктов его переработки – 75 %.	Доля собственного сырья, используемого при производстве сахара и продуктов его переработки – 100 %.
	Закупка сырья (свеклы) – 1 226,120 тыс.т	–
	Мощность завода по переработке сахарной свеклы – 53 850 т/сутки. Мощность сахарных заводов по регионам в 2021 году:	
	<ul style="list-style-type: none"> • Тамбовская область – 39 % • Белгородская область – 30 % • Курская область – 20 % • Орловская область – 10 % 	
	Мощность производства сахара в 2021 году – 1 080 000 тонн	
	Объем производства: сахар – 791 тыс.т, жом – 180 тыс.т, бетаин – 25 тыс.т.	

В основе первого сценария была построена базовая имитационная модель (S_{base}),

описывающая фактический процесс производства и финансовый эффект «Русагро» в 2021 г. В ходе имитационного моделирования и замены основных агротехнических и рыночных индикаторов S_{base} получим второй сценарий (S_{optim}), отражающий оптимизацию процесса производства. Результирующим показателем имитационного моделирования является прибыль компании (F) от реализации сахара, жома и бетаина.

Ниже приведена имитационная модель процесса производства сахара и продуктов его переработки в соответствии с базовым сценарием S_{base} в среде Matlab Simulink. Данная модель сочетает в себе линейные звенья, а также элементы библиотеки SimPowerSystem.

Согласно данным годового отчёта «Русагро», доля сахарной свеклы в структуре посевной площади компании – 15 % (90,6 тыс. га), что является в модели S_{base} основным источником сигнала и блоком, задающим действующее значение убранной площади (constant). В качестве дополнительного источника сигнала в модели является объем закупки у внешних поставщиков недостающего количества сырья, обеспечивающего полную загрузку производственной мощности перерабатывающего завода.

В модели S_{base} количество сырья, поступающего на переработку, составляет часть от валового сбора сахарной свеклы «Русагро» в размере 3,678 млн.т при урожайности 40,6 тонн/га и площади уборки 90,6 тыс.га, а также часть (25 %) приобретенной свеклы в количестве 1,226 млн.т. Всего в процессе работы сельскохозяйственного сегмента на следующий этап производства поступает 4,904 млн.т сырья.

На данном этапе имитационной модели блок constant вместе с набором коэффициентов усиления, представляющих урожайность сахарной свеклы, ее цену и себестоимость, образуют последовательную цепь функционирования сельскохозяйственного сегмента, где эффективность выражена как в стоимостном выражении (затраты по заготовке сырья), так и в натуральном – объем сырья, подлежащий последующей передаче в сахарный сегмент для переработки свеклы и выпуска готового продукта. Стоит учесть, что вся сахарная свекла (100 %) сельскохозяйственного бизнеса реализуется сахарным заводам «Русагро».

В результате, в модели S_{base} общие затраты на сырье в объеме 4,904 млн.т составили 13,468 млрд.руб. В модели важным фактором качественной визуализации результатов моделирования является наличие регистрирующих компонентов, которым в модели S_{base} являются затраты, распространяющиеся по цепочке функционирования на показатель результативности сахарного сегмента. Вывод на экран результатов подсчета модели с использованием элемент display библиотеки SimPowerSystem представлен на рисунке 2.

В ходе имитационного моделирования процесс производства сахара в «Русагро» представлен в виде декомпозиции от наиболее низкого уровня в сельскохозяйственном сегменте к блоку, описывающему поступление ресурсов на перерабатывающий завод и их распределение в соответствии с объемом выпуска конечных продуктов. На выходе перерабатывающий завод из 4,9 млн. т сырья имеет объем готовой продукции, который, согласно задачам модели в базовом S_{base} и оптимальном сценарии S_{optim} является одинаковым: 791 тыс. т сахара; 180 тыс. т жома и 25 тыс. т бетаина.

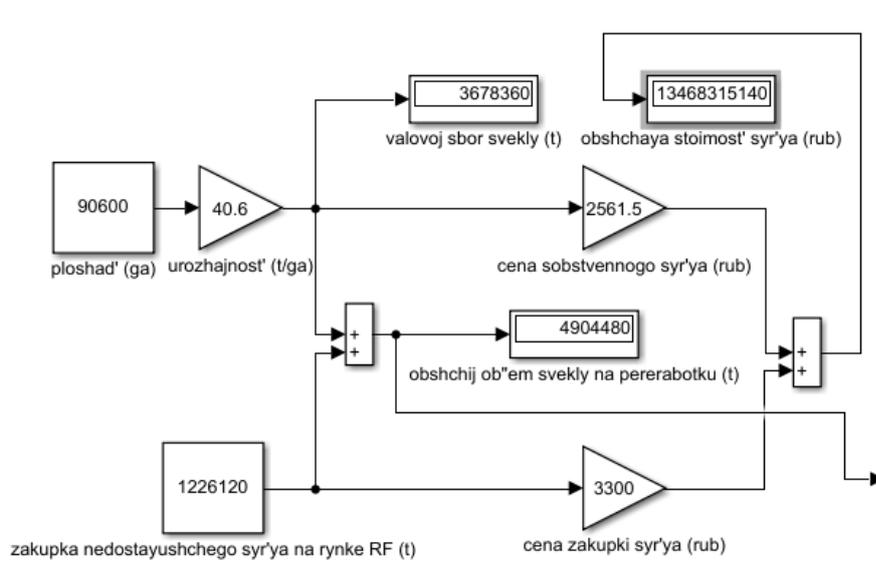


Рис. 2. Фрагмент результатов функционирования сельскохозяйственного сегмента имитационной модели S_{base}

Более подробно фрагмент возможного варианта процесса переработки представлен на рисунке 3.

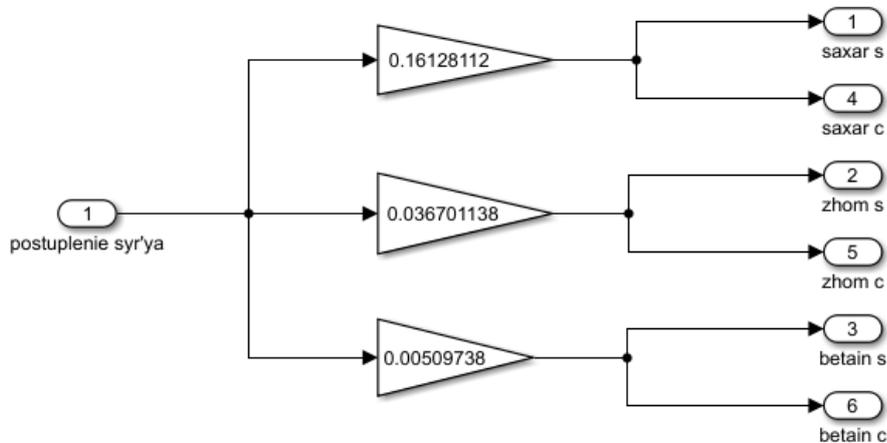


Рис. 3. Блок-схема распределения выхода конечной продукции в соответствии с количеством поступления ресурсов

Далее, в имитационной модели на основе данных рыночных индикаторов таблицы 1 был выведен общий показатель выручки и издержек во всей цепочке операционного процесса, задействованного в производстве сахара и продуктов его переработки (жом и бетаин). На основании полученного показателя выручки сценария S_{base} можно проверить адекватность имитационного моделирования. Так, исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что имитационная модель базового сценария S_{base} соответствует реальным процессам, сопоставив фактическое значение выручки, полученной от производства сахара и продуктов его переработки с расчетным модельным значением:

$$W_{\text{факт}}^{S_{\text{base}}} = W_{\text{расч}}^{S_{\text{base}}}$$

$$W_{\text{факт}}^{S_{\text{base}}} = 36,4$$

Разница между экспериментальными данными и данными моделирования не превышает 5 %.

Для оценки эффективности функционирования «Русагро» в сфере производства сахара и иных продуктов на основе переработки сахарной свеклы по базовому сценарию, при котором 25 % от необходимого количества сахарной свеклы закупается компанией с внешнего рынка, было смоделировано значение прибыли от реализации, что является результирующим показателем.

Таким образом, в модели S_{base} прибыли от реализации готовой продукции сахарного сегмента составила 6,171 млрд. руб.:

$$F^{S_{\text{base}}} = 6,171$$

В общем виде блок-схема имитационной модели представлена на рисунке 4.

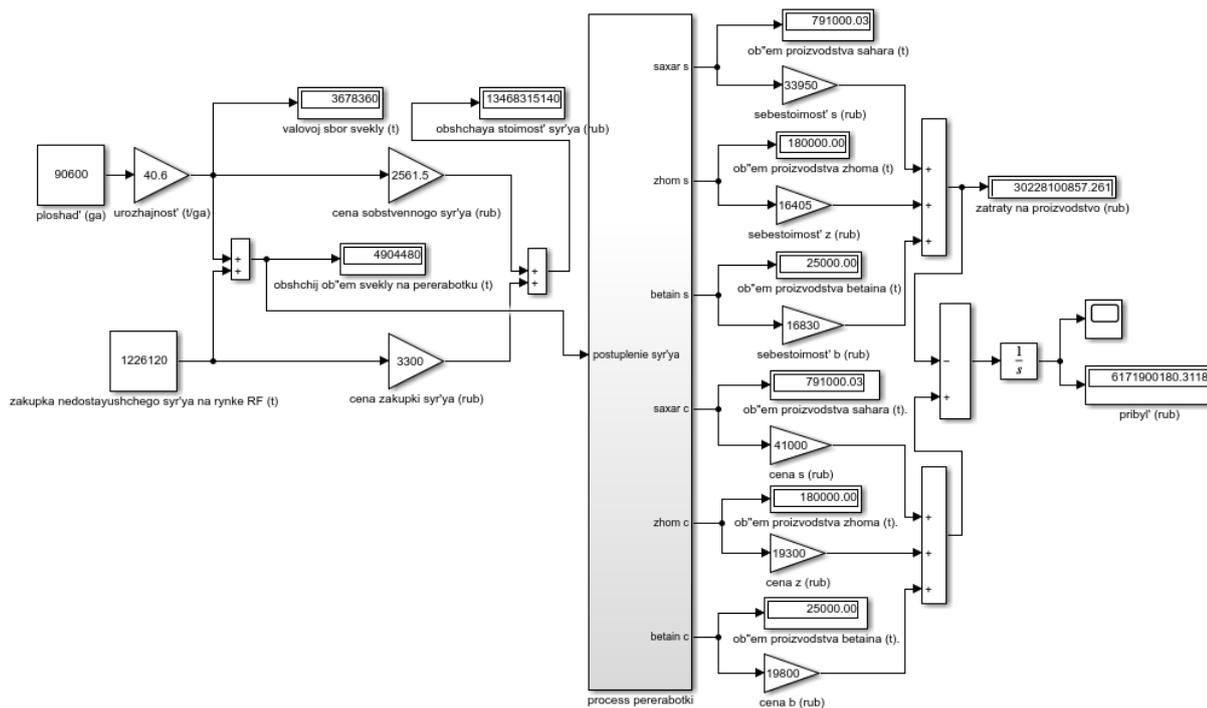


Рис. 4. Блок-схема имитационного моделирования S_{base}

На основе базовой S_{base} была сформирована имитационная модель оптимизации вертикально-интегрированной цепочки производства сахара «Русагро». В основе оптимизации лежит наращивание производства ресурсов с 75 % до 100 %, необходимых для обеспечения стабильной работы перерабатывающего завода за счёт увеличения площади или замещения земель для выращивания необходимого

количества сахарной свеклы с целью обеспечения мощности сахарного завода на уровне модели S_{base} .

Согласно модели S_{base} , общая площадь земель, занятых сахарной свеклой, составляла 90,6 тыс.га. При замещении закупочного сырья в размере 25 % (1,226 тыс.т) от необходимого количества собственным, расширение площади составит 30,2 тыс.га. Данная мера оптимизации производства носит экстенсивно-интенсивный характер развития, позволяющая существенно снизить себестоимость конечной продукции за счет низкой цены на сырьё. Таким образом, на начальном этапе в блоке сельскохозяйственного сегмента имитационной модели S_{optim} сумма понесенных затрат на подготовку сырья составила 12,5 млрд. руб. (рис. 5).

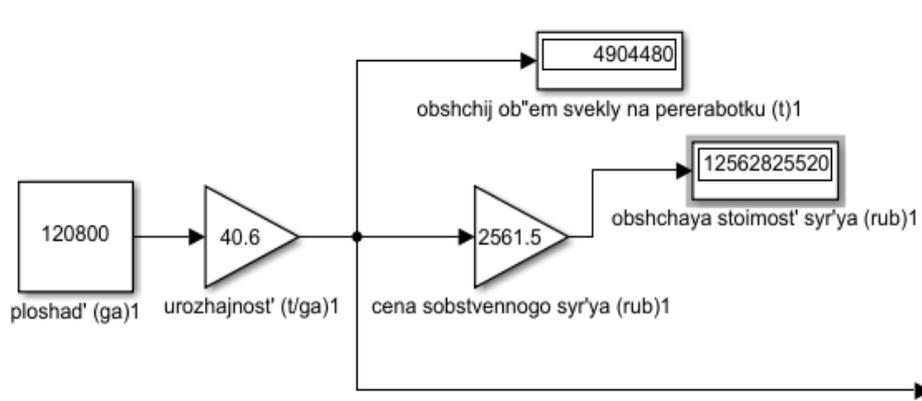


Рис. 5. Фрагмент результатов функционирования сельскохозяйственного сегмента имитационной модели S_{optim}

Визуализация имитационной модели оптимизации вертикально-интегрированной цепочки производства сахара «Русагро» представлена на рисунке 6.

Разница затрат сельскохозяйственного сегмента благодаря имитационному моделированию изменения некоторых агротехнических и рыночных компонентов в оптимизированной S_{optim} модели по сравнению с базовой S_{base} составила -905,489 тыс. руб.:

$$\left(\sum_{ij} x_{01}^m s_0^m \right)^{S_{optim}} - \left(\sum_{ij} x_{01}^m s_0^m + x_{01}^n s_0^n \right)^{S_{base}} = -905,5$$

Снижение себестоимости поступающего сырья на дальнейшую переработку распространяется на всю последующую цепочку создания стоимости конечных продуктов (сахар, жом, бетаин), показатели которой в процессе оптимизации становятся существенно ниже показателей базовой модели. Таким образом, в имитационной модели оптимизации вертикально-интегрированного процесса производства сахара, эффект достигается на начальной стадии цепочки по выпуску готовой продукции и отражается на конечном результирующем показателе – прибыли от реализации продукции:

$$F^{S_{optim}} = 8,203$$

Из рисунка 4 и 6 видно, что благодаря замещению и управлению производственными параметрами модели эффект от оптимизации, выражающий

прибыль от реализации сахара, жома и бетаина составил 2,032 млрд. руб.

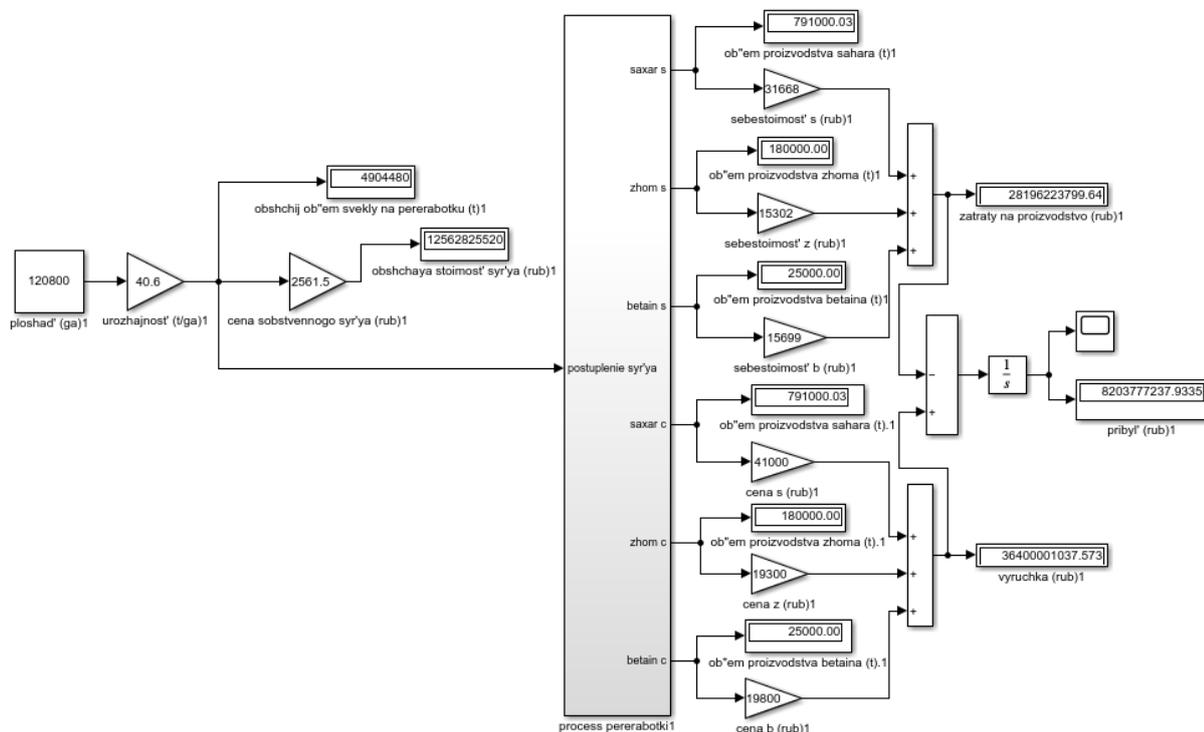


Рис. 6. Блок-схема имитационного моделирования S_{optim}

Выводы. Таким образом, исследование посредством имитационного моделирования показало способность разработки действенного механизма в управлении стратегией развития ВИАК. При этом, преимуществом имитационного моделирования в управлении стратегией развития на основе оптимизации производства является то, что полученные выводы позволяют значительно расширить возможности перспективного бизнес-планирования ВИАК, в частности, «Русагро». Кроме того, имитационное моделирование оптимизации производства в среде Matlab Simulink позволяет оперативно управлять факторами производства в соответствии с трансформацией требований внешней среды. Оперативность и управляемость оптимизационной модели дает возможность адаптировать стратегию развития компании под изменение этих требований во времени.

Стоит заметить, что представленная имитационная модель, учитывающая сегменты производства и бизнес-процессы «Русагро», может в целостности составлять основу управления стратегией и быть применима в комплексе с другими методами стратегического анализа. Для корректной оценки модели S_{optim} должно быть проанализировано влияние изменения параметров предложенной модели на показатели агротехнических, операционных и рыночных индикаторов как в аналогичных моделях по другим сегментам бизнеса компании, так и в целом на результат взаимосвязи всех бизнес-процессов «Русагро».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Экономические инструменты повышения эффективности функционирования вертикально-интегрированных компаний в нефтегазовом комплексе [Текст] / О. А. Петрюк, Г. Л. Баяндурян. –

Краснодар: Аметист и К, 2011. – 147 с.

2. Татарнинова Д.В. Управление изменениями стратегии развития вертикально-интегрированной нефтегазовой компании: диссертация ... кандидата экономических наук: 08.00.05. – Москва, 2006. – 168 с.

3. Витрик Н.Н. Особенности и перспективы развития вертикально интегрированных компаний в нефтегазовом секторе Российской Федерации : диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05. – Москва, 2007. – 183 с.

4. Шевцова И.Г. Точность нормальной аппроксимации: методы оценивания и новые результаты [Текст] / И. Г. Шевцова; [Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. вычислительной математики и кибернетики]. – Москва : Аргмак-Медиа, 2016. – 380 с.

5. Дьяконов В.П. Simulink 5/6/7: Самоучитель / В.П. Дьяконов. – М.: ДМКПресс, 2008. – 784 с.

6. Шеннон Р.Дж. Имитационное моделирование систем – искусство и наука / Р.Дж. Шеннон. – М.: Мир, 1978. – 418 с.

7. Кобелев Н.Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем / Н.Б. Кобелев. – М.: Дело, 2003. – 336 с.

8. Особенности системы MATLAB для решения задач вычислительной математики: учебное пособие / сост. Е.А. Кочегурова; Томский политехнический университет. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2013. – 110 с.

9. Голубева Л. Л. Компьютерная математика. Пакет имитационного моделирования Simulink : лаб. практикум / Л. Л. Голубева, А. Э. Малевич, Н. Л. Щеглова. – Минск : БГУ, 2010. – 151 с.

10. Годовой отчет ROS AGRO PLC за 2021 год [Электронный ресурс]. – URL: <https://ar2021.rusagrogroup.ru/ru/ar/about> (дата обращения: 12.06.2022).

Поступила в редакцию 12.06.2022 г.

SIMULATION MODEL OF OPTIMIZATION OF VERTICALLY INTEGRATED PRODUCTION PROCESSES OF AGRO-INDUSTRIAL COMPANIES

A. S. Fomenko

The article deals with the issues of managing the development strategy of vertically integrated agro-industrial companies. Considering that modern vertically integrated agro-industrial companies have a complex organizational and operational structure, a simulation optimization model is proposed that will minimize costs in the value chain of products, as well as draw conclusions about the rational use of material resources. In addition, the proposed model is aimed at maximizing the consolidated profits of vertically integrated companies, which is one of the main directions of managing the development strategy in conditions of economic and political instability. Based on the application of the proposed model in the Matlab Simulink environment, conclusions are drawn to improve the operational and corporate efficiency of production of one of the largest agro-industrial companies of the Russian Federation, Ros AGRO PLC.

Keywords: optimization; simulation; vertical integration; simulation model; Matlab Simulink environment; agro-industrial companies; strategy; development; profit; raw materials; resources.

Фоменко Анастасия Сергеевна

аспирант кафедры экономики предприятия

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

fomenko_a@outlook.com

+7-949-307-62-07

Fomenko Anastasia

Postgraduate student of the Department of Enterprise Economics

Donetsk National University, city Donetsk

УДК 339.543

**ТАМОЖЕННАЯ СИСТЕМА В АДМИНИСТРИРОВАНИИ СФЕРЫ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

© 2022. В. А. Харченко

В работе выделены и охарактеризованы основные подсистемы единой таможенной системы, определяющие направления государственного регулирования товарных потоков в сфере внешнеэкономической деятельности: таможенная политика, таможенное право и таможенное дело. Определены приоритетные задачи стратегического развития таможенной системы через отдельные её элементы: таможенные платежи, таможенные информационные технологии, таможенный контроль, таможенная экспертиза. Выделена роль системы управления рисками в повышении эффективности таможенного контроля с учётом проектируемых результатов в Стратегии-2030, связанных с развитием цифровых технологий.

Ключевые слова: таможенная система, таможенные платежи, таможенный контроль, стратегия развития, информационные технологии, подсистемы, элементы системы, система управления рисками, система.

Постановка проблемы. Современные условия ведения бизнеса доказывают, что системный подход к решению хозяйственных вопросов выступает источником предотвращения кризисных ситуаций. В то же время государственное регулирование экономических процессов в стране основывается на учёте огромного количества факторов, генерирующих управленческие решения и требующих комплексного анализа. Системное осмысление потребностей государства и бизнеса позволяет находить результативные механизмы функционирования, способствующие всестороннему развитию как государства в целом, так и бизнес единиц в частности.

Актуальность темы исследования. Развитие процессов хозяйствования, регулирования, администрирования в настоящее время осуществляется в условиях значительного геополитического влияния. Осуществление внешнеэкономической деятельности (ВЭД), как и обычной предпринимательской деятельности, ограничено как внешними, так и внутренними обстоятельствами (санкции, проведение СВО, дистанционная деятельность и т.п.), не позволяющими в полной мере использовать рыночные механизмы функционирования. В связи с этим актуальным является выделение основных приоритетов в процессе ведения хозяйственной деятельности, предупреждение наступления и преодоление рискованных ситуаций, прогнозирование состояния неопределённости и поиск путей дальнейшего непрерывного развития с учётом сложившихся реалий жизнедеятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. Освещение проблем функционирования таможенной системы и направлений их решения отражены в научных работах многих исследователей, среди которых следует выделить труды П.Н. Башлы, В.Б. Мантусова, Н.Н. Макаровой, О.А. Мироновой, Е.С. Халяпиной и др.

Как показал анализ исследований по проблемам функционирования систем на уровне субъектов хозяйствования [1] и отдельных систем в государственном масштабе — таможенной, государственного регулирования [2], бюджетирования — наличие стратегии деятельности может стать залогом преодоления кризисных проявлений, основой для разработки новых методов и способов формирования хозяйственных укладов, в т.ч. с внешними партнерами. Разработки в области становления цифровой

экономики и развития в ней таможенной службы на долгосрочной основе [2, 3], методики применения системного подхода и системного анализа как в таможенном регулировании ВЭД для обеспечения экономической безопасности ЕАЭС [4], так и в управлении отдельными субъектами хозяйствования, в т.ч. осуществляющими ВЭД [5], являются фундаментом для решения проблем эффективного функционирования экономической системы в целом.

Выделение нерешённых проблем. С учётом динамики экономических процессов (во всём мире, в отдельной стране и в конкретном субъекте хозяйствования) актуальным является дальнейшее развитие научных подходов по обоснованию экономического содержания и предназначения различных систем, в том числе таможенной системы, оказывающих влияние на процессы генерирования новых стадий (этапов) жизнедеятельности на макро- и микроуровне в условиях постоянного изменения конъюнктуры рынков.

Цель работы – обоснование взаимосвязи элементов таможенной системы и выделение направлений развития таможенной службы в разрезе отдельных элементов системы, значимость которых определяется современными специфическими условиями осуществления всей хозяйственной деятельности.

Результаты исследования. Рассматривая государственное регулирование внешнеэкономической деятельности как систему, следует особо выделить в ней такой элемент, как таможенная система, посредством которой происходит системное администрирование сферы ВЭД [6]. В свою очередь таможенная система также содержит в себе ряд подсистем, элементов. В процессе проведенного исследования был сформирован авторский взгляд на состав элементов таможенной системы, который представлен на рис. 1.

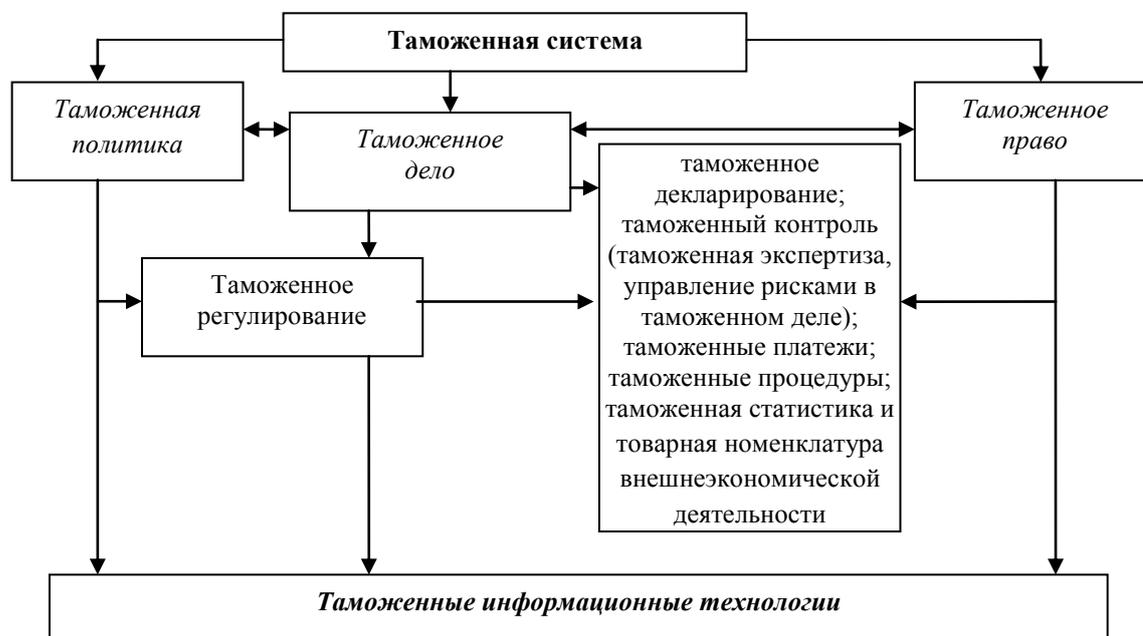


Рис. 1. Взаимосвязь элементов таможенной системы

Как видно из рис. 1, основными элементами таможенной системы, которые тесно взаимосвязаны между собой, выступают:

таможенное право как комплексная отрасль права, интегрирующая законодательство по таможенным вопросам, в т.ч. международное таможенное право, правовые институты и регулирующие их нормы в таможенной сфере;

таможенная политика как часть единой государственной политики и совокупность государственных мер по регулированию внешнеторговой деятельности через систему таможенных органов;

таможенное дело как совокупность средств и методов, обеспечивающих соблюдение законодательных мер на таможенной границе, в т.ч. мер таможенно-тарифного регулирования.

Как следует из рис. 1, таможенное дело реализуется через таможенное декларирование, таможенные платежи и т.п. [7].

Именно посредством таможенного дела и таможенного регулирования решаются задачи таможенной политики. В свою очередь таможенное регулирование как часть таможенного дела представляет собой правовое регулирование отношений по перемещению товаров под таможенным контролем, декларированием, уплатой таможенных платежей и т.п.

В работе выделены основные элементы таможенного регулирования ВЭД, оказывающие влияние и определяющие уровень развития таможенной системы в целом:

процедура таможенного оформления, реализуемая через таможенное декларирование товаров и уплату необходимых таможенных платежей, что в действующих нормативно-правовых актах обозначается как осуществление таможенных операций;

таможенный контроль, предполагающий использование такого инструмента, как осуществление таможенной экспертизы товаров, информации, объектов интеллектуальной собственности и др. В зависимости от объекта различают товарную экспертизу, проводимую с целью идентификации товаров на разных уровнях детализации; материаловедческую экспертизу, устанавливающую параметры продукта. Экспертами таможенных органов проводятся классификационные экспертизы для определения кода товара; идентификационные экспертизы, в ходе которых выявляются свойства товара. Проведение таможенных экспертиз позволяет снизить уровень ввоза контрафактной продукции, защитить права на правообладателей интеллектуальной собственности, предотвратив их ущерб.

В соответствии с Таможенным кодексом Евразийского экономического союза (приложение №1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) таможенная экспертиза назначается таможенным органом в отношении товаров, документов (например, таможенных, транспортных, коммерческих документов), а также средств их идентификации [8]. Также в Таможенном кодексе ЕАЭС перечислены виды таможенных экспертиз, необходимость в которых может возникнуть при осуществлении как таможенных операций, так и (или) таможенного контроля, среди которых товароведческая, материаловедческая, химическая, технологическая, криминалистическая, а также дополнительная и повторная таможенная экспертиза.

Изучая роль таможенных платежей в системе формирования доходов бюджета, их значение для укрепления финансово-экономического положения государства, следует проанализировать динамику этих платежей, что позволит определить эффективность государственного регулирования в этой области отношений. Как показал анализ

динамики таможенных платежей [9], проведенный на основе данных за последние двенадцать лет (с 2010 г. по 2021 г.), среднегодовой прирост величины таможенных платежей составил 4,7%. Этот рост в абсолютном выражении составил 2,8 трлн. руб., хотя на фоне динамики величины доходной части федерального бюджета и размера валового внутреннего продукта (ВВП) практически не заметен (рис. 2).

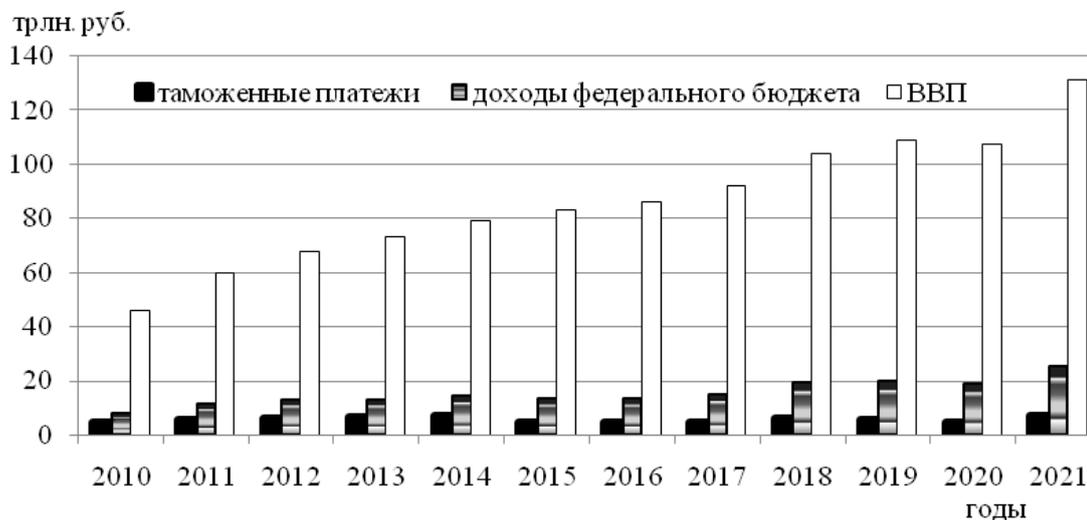


Рис. 2. Динамика размера таможенных платежей, доходов федерального бюджета и ВВП Российской Федерации (составлено автором на основе [9])

В свою очередь, как видно из рис. 2, доходы федерального бюджета за двенадцать последних лет выросли на 10,7% (или в абсолютном выражении почти на 17 трлн. руб.), а прирост валового внутреннего продукта, определяющего стоимость всей продукции (работ, услуг) в стране, в среднем за рассматриваемый период времени составил 10% или 85 трлн. руб.

Динамика роста данных показателей объясняется множеством причин как внутреннего, так и внешнего характера, однако более информативным в данном случае будет выступать относительный показатель — доля таможенных платежей в составе как доходов федерального бюджета, так и ВВП (рис. 3).

Поскольку очевидно снижение удельного веса таможенных платежей в общем объеме доходов федерального бюджета РФ на 26,7 процентных пункта, а также их снижение в составе ВВП на 5 процентных пункта (с 9,3% в 2010 г. до 5,4% в 2021 г.), то этот факт свидетельствует о необходимости совершенствования инструментов таможенного администрирования в целом, эффективном их использовании, о важности расширения внешнеторговых связей, несмотря на введенный санкционный режим со стороны Евросоюза и США, ограничивающий сотрудничество с РФ.

Повысить размер взимаемых таможенных платежей, обеспечить прозрачность их начисления и уплаты становится возможным на основе тотального внедрения цифровых технологий в рамках создания сети электронных таможен.

Особое значение в условиях цифровизации экономики приобретают таможенные информационные технологии, развитие «цифровой» («интеллектуальной») таможни [3]. Их роль при динамично изменяющихся условиях внешней среды заключается в обеспечении электронного документооборота таможенных органов, поддержании в работоспособном состоянии программного средства «Личный кабинет

участника внешнеэкономической деятельности». В соответствии со Стратегией развития таможенной службы РФ до 2030 г. (далее Стратегия) [3] в качестве первого целевого ориентира обозначена «полномасштабная цифровизация и автоматизация деятельности таможенных органов», при этом все (100%) таможенные операции должны совершаться автоматически с использованием информационных технологий, тогда как уровень этих операций по состоянию на 2020 г. составляет всего 25%. Также запланировано повысить функционирование электронных сервисов для участников ВЭД до 98%, что включает в себя удобство пользования и бесперебойность работы.



Рис. 3. Динамика доли таможенных платежей в доходах федерального бюджета и в составе ВВП Российской Федерации (рассчитано автором на основе [9])

Стратегией предусмотрено использование методов искусственного интеллекта и методов обработки больших объемов данных, что должно обеспечить цифровую трансформацию технологий таможенного оформления и таможенного контроля; применение высокотехнологичных автоматических систем и устройств; применение самообучающейся интеллектуальной системы управления рисками (СУР). Реализация этих задач позволит повысить эффективность работы таможенной службы в перспективе как в качественном отношении при оказании таможенных услуг, так и в количественном — снижении уровня противоправных действий, росте величины таможенных платежей, поступающих в бюджет.

Одной из основных задач таможенных органов остаётся проведение таможенного контроля при перемещении товаров и транспортных средств через таможенную границу. Эффективный таможенный контроль необходим на всех этапах таможенного оформления, в том числе и таможенного декларирования. Для обеспечения и поддержания результативности и отлаженности системы таможенного контроля используется система управления рисками в таможенном деле, позволяющая предотвращать таможенные правонарушения, которые совершаются недобросовестными участниками ВЭД. В соответствии с предполагаемым развитием цифровых технологий в рамках Стратегии одним из основных результатов ожидается оценка уровня риска каждой товарной партии в режиме онлайн. Применение искусственного интеллекта должно быть направлено на разработку перспективной

системы управления рисками для автоматизации перемещения безрисковых товаров через таможенную границу с обеспечением минимизации потерь временного ресурса.

Система управления рисками является одним из стратегических направлений развития таможенной службы РФ до 2030 г., в рамках которой продолжает реализовываться риск-ориентированный подход при проведении таможенного контроля, способствующий созданию гибкой и самонастраивающейся СУР [3].

Система управления рисками, основанная на базовых принципах, среди которых принцип целевой направленности, целостности, законности, информативного единства, обеспечивает проведение эффективного таможенного контроля. Это способствует тому, что таможенные органы сосредотачиваются в своей деятельности на наиболее важных и приоритетных направлениях работы. При этом происходит выявление областей с наибольшей вероятностью возможных таможенных нарушений, что в свою очередь активизирует меры по минимизации их проявления.

Один из основных элементов системы управления рисками – профиль риска – позволяет выявлять и минимизировать преступления в области таможенного дела. Исходя из положений ТК ЕАЭС, профиль риска – это совокупность сведений об области риска, индикаторах риска и о мерах по их минимизации [8].

Профиль риска формируется в том случае, если по результатам анализа и оценки риска выявляется высокий уровень риска нарушения таможенного законодательства. Процесс формирования профиля риска предусматривает необходимость участия сотрудников таможенных органов из разных структурных подразделений. При этом задействуется определенный механизм утверждения профиля, при котором на каждом этапе его прохождения существует риск нарушения таможенных правил. В сложившихся условиях осуществления хозяйственной деятельности важным является внедрение межведомственных карт (профилей) рисков на те категории товаров, которые требуют межведомственного взаимодействия.

Выводы. Обеспечение информационного баланса как между подсистемами таможенной системы, так и внутри подсистем позволит удерживать систему в равновесии, будет способствовать синхронному развитию элементов таможенной системы. Поскольку состояние всех подсистем и элементов таможенной системы зависит от человеческого фактора (в своём большинстве от квалификационного уровня сотрудников таможенной службы), то необходимо обеспечение профессионального тесного взаимодействия всех структурных подразделений таможенной службы, а также самой службы с другими государственными контролирующими органами, что будет способствовать стабилизации таможенной системы как полноценного органа – регулятора в сфере внешнеэкономической деятельности. Применение системы управления рисками в таможенном деле как составного элемента таможенного контроля в режиме онлайн на базе единой цифровой платформы позволит предотвращать и выявлять нарушения в таможенном законодательстве в минимальные сроки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Харченко, В.А. Теоретические основы формирования системы стратегического управления развитием промышленного предприятия / В.А. Харченко // Теоретико-методологические основы стратегического управления устойчивым развитием промышленного предприятия: монография [Электронный ресурс]. – Донецк: ДОННТУ, 2020. – С. 9-57.

2. Мантусов, В.Б. О реализации стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года в условиях цифровой экономики / В.Б. Мантусов, П.Н. Башлы // Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии. – 2020. – № 1 (38). – С. 5-11.

3. Стратегия развития таможенной службы Российской Федерации до 2030 года: распоряжение Правительства Российской Федерации от 23 мая 2020 г. № 1388-р. // Официальный сайт Федеральной таможенной службы. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/> – Дата обращения: 17.06.2022. – Загл. с экрана.

4. Макарова, Н.Н. Системный подход к экономической безопасности в сфере таможенного регулирования внешнеэкономической деятельности ЕАЭС / Н.Н. Макарова, О.А. Миронова, Е.С. Халяпина // Инновационное развитие экономики. – 2020. – №2 (56). – С. 270-276.

5. Харченко, В.А. Системный подход и системный анализ в управлении предприятием // Экономический базис развития науки и технологий в России: Сборник трудов Международной научной конференции, г. Симферополь, 19-20 октября 2018 г. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2018. – С. 405-408.

6. Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности: учеб. пособие / под ред. И.С. Мога. – М.: Издательство «Спутник +», 2018. – 186 с.

7. Демичев, А.А. Основы таможенного дела: учебник / А.А. Демичев, А.С. Логинова. – СПб.: ИЦ «Интермедия», 2014. – 188 с.

8. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза (приложение № 1 к Договору о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза) // Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>. – Дата обращения: 17.06.2022. – Загл. с экрана.

9. О перечислении средств в федеральный бюджет [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной таможенной службы. – Режим доступа: <https://customs.gov.ru/>. – Дата обращения: 17.06.2022. – Загл. с экрана.

Поступила в редакцию 20.06.2022 г.

CUSTOMS SYSTEM IN THE ADMINISTRATION OF THE FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES

V. A. Kharchenko

The main subsystems of the customs system are highlighted and characterized in this article. These subsystems determine the directions of state regulation of commodity flows in the field of foreign economic activity: customs policy, customs law and customs business. The priority tasks for the strategic development of the customs system have been identified. Tasks are expressed through the elements: customs payments, customs information technology, customs control, customs expertise. The role of the risk management system in improving the efficiency of customs control is highlighted, taking into account the projected results in the 2030 Strategy related to the development of digital technologies.

Keywords: customs system, customs payments, customs control, development strategy, information technology, subsystems, system elements, risk management system, system.

Харченко Виктория Анатольевна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры коммерции и таможенного дела ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк

v.kharchenko@donnu.ru

+7-949-33-88-488

Kharchenko Viktoriya

PhD in Economics, Associate Professor of «Commerce and Customs»

Donetsk National University, city Donetsk

УДК 330.837

РЕЛИГИЯ КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СОСЛОВЛЯЮЩАЯ ЭКОНОМИКИ

© 2022. А. М. Чаусовский, А. Н. Химченко, Ю. В. Арабаджи

В статье исследуются проблемы влияния социокультурных, этических и религиозных факторов религии на экономическое развитие. Определено содержание термина «Протестантская трудовая этика», ее влияние на хозяйственную жизнь и экономическое развитие. Раскрыто значение и социально-экономические последствия принятия православного христианства для Руси. Осуществлена дифференциация стран Европы в зависимости от господствующей религии.

Ключевые слова: институционализм, экономические институты, религия, протестантская этика, православие.

Постановка проблемы. Анализ социокультурных, этических и религиозных аспектов экономического развития долгое время не был предметом исследований ученых – экономистов. Сегодня ситуация изменилась и интерес к изучению названных проблем резко возрос, причем это характерно не только для отечественной науки, но и для мирового сообщества.

Такая перемена отнюдь не случайна. Есть по крайней мере две причины, которые требуют обратить внимание на изучение влияния национальных традиций, типа культуры и духовного склада населения на экономический и социальный прогресс.

Во-первых, это связано со все большей неудовлетворенностью состоянием экономической теории, ее неспособностью объяснить происходящие в мире процессы и как следствие с поиском новой парадигмы. Во-вторых, это связано с поиском моделей социально-экономического развития постсоциалистических республик бывшего СССР. Опыт реформирования экономик этих стран показал неэффективность стандартных решений, не учитывающих принадлежность страны к тому или иному типу цивилизационного развития, особенности духовного склада населения, традиционной системы ценностей.

Прежде всего, это связано с использованием рекомендаций, основанных на господствующих макроэкономических монетаристских концепциях, которые носят подчеркнuto асоциальный характер. В духе рационалистических воззрений они просто исключают влияние социокультурных, этических и религиозных факторов на хозяйственную жизнь и функционирование конкурентных рынков. В то же время анализ опыта стран, сделавших в послевоенный период рывок в своем развитии (Япония, Южная Корея, Сингапур), сотворивших экономическое чудо, показывает прямую зависимость их успеха от умелого сочетания общемировых тенденций развития с самым тщательным учетом присущего каждой из них своеобразия культуры и особенностей социальной организации. Поэтому без теоретического выяснения влияния религии на хозяйственную жизнь людей невозможно реформировать экономику и повысить её эффективность.

Актуальность темы исследования. Религия традиционно оказывала исключительное воздействие на различные аспекты индивидуального и общественного бытия, вырабатывала нормы социально целесообразного поведения людей, направленные на обеспечение стабильности и жизнеспособности общественного

организма. Религия в той или иной степени затрагивала проблемы экономической жизни общества, сыграла огромную роль в утверждении капитализма. С этих позиций заявленная тема актуальна как для экономической теории, так и для хозяйственной практики.

Анализ последних исследований и публикаций. В современной литературе вопрос о влиянии религии на экономику исследован в трудах многих философов и экономистов. Основоположник современной социологии, французского философ Э. Дюркгейм считал, что экономическое развитие предопределяет все остальные сферы жизни, в том числе религию [1]. Немецкий социолог М. Вебер полагал, что протестантская мораль индуцировала возникновение капитализма [2]. Тем самым М. Вебер хотел показать несостоятельность марксистского принципа, согласно которому экономические отношения в обществе определяют формы общественного сознания¹. Вебер провел скрупулезное исследование, стремясь доказать, что именно религиозные убеждения, религиозная мораль были основными стимулами становления и развития капиталистической экономики.

Христианская позиция осмысления экономической деятельности получила отражение в трудах русских философов: С. Н. Булгакова, В. С. Соловьева, П. И. Новгородцева [4, 5, 6] и др. Один из основоположников новой классической макроэкономики, профессор Гарвардского университета Р. Барро провел цикл исследований влияния религии на экономический рост [7, 8]. Бизнес и духовность, пути синтеза деловой успешности и реализации человеческого духовного поиска исследует в своих публикациях выдающийся экономист с мировым именем Виттевин Хендрик Йоханнес [9]. Религия в индустриальном и постиндустриальном мире, православные принципы формирования рыночной экономики, духовные истоки российского предпринимательства рассматриваются в публикациях ряда российских ученых [10, 11, 12]. Ряд российских ученых аналогом протестантской трудовой этики полагают трудовую этику старообрядцев в России [13]. Однако не всеми исследователями эти две этики считаются сопоставимыми. По мнению московского ученого Титовой Е. староверами были развиты, расширены и практически реализованы собственно православные этические хозяйственные принципы, не имеющие отношения к протестантизму в принципе [14]. Монография украинского ученого Тимчик О. А. представляет собой результат исследований автора над существованием и формами проявления взаимосвязи экономики и религиозной жизни государства [15].

Выделение нерешённых проблем. Тема связи религии, экономики и результатов хозяйственной деятельности продолжает быть актуальной. Нельзя сказать, что религиозная принадлежность уже определила иерархию стран – она меняется. Видимо, это будет связано с внутренними изменениями в конфессиях – не верований, не догматики, а социальной интерпретации. Возможно, это будет связано с появлением новых институтов или новых факторов доверия.

Цель данной работы. Анализ влияния различных религиозных конфессий на развитие экономики.

Результаты исследования. Проблема влияния религии на экономику на современном этапе мало изучена и раскрыта, однако ее актуальность не вызывает сомнений. Различают несколько видов возможного влияния религии на экономику. Во-первых, религия формирует и прививает нравственные ценности личности –

¹ «Совокупность этих производственных отношений составляет экономическую структуру общества, реальный базис, на котором возвышается юридическая и политическая надстройка и которому соответствуют определенные формы общественного сознания», - утверждал Маркс [3, с. 6 - 7].

скромность, ответственность, моральный долг, взаимопомощь, справедливость, бескорыстие, уважение к труду, которые применяются религиозным человеком и в бизнесе. Результатом этого является преодоление оппортунистического поведения субъектами экономики, стабильная уплата налогов, снижение уровня конфликтности внутри трудового коллектива, сокращение безработицы и текучести кадров, преодоление неоправданной, чрезмерной дифференциации в уровне доходов населения. Во-вторых, религия способна регулировать (повышать или снижать) спрос на товары и услуги, как продовольственной группы (продукты к религиозным праздникам), так и непродовольственных (свечи, поминальные товары). В-третьих, религия, особенно протестантизм, провозгласила труд призванием, что повлекло за собой рост производительности и эффективности труда, рост доходов и рост богатства населения стран, в которых преобладает протестантизм. В-четвертых, религия способна воздействовать на отдельные виды деятельности, может оправдать и поддержать конкретные экономические системы.

С момента своего возникновения христианство претерпело огромные изменения. В основе успехов западноевропейского капитализма лежала протестантская этика, возникшая в позднее средневековье в ходе религиозной Реформации². Реформация оказала огромное значение на европейскую историю. Ключевым моментом протестантской морали является «протестантская трудовая этика». Термин ввел в оборот немецкий философ и социолог Макс Вебер (1854-1920) в знаменитой работе «Протестантская этика и дух капитализма» в 1905 г. (переведенная на английский язык считалась в США чуть ли не экономической библией). Экономический успех европейского и американского капитализма немецкий ученый объяснял наличием в этих странах протестантской этики, обусловившей трудовое рвение и рациональную организацию труда.

Протестантская трудовая этика имеет библейские корни и поэтому для нее характерны следующие ключевые моменты. Во-первых, образ труда в Новом Завете, который является главным документом католицизма и православия, тяжел и мучителен – труд воспринимается как наказание за совершенный первородный грех. Протестантизм же напротив, вернувшись к Ветхому Завету, возрождает саму идею труда как средства для воплощения царства Божьего на земле: труд сродни молитве, работа – тоже молитва. Молясь и трудясь, человек обретает милость Бога и заслуживает рая. При этом, что очень важно, труд не рассматривается как наказание. Работа, труд, экономия денег представляют собой форму преданности Богу. Протестантизм провозглашает не любую трудовую деятельность, а только в рамках определенной профессии. Если человек занимается работой, которая не соответствует его призванию, то он больше бездельничает, чем выполняет свою миссию. Этим протестантизм поощряет специализацию труда, совершенствование профессионализма. Только в реформированном христианстве проводится различие между понятиями «профессия» и «призвание». Во-вторых, протестантская трудовая этика распространялась не только на основную часть населения, но и на элитные группы, включая предпринимателей. Предпринимательская деятельность рассматривается как

² Реформация – широкое антикатолическое движение XVI века в Европе. Его зарождение относят к октябрю 1517 года, когда немецкий христианский богослов Мартин Лютер (1483-1546 гг.) выступил с критикой в адрес злоупотреблений католических священнослужителей, обнародовав свои «95 тезисов». Основные направления протестантизма: кальвинизм, лютеранство, англиканство, баптизм, свидетели Иеговы, евангелизм, мормоны, пятидесятники и др. Дробление протестантских конфессий происходит постоянно уже на протяжении несколько сотен лет.

нравственно оправданная, общественно полезная и жизненно необходимая. В-третьих, критерием полезности профессиональной деятельности выступает доходность. Богатство – это свидетельство хорошо исполненного долга перед Богом: «Богатство, заработанное честным трудом, является благословением»³ [16]. При этом предпринимательская деятельность, коммерция осуществляются не только ради роста личного потребления, но и в качестве добродетельного вида деятельности. В-четвертых, по мнению протестантов, Бог поощряет высокое качество производимых товаров и услуг, честное отношение к потребителю и запрещает недобросовестные способы накопления богатства: «Не делайте неправды в суде, в мере, в весе и в измерении: да будут у вас весы верные, гири верные...»⁴ [17]. В-пятых, запрещено издевательство и жестокое обращение с подчиненными, а оплата труда наемных работников должна быть достойной и вовремя выплаченной: «Не обижай ближнего твоего и не грабительствуй. Плата наемнику не должна оставаться у тебя до утра»⁵ [18]. В-шестых, новая религия выступала за ограничение рабочей недели шестью днями и запрет работать в седьмой день недели, который обозвали как «шабат», от чего произошло слово суббота: «Шесть дней работа и делай всякие дела твои, а день седьмой – суббота Господу, Богу твоему. Не делай никакого дела, ни ты, ни сын твой, ни дочь твоя, ни раб твой, ни раба твоя, ни вол твой, ни осел твой, ни всякий скот твой, ни пришелец твой, который у тебя, чтобы отдохнул раб твой, и раба твоя, и осел твой, как и ты»⁶ [19].

Таким образом, в результате протестантская этика освободила человека от пассивного созерцания жизни и психологически стала готовить индивида к активной хозяйственной деятельности. М. Вебер в своей знаменитой работе отмечал: «Результатом Реформации как таковой было прежде всего то, что в противовес католической точке зрения моральное значение мирского профессионального труда и религиозное воздаяние за него чрезвычайно возросли. Дальнейшее развитие идеи «призвания», в которой нашло свое выражение это новое отношение к мирской деятельности, зависело от конкретной интерпретации благочестия в отдельных реформированных церквях» [2, с. 99].

Если ограничиться Европой и расположить страны по уровню и качеству жизни, уровню свободы и демократии, то выясняется, что первое место занимают протестантские страны, которые богаче других в восемь раз. Здесь рост капитализма осуществлялся гораздо быстрее. Институты политической демократии формировались быстрее. Второе место – католические страны, которые богаче других в полтора раза. Здесь все эти процессы происходили медленнее. А на последнем месте – православные, которые беднее других в 1,24 раза [6]. В православных странах процессы развития капитализма и политических институтов происходили с замедлением. Объясняется это разным отношением религиозных конфессий к основным экономическим категориям современной экономики (таблица 1).

³ Книга Притчей Соломоновых – одна из ветхозаветных книг Библии. Как известно из библейской истории, Бог даровал Соломону мудрость. Мудрость эта и отражена в книге Притчи.

⁴ Левит — третья книга Торы, Ветхого Завета и всей Библии. Книга Левит описывает религиозную жизнь еврейского народа.

⁵ Там же.

⁶ Второзаконие – пятая книга Торы, Ветхого Завета и всей Библии. Второзаконие Моисея резюмирует изложенное в первых четырех книгах Ветхого Завета. Имеет характер прощальной речи Моисея к израильтянам.

Таблица 1

Отношение религиозных конфессий к основным категориям современной экономики

	Католицизм	Православие	Протестантизм
Труд	Роль трудовой деятельности человека связана с его нахождением в определенном коллективе, группе, корпорации	Труд во имя высшей цели, как страда с максимальной отдачей в краткосрочном периоде	Труд – это долг, приближающий человека к Богу
Собственность	Собственность приобретается трудом и служит труду, что определяет законность всех форм собственности	Права собственности не акцентированы, доминирование общинности и государственного патернализма	Частная собственность, частная жизнь человека священны и неприкосновенны
Богатство	Признается естественное стремление человека к личному обогащению, но порицается стремление к избыточному богатству	Богатство не осуждается, а осуждается лишь неправедно приобретенное богатство и неразумное его использование, поклонении ему в большей степени, чем Богу	Богатство – это свидетельство хорошо исполненного долга перед Богом
Цена	Справедливая цена – это цена, которая должна включать покрытие издержек, связанных с производством и транспортировкой товара, и доход, позволяющий продавцу вести образ жизни соответствующий его сословию	Идея распределения материальных благ «по справедливости», братской любви и правды Божьей	Цена устанавливается по взаимному соглашению продавца и покупателя
Разделение труда, специализация	Верность данной Богом профессии, своему сословию и корпоративной этике, осуждение некачественной работы	Господствует принцип универсальности, а не узкой специализации	Узкий профессионализм, ориентация на результат и высокую эффективность производства

Принятие христианства на Руси связано с именем великого киевского князя Владимира, что произошло на исходе первого тысячелетия (централизованному государству и единовластию была нужна сильная монотеистическая религия). С точки зрения автора «Повести временных лет» в 986 г. к Владимиру вдруг являются представители четырех основных конфессий и начинают склонять князя к своей вере. Однако с точки зрения современного историка Б. Акунина «никакого открытого конкурса конфессий не было – это не более чем притча, полемический прием, с помощью которого монах летописи прославляет свою веру и принижает иные» [20, с. 205]. В конце X века у Владимира не могло существовать серьезных сомнений относительно того, что в качестве государственной религии следует выбирать христианство византийского направления. Князь Владимир, принимая судьбоносное решение относительно религии, руководствовался политическими и социально-экономическими соображениями: в конце X века Рим был в запустении, Западная Европа жила бедно, а Византия казалась великолепной и могущественной.

Креститься самому и принудить к этому приближенных было легко, но на обращение в новую религию населения страны понадобилось много времени. Из летописи ясно, что столичных жителей сделали христианами при помощи запугивания – и сугубо формально, ничего толком не объясняя. Скорее всего, киевляне восприняли непонятный обряд с залезанием в воду как очередную прихоть сурового властителя и хоть повесили на шею крестики, все равно остались при прежних верованиях.

Христианство сыграло чрезвычайно большую роль в русской истории. Это одна из самых важных вех в эволюции государства и культуры, в формировании нации, событие цивилизационного значения. Благодаря новой вере произошел качественный скачок в представлениях о правильности и неправильности, приемлемом и неприемлемом поведении, добре и зле. Без православной церкви Россия как государство не сформировалась бы, а затем, после полного распада, не возродилось бы.

В политическом отношении церковь всегда была сторонницей централизации и проповедницей гражданского мира. Она помогла киевским князьям Владимиру Святому и Ярославу Мудрому создать единое государство, а в эпоху междоусобиц призывала князей к согласию. С ослаблением власти великих князей авторитет духовных пастырей только возрос. Ко времени монгольского нашествия церковные узы соединяли Русь крепче политических – это одна из причин, по которой русский народ сумел сохранить внутреннее единство даже в условиях потери независимости.

Церковь была главным двигателем культуры, искусства, распространения книжности. От Киевской эпохи остались выдающиеся литературные памятники: летописи, религиозные трактаты, великокняжеские поучения⁷, наконец первая русская поэма – «Слово о полку Игореве»⁸. Однако еще важнее то, что к началу XIII века высокий процент населения, во всяком случае городского, был грамотен. Князь Владимир стал устраивать первые школы, насильно забирая туда детей. Князь, разумеется, руководствовался практическими соображениями – требовалось как можно скорее создать новое сословие – духовенство, которое вытеснило бы языческих жрецов, а попом мог стать только человек, способный читать Библию. Начинание Владимира продолжили и другие князья, открыв школы во всех русских городах. Делом образования руководила, и в значительной степени финансировала его, церковь.

Однако главной заслугой православной церкви была не политическая или культурная деятельность, а тот этический переход, который христианство произвело в умах и сердцах. На протяжении всего средневековья церковь задавала ориентиры нравственного поведения. Христианство упразднило человеческие жертвоприношения, многоженство, кровную месть, заложило в умы принципиально иную этическую основу. Конечно, церковь не могла искоренить пороки и преступления, но ввела в повседневный обиход понятия раскаяния и совести. Идея о том, что убивать, воровать,

⁷ Самое яркое великокняжеское поучение – это «Пучение Владимира Мономаха». Литературный памятник XII века, написанный великим князем киевским Владимиром Мономахом. Состоит из трех частей: «Пучение», «Летописи» (автобиография князя) и «Послание черниговскому князю Олегу Святославовичу».

⁸ Слово о полку Игореве - памятник литературы Древней Руси, рассказывающий о неудачном походе великого киевского князя Игоря против половцев в 1185 году. О том, когда и как создавалась поэма, ничего не известно. Большинство учёных полагает, что она была написано в последней четверти XII века, вскоре после описываемых событий. Текст «Слова», включённый в рукописный сборник XVI века, был случайно обнаружен в конце XVIII века одним из самых известных собирателей русских древностей А. И. Мусиным-Пушкиным, а первая публикация состоялась в 1800 году

обижать слабых – нехорошо, сегодня кажется очевидным, но для вчерашних язычников это, вероятно, было революцией сознания.

Свою главную миссию по отношению к светской власти церковь видела в том, чтобы усюветить земных владык (иногда это даже удавалось). Поскольку все души равны перед Богом, церковь непримиримо относилась к рабству. Архиеереи и монастыри не держали на своих землях холопов. Благодаря христианству с его призывом к состраданию на Руси возникла традиция помогать обездоленным. Церковь, и в особенности монастыри, подавали пример, заботясь о нищих, больных, калеках и сиротах, а также побуждая к благотворительности власть имущих.

В нашем социуме бытует ошибочное представление о независимости РПЦ от государства, как это принято, например, у католиков или протестантов. Это не так. Византийская церковная традиция, в отличие от католической, была вся построена на концепции богоустановленности земной власти и сотрудничества с ней⁹. Такая концепция постепенно привела к тому, что православие, выросшее из стремления «правильно» славить Бога, то есть вектора сугубо духовного, стало превращаться в политическую концепцию. Возникло характерное для российской государственности сращивание церкви с властью, причем церковь обрекла себя на подчиненное положение, превратившись в одно из казенных учреждений.

Петр I в 1722 г. упразднил патриаршество и учредил Святейший Синод или Духовную Коллегию. Власть над Синодом осуществлял сам император и светские чиновники. Руководимая Синодом церковь обязывалась наблюдать за состоянием умов и докладывать начальству о всяком неблагополучии. Это извечная мечта всякого тоталитарного режима – контролировать не только поступки, но и душевные движения подданных. Петру казалось, что эта задача тоже может быть решена административно. В 1714 году вышел указ, по которому каждый человек обязывался регулярно ходить на исповедь. Уклоняющихся приходской священник должен был вносить в список, передавать его начальству, и виновные наказывались штрафом. По мысли царя, это выявляло бы еретиков с раскольниками, а заодно пополняло бы казну. Если же кто на исповеди расскажет об измене или злом умысле против государства, духовник должен был немедленно донести властям. Как следствие – падение авторитета духовенства: из-за превращения церкви в один из государственных департаментов и в результате подрыва тайны исповеди. Таким образом, император Петр I стал фактическим главой церкви, которая в новой модели окончательно превратилась в департамент государства. Чем больше церковь как институт сращивается с государством, тем меньше ее духовное влияние, авторитет

Выводы. Религия важнейший фактор развития экономики. Исследования в этой области начал еще в конце XIX столетия немецкий философ и социолог М. Вебер. М. Вебер исследует влияние религиозно – этических установок на характер и способы осуществления экономической деятельности и на формы ее мотивации. По его мнению протестантская трудовая этика предопределила возникновение капитализма, освободила человека от пассивного созерцания жизни и психологически стала готовить индивида к активной хозяйственной деятельности. Индивидуальная связь с Богом, новые способы ведения хозяйства, этика трудовой деятельности – все это культурные достижения протестантизма, которые прочно вошли в обиход современной культуры.

⁹ Самым ярким и известным из «праведников – государственников», несомненно, был Сергей Радонежский (1321-1391). Всю свою жизнь стремясь к духовным исканиям он несколько раз приходил на помощь московскому государству в решении проблем сугубо земных. Этот святой олицетворял собой правильное отношение к государству и власти.

Причины отсталости и процветания стран кроются в культурных различиях обществ, в той религии, которую исповедуют большинство жителей страны.

Государственное регулирование церковью оказывает негативное влияние на экономику, а при религиозном плюрализме экономика развивается быстрее. На положение русской православной церкви пагубным образом сказались слишком тесные отношения с государством. Чем больше церковь как институт срачивается с государством, тем меньше ее духовное влияние, авторитет. Религия способна позитивно влиять напрямую на поведение и убеждения людей касательно как просто бытовых вопросов, так и основных жизненных принципов, и косвенно на политические убеждения и даже на рыночные категории, такие как спрос и предложение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни: тотемическая система в Австралии / Э. Дюркгейм. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2018. – 736 с.
2. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с. - (Социологическая мысль Запада).
3. 3. К. Маркс К критике политической экономии / К. Маркс и Ф. Энгельс. Соч. Т. 13. - М.: Государственное издательство политической литературы. – 1959.
4. Булгаков С.Н. Философия хозяйства / С.Н. Булгаков. – М.: Институт русской цивилизации. – 2009. – 464 с.
5. Соловьев В. Оправдание добра / В. Соловьев. – М.: Институт русской цивилизации, Алгоритм, 2012. – 656 с.
6. Новгородцев П. И. Право на достойное человеческое существование / П. И. Новгородцев // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). - № 4. – 2021. - С. 245-249.
7. Robert J. Religion and Economic Growth across Countries / J. Barro Robert and Rachel M. – McCleary American Sociological Review, October 2003, 760 – 781.
8. Рэйчел М. Макклири и Роберт Дж. Барро. Богатство религий. Политическая экономия веры и принадлежности. Princeton University Press, Принстон / Оксфорд, 2019 г.
9. Виттевин Хендрик Йоханнес Бизнес и духовность. Суфизм в действии. – М.: Гаятри, 2007. – 168 с.
10. Суперфин Л. Религия в индустриальном и постиндустриальном мире (тенденции западного опыта) / Л. Суперфин // Вопросы экономики. 1993. – № 8. – С. 32–43.
11. Афанасьев Э. О. некоторых православных принципах формирования рыночной экономики / Э. О. Афанасьев // Вопросы экономики. 1993. – № 8. – С. 54-59.
12. Холодков В. Православные традиции в российском предпринимательстве / В. Холодков // Вопросы экономики. 1993. – № 8. – С. 97- 105.
13. Расков Д.Е. Хозяйственная жизнь русского старообрядчества: новаторство в рамках традиций [Электронный ресурс] / Д.Е. Расков // Вестник СПбГУ. – 1999. – Сер. 5, – Вып. 3. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23348023&ysclid=lfr4fz12ai828699180>
14. Титова Е.Н. Этические особенности механизмов управления в истории России XIX - начала XX вв. // Менеджмент и бизнес- администрирование. –2010. – № 4. – С. 14- 29.
15. Тимчик О.А. Економіка та релігія: теорія і практика взаємовпливу / О.А. Тимчик. – К.: КНТ, 2014. – 410 с.
16. Ветхий Завет, Притчи Соломона, глава 10:16 // <http://bibliya-online.ru/kniga-pritchey-solomonovykh-glava-10/>
17. Ветхий Завет, Пятикнижие Моисея, книга Левит, глава 19:35, 36. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bibliya-online.ru/chitat-levit-glava-19/>.
18. Ветхий Завет, Пятикнижие Моисея, книга Левит, глава 19:13. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bibliya-online.ru/chitat-levit-glava-19/>.
19. Ветхий Завет, Пятикнижие Моисея, книга Второзаконие, глава 5:13, 14. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bibliya-online.ru/chitat-vtorozakonie-glava-5/>
20. Акунин Б. Часть Европы. История Российского государства. От истоков до монгольского нашествия / Б. Акунин. – Москва: Издательство АСТ, 2018. – 448 с.

Поступила в редакцию 19.06.2022 г.

RELIGION AS AN INSTITUTIONAL AND CULTURAL COMPONENT OF THE ECONOMY

A. M. Chausovsky, A. N. Himchenko, Ju. V. Arabaji

The article examines the problems of the influence of socio-cultural, ethical and religious factors of religion on economic development. The content of the term "Protestant work ethic", its influence on economic life and economic development is determined. The significance and socio – economic consequences of the adoption of Orthodox Christianity for Russia are revealed. The differentiation of European countries depending on the prevailing religion is carried out.

Keywords: institutionalism, economic institutions, religion, Protestant ethics, Orthodoxy.

Чausовский Александр Михайлович

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической теории
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
donbass54@mail.ru
+7-949-385-44-84

Химченко Андрей Николаевич

кандидат, экономических наук, доцент, доцент кафедры экономической теории
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
khimchenko.kam@donnu.ru
+7-949-38-15-375

Арабаджи Юлия Васильевна

ассистент кафедры экономической теории, аспирант кафедры экономической теории
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
arabadzhi_j@mail.ru
+7-949-371-03-54

Chausovsky Alexander

doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of economic theory
Donetsk National University, city Donetsk

Khimchenko Andrey

candidate of economic sciences, associate professor, associate Professor of the Department of
economic theory
Donetsk National University, city Donetsk

Arabaji Julia

Assistant, graduate Student of the Department of economic theory
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 004:355.41

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ

© 2022. Н. Е. Чижова

В статье выявлено содержание и роль цифровизации логистических бизнес-процессов в деятельности предприятий. Определена роль цифровизации в развитии мировой экономики и общества в целом. Охарактеризованы основные современные цифровые технологии в логистических бизнес-процессах предприятий.

Ключевые слова: логистика, логистический бизнес-процесс, цифровизация, современные технологии.

Постановка проблемы. Тенденции развития мировой экономики характеризуются активным использованием цифровых и информационно-интеллектуальных технологий. Цифровая экономика в условиях глобализации хозяйственных процессов определяется активным внедрением технологий сохранения, обработки и передачи информации как основополагающего фактора экономического роста.

Распространение цифровых технологий определяет направления развития экономики и приводит к кардинальным переменам в бизнес-процессах предприятий.

Адаптация и структурные преобразования бизнеса с помощью цифровых технологий являются важными инструментами, поскольку дают возможность предприятиям гибко менять собственную модель ведения бизнеса, обеспечивать инновационное развитие и повышать свои конкурентные позиции.

Актуальность исследования. Внедрение прогрессивных технологий в разных отраслях деятельности генерирует необходимость перемен, видоизменяет процессы управления логистическими бизнес-процессами. Цифровизация и диджитализация экономических процессов приводит к изменениям в логистической сфере.

Целесообразность обеспечения инновационной активности и цифровизации логистических бизнес-процессов предприятий обусловлена необходимостью повышения их конкурентоспособности, как на национальном, так и на международных рынках.

Анализ последних исследований и публикаций. Научно-прикладные и практические аспекты цифровизации и диджитализации логистических бизнес-процессов изучали как отечественные, так и зарубежные исследователи.

По мнению авторов, достичь эффективного развития и экономической стойкости бизнеса возможно при условии внедрения элементов современного управления, цифровых технологий, молниеносной реакции на изменения внешней среды и стремительного ускорения процессов цифровизации.

Коллектив авторов Г. В. Бубнова, В. Н. Куприяновский и Т. О. Толстых определяет актуальные тенденции цифровизации и диджитализации в сфере логистических процессов и подчеркивает направления внедрения инновационных технологий в деятельности предприятий.

Целью статьи является исследование процессов цифровизации и диджитализации логистических бизнес-процессов в соответствии с трансформационными преобразованиями и трендами мировой экономики.

Результаты исследования. Жесткая внешняя конкуренция и переменчивость внутренних экономических условий деятельности требуют формирования эффективных подходов к управлению фундаментальными бизнес-процессами (операционная деятельность, входная и выходная логистика, маркетинговая деятельность, продажи) предприятий, которые основываются на использовании прогрессивных информационных технологий и цифровых решений.

Мировой рынок логистических и транспортных услуг формирует принципиально новые модели управления, интегрированные в единое логистическое информационное пространство.

Логистика в цифровой экономике, получившая название «цифровой логистики», зарождается как ответ на глобальные вызовы для сектора логистики (рис. 1).

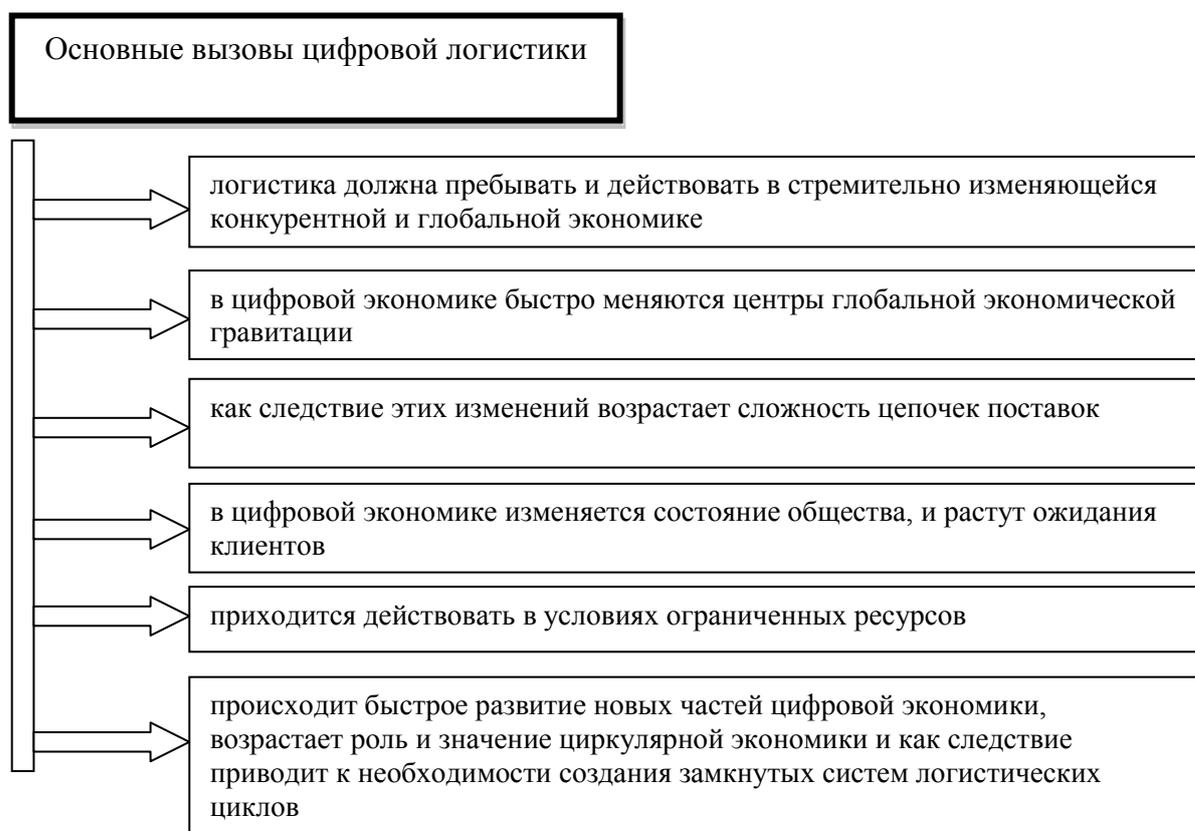


Рис. 1. Основные вызовы логистики в условиях цифровизации

Рассмотрим трансформацию логистических процессов в мировом масштабе.

В 2015 году в Давосе Всемирным экономическим форумом был принят проект «Цифровое преобразование проекта промышленности (Digital transformation Initiative)», основными составляющими которого являются логистика, СМИ, товары народного потребления, электроэнергия, автомобильная промышленность и здоровье [4].

По оценкам Всемирного экономического форума, цифровизация и диджитализация несет огромный потенциал для бизнеса и общества в целом (рис. 2).

Электронный бизнес использует не только прозрачность рынка, но и создает качественную платформу для организации электронной сети предприятий. Добиться эффективного управления цепочкой поставок можно только с помощью IT-решений и

интернета. Современная цифровизация и диджитализация позволяет оптимизировать цепочки поставок.

Совокупная стоимость 2016-2025 гг. для общества и промышленности (\$ млрд.)

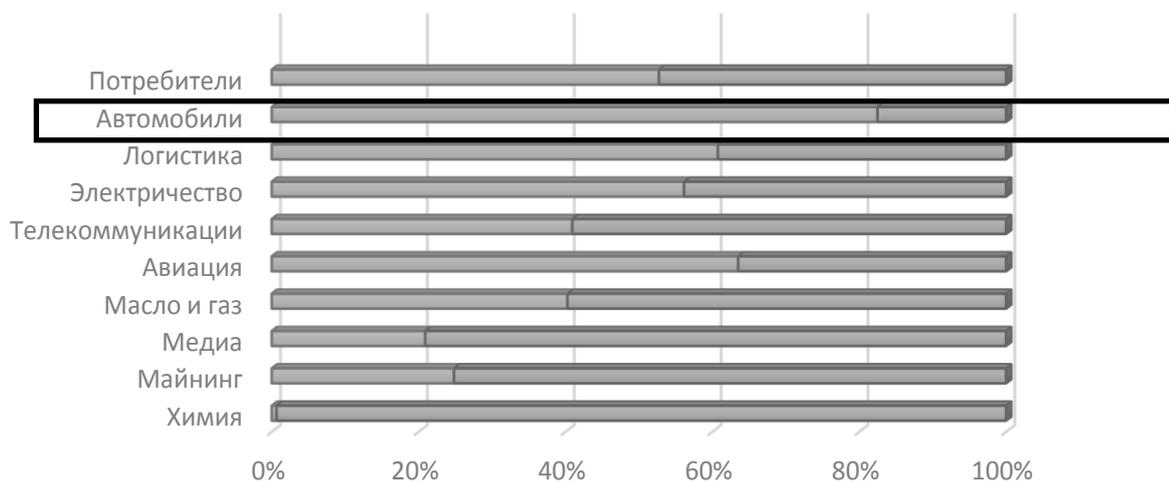


Рис. 2. Объем рынка цифровизации по отраслям [4]

Дистанционная торговля является одним из успешных современных способов ведения бизнеса. И, именно, логистика является неотъемлемой частью этого вида деятельности.

Цифровизация и диджитализация логистических бизнес-процессов предприятий охватывает: организацию движения разных видов транспорта, грузопотоков и пассажиропотоков, процессы технического обслуживания и ремонта транспорта, элементы коммерческой деятельности, поддержка работы персонала, выполняющего логистические функции в целом и т.д.

Внедрение прогрессивных цифровых технологий в бизнес-процессы предприятий предусматривает использование технологий дополненной реальности в производстве, компьютерного проектирования, технологии model-based engineering, использование робототехники в упрощении оказания услуг, использование инновационных технологий, включая технологии 3D-моделирования, управление складскими системами, цифровые двойники, предиктивная аналитика и другие.

Изучение мирового опыта дает возможность утверждать, что ведущие логистические операторы активно инвестируют средства в развитие и внедрение биометрических технологий, решения на основе технологии блокчейн (с целью сохранения данных про пассажиров, информации про логистические рейсы и осуществления финансовых транзакций), VR (virtual reality) и AR (augmented reality), облачные сервисы, технологии для обработки и анализа «огромных данных», системы автоматизации, создание логистических операционных центров.

Интересным является опыт относительно внедрения цифровых решений на базе технологии Blockchain. Миссия инициативы основывается в объединении всех возможных участников и общего изучения потенциала технологии Blockchain для дальнейшего внедрения в операционную деятельность производителей, предприятий по

ремонту и обслуживанию транспорта, разработчиков программного обеспечения, логистических компаний и т.д.

Ведущие авиакомпании и одни из крупных аэропортов активно внедряют технологию Интернета вещей (Internet of Things – IoT). Технология дает возможность эффективно управлять пассажиропотоками и перемещения грузов, улучшать качество обслуживания, сокращать затраты и в целом оптимизировать работу отрасли.

Не менее важным аспектом управления бизнес-процессами предприятия является возможность мониторинга логистических потоков с помощью использования прогнозных и предупреждающих программных решений, управление идентификацией, управление потоком или идентификации радиочастот (RFID) [5].

Во время проведения исследования установлено, что цифровая трансформация логистических бизнес-процессов охватывает процессы производства и сегмент перевозок, как пассажирских, так и грузовых. Отдельного внимания заслуживает диджитализация операционной работы логистических предприятий.

Ведущие предприятия используют широкий спектр цифровых инструментов, включая большие объемы данных и облачные технологии, распространение Интернет-вещей IoT, роботизация логистических бизнес-процессов, блокчейн (blockchain), краудсорсинг (crowdsourcing) и др.

В табл. 1 представлен перечень наиболее распространенных цифровых технологий настоящего времени и определена целесообразность их использования в системе управления логистическими бизнес-процессами предприятия [5].

Можно сделать вывод, что цифровая трансформация логистических процессов охватывает разные направления: отслеживание пассажиро- и грузопотоков, загрузка рейсов, работа с багажом, бухгалтерские операции, финансовый лизинг, закупки, управление персоналом, документооборот, управление договорами и другие логистические процессы.

Очевидными преимуществами внедрения прогрессивных цифровых технологий в логистической деятельности предприятия являются:

повышение эффективности операционной деятельности и базовых логистических бизнес-процессов;

увеличение скорости и качества обслуживания пассажиропотоков, а также повышение их пропускной способности;

формирование дополнительных параметров безопасности работы предприятий в условиях нестабильности внешней среды;

обеспечение надежности, пунктуальности, доступности перевозок и высокого качества сервиса;

развитие единого мультимодального цифрового транспортного и логистического пространства в системе национальной транспортной системы.

Несмотря на то, что сегмент цифровых технологий занимает все более весомое место в системе развития предприятия, инфраструктуры и логистических цепей поставок, существует ряд риск-факторов, которые сдерживают процессы цифровой трансформации на национальном уровне.

Повышение эффективности управления логистическими бизнес-процессами предприятий возможно за счет построения интегрированных логистических структур, внедрения прогрессивных IT-технологий, оптимизации логистической инфраструктуры, сбалансированного управления грузо- и пассажиропотоками, создание распределительных транспортно-логистических центров с учетом мирового опыта ведущих компаний.

Таблица 1

Характеристика современных цифровых технологий

Цифровые технологии	Характеристика	Применение в логистических бизнес-процессах
Облачные технологии	Модель онлайн-хранилища, в которой данные хранятся на многочисленных разделенных в сети серверах, и соответственно предоставляются в пользование клиентам преимущественно третьей стороной	– возможность эффективной передачи данных в режиме реального времени; – использование информации для прогнозирования состояния и оптимизации затрат;
BigData-сервисы и Machine Learning (машинное обучение)	Используются для обеспечения безопасности и изучения клиентских преимуществ	– координация пассажирских перевозок с целью обеспечения их безопасности; – диагностика и прогнозирование технического состояния узлов и агрегатов, своевременный ремонт и техническое обслуживание; – персонализация маркетинговых инструментов, сегментация клиентов; – возможность оптимизации пассажиропотоков.
Технология Интернет вещей (IoT)	Клиентоориентированная технология логистического управления представляет собой объединенные в единую сеть физические устройства, основанные на использовании специального программного обеспечения, сенсоров, датчиков и т.п.	– оптимизация логистических ресурсов и цепей поставок; – управление потоками пассажиров; – повышение качества обслуживания и улучшение регулярности транспортных рейсов; – усовершенствование процессов перемещения материальных и финансовых потоков и др.
Технология Блокчейн	Блокчейн (blockchain) – построенная по определенным параметрам и правилам непрерывная последовательная цепь информационных блоков. Преимуществом стоит выделить технологии блокчейн – децентрализация, прозрачность, высокий уровень безопасности и скорости.	– трекинг грузов и багажа: применение блокчейн-технологии дает возможность настроить отслеживание расположения грузов и багажа; – автоматизация работы сервисов в направлении бронирования; – моментальные платежи и smart contracts на базе технологии блокчейн; – создание баз данных относительно эксплуатации и обслуживания парка автотранспорта; – программы лояльности на основе блокчейн за счет формирования смарт-контрактов
Технология электронного обмена данными (EDI – Electronic DataInterchange)	Дает возможность оптимизировать создание, отправку, получение и обработку разнообразных электронных документов и интегрировать их с действующими бизнес-приложениями	– эффективное управление движением материальных, финансовых и других потоков в системе логистических бизнес-процессов предприятия; – контроль и аудит логистических цепей.

Вывод. Таким образом, цифровизации подвержены самые разные сферы экономики, и, соответственно, логистику эти процессы не миновали. Поддержание и совершенствование эффективной транспортной и логистической инфраструктур продолжают оставаться актуальными для мировых экономических процессов. Поэтому

высокоразвитые логистические бизнес-процессы должны отвечать требованиям современной цифровизации и диджитализации. Применение современных цифровых технологий задает направление инновационному развитию всех логистических бизнес-процессов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бубнова Г. В. Цифровая логистика – инновационный механизм развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем и комплексов // Г. В. Бубнова, Б. А. Левин // International Journal of Open Information Technologies. – 2017. – Т. 5 №3. – С. 72-78.
2. Громов А. И. Управление бизнес-процессами: современные методы: монография [Текст] / А.И. Громов, А. Фляйшман, В. Шмидт. – М.: Юрайт, 2019. – 367 с.
3. Ибрагимхалилова Т. В. Специфика маркетинго-ориентированного управления [Текст] / Т. В. Ибрагимхалилова // Торговля и рынок. – 2019. – № 3. – том 1. – С.148-158.
4. Карапетянц В. И. Трансформация логистических процессов в цифровой экономике [Текст] / В. И. Карапетянц, Т. О. Толстых, Е.В. Шкарупета // Регион: системы, экономика, управление. – 2017. – № 3 (37) – С.104-111.
5. Davenport T. H. Process innovation: reengineering work through information technology [Text] / T. H. Davenport. – Boston, MA: Harvard Business School Press. – 2013. – 246 p.
6. Harrington H. J., Harrington J. S. Total improvement management: the next generation in performance improvement [Text] / H. J. Harrington, J. S. Harrington. – N.Y.: McGraw-Hill Inc. – 2015. – 282 p.
7. Morris D., Brandon J. Reengineering your business [Text] / D. Morris, J. Brandon. – Europe: Mc Graw Hill, Inc. – 2014. – 347 p.
8. Radosevic M., Baosic M., Caric M., Jovanovic V. Implementation of Business Process Reengineering in Human Resource [Text] / M. Radosevic, M. Baosic, M. Caric, V. Jovanovic // Management. Inzinerine Ekonomika – 2014. – 25(2). – P. 211-222.
9. Zhong R. Y. Big data for supply chain management in the service and manufacturing sectors: challenges, opportunities and future perspectives/ R. Y. Zhong, S. T. Newman, G. Q. Huang, S. Lan// Computers and industrial Engineering. – 2016. – № 101. – P. 572-591.

Поступила в редакцию 16.06.2022 г.

DIGITIZATION OF LOGISTICS BUSINESS PROCESSES

N. E. Chizhova

The article reveals the content and role of digitalization of logistics business processes in the activities of enterprises. The role of digitalization in the development of the world economy and society as a whole is determined. The main modern digital technologies in the logistics business processes of enterprises are characterized.

Key words: logistics, logistics business process, digitalization, modern technologies.

Чижова Наталья Евгеньевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и логистики
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
n.chizhova@donnu.ru
+7-949-419-62-41

Chizhova Natalya

candidate of economics, Associate professor
Donetsk National University, city Donetsk

УДК 330.342.146

СОЦИАЛЬНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

© 2022. Я. В. Щетинская

В статье исследуется организационно-функциональная модель системы регулирования развития социальной экономики, которая включает в себя: формирование законодательной базы для обеспечения необходимых направлений развития социальной экономики; формирование систем мониторинга для выявления социально-национальных, трудовых и индивидуальных социальных рисков; поддержка и координация создания социальных предприятий и организации их взаимодействия; формирование и поддержка развития национальных современных форм социальной экономики на микроуровне, социально ответственного бизнеса и социального предпринимательства; формирование институтов взаимодействия органов государственной власти, бизнеса и социальных предприятий для развития отраслей социальной инфраструктуры, социальной защиты населения и рынка социальных услуг.

Ключевые слова: социальная экономика, социальное предприятие, некоммерческая организация, социальное предпринимательство, кооператив, некоммерческие организации, регион, некоммерческие организации.

Постановка проблемы. Накопленный опыт экономических преобразований свидетельствует о сложности, длительности и высоких социальных издержках перехода к рыночной экономике. Большинство постсоветских стран с переходной экономикой за семнадцатилетний период не только не превзошли, но и не достигли дореформенного уровня жизни. Незавершенность процесса социально-экономических реформ и их недостаточная социальная эффективность привели к повышению интереса к изучению долгосрочных факторов устойчивого социально ориентированного экономического роста. Это соответствует мировым тенденциям, подтверждающим невозможность перехода к устойчивому развитию. Это соответствует глобальным тенденциям, подтверждающим невозможность перехода к устойчивым темпам экономического развития без создания основы для такого же устойчивого социального развития. Кроме того, за последние двадцать лет в большинстве развитых стран мира качество жизни человека стало занимать приоритетное место как объект государственного регулирования и политики. Меры по человеческому развитию и качеству жизни реализуются в соответствии с концепцией человеческого развития и Целями развития тысячелетия ООН [1-3]. Это возможно только в условиях социализации экономических социальных процессов, отношений и развития социальной экономики и гражданского общества, что регулируется Конституцией Российской Федерации [4] и требует приоритета ее развития в направлении европейской интеграции.

Анализ последних исследований и публикаций. Рассмотрению различных аспектов социальной экономики посвящена работа многих отечественных и зарубежных ученых и экономистов. Проблемы общественного развития, процессы социализации экономики исследуют украинские ученые: Н. Гринчук, В. Еременко, Ю. Зайцев, С. Калинина, И. Кириленко, В. Куценко, Е. Либанова, Н. Лукьянченко, Макаренко, О. Мартыякова, А. Мельник, В. Новиков, И. Савченко, Ю. Саенко, В. Ягодка и российские авторы: В. Антропов, А. Бутенко, А. Волков, А. Горкин, Г. Карелова, Е. Катульский, Л. Мельник, В. Осипов, Т. Юрьева.

Теоретические аспекты социализации экономики рассматриваются в работах Р. Арона, Д. Белла, Й. Бюнкенена, Л. Вальраса, С. Хайда, Т. Хансли, Ф. Энгельса,

Л. Эрхарда, Г. Солтмана, Ф. Котлера, С. Линдерберга, Х. Ламперта, А. Маслоу, К. Маркса, Дж. Милля, А. Мюллера-Армака, В. Ойкена, В. Оуэна, Дж. Прудона, Ф. Россетто, О. Рустова, Б. Саньяна, А. Сен-Симона, А. Смита, С. Фурье, Д. Хопкинс, Л. Штейн, Д. Шумпетер. В то же время, несмотря на значительный объем исследований в этой области, ряд вопросов, связанных с регулированием и формированием социальной политики, с учетом моделей и организационных форм социальной экономики, адекватных условиям современного состояния и современному этапу развития социальной экономики в России, остаются недостаточно развитыми.

Выделение нерешённых проблем. Социальное предпринимательство направлено на: улучшение условий жизни людей в регионах за счет производства необходимых товаров и услуг; предоставление услуг в таких сферах, как здравоохранение, занятость, образование, охрана окружающей среды, жилье и т.д.; обслуживание и социальная адаптация уязвимых групп населения» [3].

Е. Рудык характеризует социальное предприятие по следующим критериям [7]: основная цель заключается не в получении прибыли от их экономической деятельности, а в удовлетворении экономических и социальных потребностей работников и потребностей граждан;

Компания не распределяет прибыль между собственниками своего имущества – государством, областью, городом, гражданами и их объединениями. Такая прибыль используется исключительно для реализации социальных и иных социальных целей;

участие работников в управлении таким предприятием прежде всего на основе трудовых прав (прав работников как участников процесса производства материальных благ и услуг);

обладание широкой автономией в управлении (прежде всего, когда речь идет о государственных и муниципальных предприятиях);

общественный контроль, прежде всего, за его целевым использованием государственных и иных средств, выделяемых предприятию в рамках различных экономических и социальных программ и распоряжений.

Социальное предприятие – это компонент социальной экономики, созданный исключительно для реализации социальных целей, определенных уставом, который осуществляет коммерческую или некоммерческую деятельность по производству товаров (работ, услуг) и направляет всю или часть прибыли на сбалансированное социальное развитие соответствующей социальной общности [1].

Целью исследования является организация и развитие социальных предприятий как формы реализации социальной экономики.

Результаты исследования. Рассмотрим деятельность функционирующих социальных предприятий. Например, «Социальное предприятие бытового обслуживания» является аккредитованным предприятием любой организационно-правовой формы, которое предоставляет социально значимые виды услуг со скидками привилегированным категориям граждан. Следует отметить, что данный тип предприятия адаптирован к экономике конкретного государства (в данном случае России, Москвы), получает прибыль от обслуживания населения и выгоды от государства – оплату 50% за арендуемые помещения, оплату услуг по водоснабжению и теплоснабжению и т.д. за обслуживание малообеспеченных слоев общества.

Предприятия общественного питания (Россия, г. Красноярск) – «аккредитованное предприятие любой организационно-правовой формы, которое обеспечивает ценовую доступность услуг общественного питания и может специализироваться как на обслуживании определенного контингента потребителей, так и в части ассортимента

реализуемых блюд, включая комплексное питание». Услуга общественного питания имеет социальную направленность, то есть предоставляется определенному контингенту потребителей (малообеспеченным гражданам, инвалидам, участникам ВОВ и т.д.) [8].

Эта деятельность способствует улучшению криминогенной ситуации в государстве, ведь зачастую социально невостребованные люди (бывшие заключенные, наркоманы, люди, которые по разным причинам остались без средств к существованию) подталкиваются к преступлению безысходности. Такому человеку сложно устроиться на работу, работодатели не стремятся привлечь таких работников.

Социальные предприятия способствуют последовательному и устойчивому повышению уровня потребления, обеспечению доступа уязвимых слоев населения к качественным социальным услугам, реформированию важнейших секторов социальной сферы.

Для развития системы социального хозяйства необходимо развивать законодательную базу государства. Преобразования, происходящие в современной России, основаны на ее правовой системе. Адекватные реформы, которые проводятся или которые необходимы в будущем.

Таким образом, проблема совершенствования правовых мер становится актуальной и практически значимой. Без его решения невозможно будет оптимизировать механизм правового регулирования, создать государственную правовую систему в социально-экономической сфере.

При решении социально-экономических проблем с учетом региональной специфики и особенностей создания социальных предприятий в стране и регионах особое значение имеет правовая деятельность региональных органов власти.

Целью сотрудничества является удовлетворение экономических, социальных и иных потребностей членов кооперативных организаций на основе сочетания их личных и коллективных интересов, распределения между ними рисков, издержек и доходов, развития их самоорганизации, самоуправления и самоконтроля.

Основными задачами кооператива являются: повышение уровня жизни членов кооператива, защита их имущественных интересов и социальных прав; создание системы экономической и социальной самопомощи населения и субъектов предпринимательства; вовлечение в производство товаров, работ, услуг, дополнительных трудовых ресурсов, повышение трудовой и социальной активности населения; создание и развитие инфраструктуры, необходимой для осуществления хозяйственной и иной деятельности кооперативов в целях повышения материального благосостояния их членов и удовлетворения потребностей в товарах и услугах; содействие устойчивому развитию и создание основ демократического развития общества.

Следующим шагом является анализ нормативно-правовой базы для определения термина «некоммерческие организации». Четкого определения этого понятия в действующем законодательстве нет. Этот термин предлагается в Законе о подоходном налоге, который определяет определенный круг предприятий, которые имеют право на льготное налогообложение. Специальные законы, регулирующие деятельность некоммерческих предприятий, гласят, что целью их деятельности не является получение прибыли.

В хозяйственном законодательстве используется понятие «некоммерческие организации». Это самостоятельная системная экономическая деятельность,

направленная на достижение экономических, социальных и другие результаты без цели получения прибыли [9].

В гражданском кодексе РФ используется понятие «некоммерческие товарищества» – это товарищества, которые не стремятся получить прибыль для ее дальнейшего распределения между участниками.

Поэтому, согласно анализу, было установлено, что «некоммерческими предприятиями» являются некоммерческие товарищества, которые занимаются некоммерческим управлением и деятельность которых меняется без цели получения прибыли. Хотя законодательство нуждается в более четком определении этого понятия.

Таким образом, законодательная база России имеет недостатки для того, чтобы создать социальную экономику, которая очень необходима для многих частей страны. Поэтому этот вопрос нуждается в дальнейшем развитии. Также действующая законодательная база не предусматривает функционирование социальных предприятий и их поддержку. Прерогативой в предоставлении социальных услуг является деятельность государственных органов и структур, а также общественных организаций. Последние, с учетом сложившихся негативных тенденций, касающихся их финансирования (сокращение государственного финансирования и сокращение благотворительных отчислений), находятся в недееспособном состоянии.

Что касается благотворительных общественных организаций, то в большинстве случаев наблюдается низкая информированность общества о целевой деятельности данного вида организаций. В табл. 1 показаны типы целевых организаций, способных решать социальные проблемы общества.

Таблица 1

Организации, которые могут решать социальные проблемы общества

Социальные организации	Средства финансирования	Препятствия
Государственные органы	Отчисления из бюджета	Сокращения финансирования из бюджета
Общественные организации	Пожертвования	Сокращение пожертвований
Предприятия	Доходы от коммерческой деятельности	Отсутствие благоприятных условий деятельности

Социальное предприятие характеризуется социальной целью своего функционирования, которая определяется социальными показателями, достижение которых является обязательным и определяется степенью достижения его целей.

Целью социальных предприятий является обеспечение социальной справедливости, приобретение социального оптимизма и благополучия наиболее социально уязвимыми слоями общества, предоставление социальных гарантий гражданам. На практике эффективность функционирования социальных предприятий можно оценить с точки зрения социально-экономических показателей.

Для создания законодательной базы, налоговой политики, рычагов поддержки социальных предприятий как со стороны государства, так и со стороны бизнеса необходимо:

классифицировать социальные услуги, которые могут предоставляться социальными предприятиями;

классифицировать население по группам по уровню социального обеспечения, уровню и объему потребностей в социальных услугах;

обеспечение прав и свобод граждан, развития человека, возможности самореализации личности;

мотивация и стимулирование социально-инновационной активности людей, их трудовой и предпринимательской активности, совершенствование социально-трудовых отношений.

Выводы. Для решения социально-экономических проблем общества необходимо разработать системный механизм взаимодействия субъектов социальной сферы (государства, некоммерческих организаций, социальных предприятий и производственных предприятий, консалтинговых фирм и СМИ) и сформировать дееспособный механизм функционирования рынка социальных услуг.

Для решения социально-экономических проблем путем создания социальных предприятий необходимо:

создание законодательных актов, ориентированных на поддержку, регулирование, контроль за деятельностью социальных предприятий;

льготное налогообложение социальных предприятий;

создание государственной структуры, представляющей интересы развития социальных предприятий;

предоставление государственных заказов, льготных кредитов, субсидий;

государственная поддержка научных исследований в области социального предпринимательства;

содействие поддержке социальных предприятий или их организации путем эффективно функционирующих бизнес-структур;

создание или поддержка консалтинговых организаций по формированию и развитию социальных предприятий;

обеспечение квалифицированными специалистами в области социального предпринимательства путем подготовки и выпуска специалистов данного профиля государственными высшими учебными заведениями;

обеспечение доступа к повышению квалификации, совершенствование деловых навыков и управленческих навыков путем формирования.

Положительными результатами создания социальных предприятий являются:

повышение качества жизни;

развитие экономики и общества;

снижение нагрузки на государственный бюджет;

повышение рейтинга страны в международном сообществе.

Необходимо также подчеркнуть психологический аспект функционирования социальных предприятий: в них незащищенные слои общества находят опору, способ самореализации, возможность самостоятельности, здесь нет бюрократии, как в государственных структурах и институтах.

Социальные предприятия являются факторами социальных инноваций и преобразований. Эти преобразования должны основываться на изменении ценностей и моделей социально-экономического поведения и формировании новой институциональной системы, которая должна строиться на принципах социальной справедливости, поскольку деятельность социальных предприятий может интенсифицировать социальную коррупцию под видом решения социальных проблем населения. Социальные предприятия являются социально значимыми объектами управления, поэтому государство должно обеспечивать не только поддержку их развития, но и контроль за выполнением социальной миссии и достижением социальных целей деятельности. В случае невыполнения целей социальных предприятий или использования для покрытия каких-либо других целей должны быть разработаны механизмы противодействия как административного, так и правового

характера. Этот механизм должен строго регулироваться действующим законодательством. При тесном сотрудничестве государственных структур, науки, бизнес-структур, общественных организаций будет расширяться возможность более эффективного решения существующих социально-экономических проблем общества. Развитие социальных предприятий создает массив и основу для формирования социальной экономики – государства всеобщего благосостояния, которое будет влиять на социальные настроения людей, улучшать экономику и повышать имидж государства на международном уровне.

В рамках системы взаимодействия власти, бизнеса и общества при решении социальных проблем населения, социализации и развитии социального предпринимательства органы государственной власти должны осуществлять следующие мероприятия:

- изучение положения рынка социальных услуг в регионе, в том числе:
- анализ поставщиков социальных услуг;
- структура потребностей уязвимых приоритетных групп населения;
- структура и форма реализации социальных потребностей, предложенные государственными органами;
- сбор информации о действующих социальных предприятиях региона;
- распространение информации о социальных предприятиях и их социальных услугах – интернет-порталах, периодических изданиях и специальных изданиях;
- исследование различных моделей социальных услуг;
- изучение проблем институциональной сферы рынка социальных услуг;
- изучение демографических оценок участия органов власти в решении проблем приоритетных направлений на рынке социальных услуг региона;
- участие в социальном планировании разделов региональных программ социального развития;
- проведение работы по вовлечению волонтеров и их организаций в развитие и поддержку сервисов, обеспечивающих развитие отдельных лиц и их групп и способствующих их адаптации к социальной среде.

Такое взаимодействие государства, населения, бизнес-структур и общественных организаций будет способствовать решению социальных проблем, обеспечению социальных потребностей и развитию социальной экономики.

Деятельность социальных предприятий направлена на решение социальных проблем внешнего потребителя – слабо социально защищенных слоев общества. Вместе с тем, деятельность предприятий по решению социальных проблем отечественного потребителя «предприятия самопомощи граждан» предоставляет возможность для самореализации, самофинансирования, реализации права на труд, психологической поддержки социально уязвимых слоев общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Киселева Н. Н. Эволюция социального предпринимательства: зарубежный опыт и российская практика / Н. Н. Киселева, Е. А. Агеева, Л. С. Пехова // Гуманитарные технологии в современном мире: IX междунар. науч.-практ. конф., Калининград, 3–5 июня 2021 г. – РАНХиГС. Калининград, 2021. – С. 557–567.
2. Федеральный закон от 26.07.2019 № 245-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» в части закрепления понятий «социальное предпринимательство», «социальное предприятие»». – URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201907260077> (дата обращения: 31.10.2021).

3. В Совете Федерации обсудили вопросы развития социального предпринимательства в регионах // Совет Федерации Федерального Собрания РФ. 2020. – URL: <http://council.gov.ru/events/committees/121667/> (дата обращения: 31.10.2021).
4. Социальное предпринимательство в России: образ будущего и перспективы развития: краткое резюме по результатам экспертного исследования // ЦИРКОН. 2021. – URL: <http://www.zircon.ru/upload/iblock/04f/sotsialnoe-predprinimatelstvo-perspektivy-razvitiya-kratkoerezyume-issledovaniya.pdf> (дата обращения: 31.10.2021).
5. Эксперты назвали причины медленного развития социального бизнеса в России // ТАСС. 2021. 2 марта. - URL: <https://tass.ru/ekonomika/10811503> (дата обращения: 31.10.2021).
6. Талерчик С. М. Социальное предпринимательство как способ продвижения социальных инноваций / С. М. Талерчик // Проблемы и пути социально-экономического развития: город, регион, страна, мир: мат. VII ежегод. междунар. науч.-практ. конф. студентов и аспирантов, Санкт-Петербург, 08–09 июня 2018 г. / Ленингр. гос. ун-т им. А. С. Пушкина. СПб., 2018. – С. 139–143.
7. Ахмадиева С. Р., Ходковская Ю. В., Ахмадиева А. Ф. Развитие социального предпринимательства в России / С. Р. Ахмадиева, Ю. В. Ходковская, А. Ф. Ахмадиева // Инновации и инвестиции. 2021. – № 4. – С. 38–40.
8. Зайцева Е. Почта России» запускает программу трудоустройства беженцев / Е. Зайцева // Газета.ru. - 2022. – URL: <https://www.gazeta.ru/business/news/2022/03/05/17385961.shtml> (дата обращения: 22.05.2022).
9. Табунов М. Интервью: как стать социальным предпринимателем, и почему это выгодно / М. Табунов // РБК+. 2020. 31 августа. – URL: <https://nsk.plus.rbc.ru/news/5f486e977a8aa901222dbcb> (дата обращения: 31.10.2021).
10. Зверева Н. И. Атлас практик развития социального предпринимательства. – М.: ФРСП «Наше будущее», 2019.

Поступила в редакцию 01.06.2022 г.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN CONDITIONS OF INSTABILITY

Ya. V. Shchetinskaya

The article studies the organizational and functional model of the system of regulation of the development of the social economy, which includes: the formation of a legislative framework to ensure the necessary directions for the development of the social economy; formation of monitoring systems to identify socio-national, labor and individual social risks; support and coordination of the creation of social enterprises and the organization of their interaction; formation and support of the development of national modern forms of social economy at the micro level, socially responsible business and social entrepreneurship; formation of institutions of interaction between state authorities, business and social enterprises for the development of social infrastructure, social protection of the population and the social services market.

Keywords: social economy, social enterprise, non-profit organization, social entrepreneurship, cooperative, non-profit organizations, region, non-profit organizations.

Щетинская Яна Владимировна

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики предприятия
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», г. Донецк
ya.shchetynska@donnu.ru
+7-949-331-35-61

Shchetinskaya Yana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics of Enterprise
Donetsk National University, Donetsk

УДК 33.339.187

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ БАЗИС РЕКОНСТРУКЦИИ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ
ВЗГЛЯДОВ НА РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА**

© 2022. Ю. К. Яковлева, М. К. Скороварова

Отмечено, что на современном рынке проявляется интерес потребителя к экологически чистой продукции, озабоченность влиянием приобретаемых товаров на здоровье и вопросами воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду. Определено, что социально значимая миссия возложена на экомаркетинг в рамках его информационно-коммуникационных задач по донесению до потребителя информации, подтверждающей соответствие товара категории «эко», что в условиях ограниченной рациональности покупателя приобретает особое социальное значение. Установлено, что несовершенство институциональной среды создаёт почву для развития оппортунистического поведения на рынке экотоваров, что актуализирует идеи социально-этического маркетинга, который концептуально возводит интересы общества и потребителя на одну ступень с интересами фирмы, содействует решению социально-экономических задач. Обосновано, что направляющими мировоззренческими детерминантами в рамках концептуального переосмысления сути и значения современного экомаркетинга могут выступить положения новой институциональной экономики, ноономики, социально-этического маркетинга.

Ключевые слова: социально-этический маркетинг, социальная ответственность бизнеса, ограниченная рациональность потребителя, оппортунистическое поведение на рынке, гринвошинг, институциональные факторы.

Постановка проблемы. Предтечей преобразований в любой сфере общественной деятельности является концептуальное переосмысление проделанной работы, реализованных идей, накопленного опыта. В научной плоскости такое переосмысление включает критический анализ теоретического базиса, который содержит подобную оценку и рассуждения, только уже прошлых периодов общественного развития, составляющих историю эволюции экономической мысли. Именно эволюция взглядов учёных, а также менеджеров разного уровня – от известных мастеров и гуру маркетинга до мелких предпринимателей-новаторов, которые творили историю рынка, бизнеса, маркетинга, постоянно преобразовывала маркетинговые концепции с целью их адаптации к изменчивой маркетинговой среде. Факторами этой изменчивости являлись социально-экономические трансформации, которые имели и имеют место, а также закономерны в рамках всего исторического процесса. Поэтому формированию новых концептуальных воззрений непременно должен предшествовать объективный анализ таких современных трансформаций и факторов их обуславливающих, с целью их учёта в последующих стратегических и тактических действиях.

Среди таких факторов, обуславливающих трансформации на современном рынке, в маркетинге, процессах создания новой потребительской ценности, необходимо выделить воздействие цифровых технологий, в том числе в сфере обмена и потребления, которое является беспрецедентным по своим масштабам и глубине. Следует отметить и изменения в системе человеческих потребностей и потребительском поведении, что обусловлено озабоченностью вопросами сохранения окружающей среды, здорового образа жизни, безопасности потребления и производства. Революционными являются и технологические прорывы в различных отраслях производства, где не только создаётся потребительская стоимость, но и закладывается социальная ответственность перед потребителем, на фоне чего

тревожными являются тенденции, связанные с особенностями производства в сфере сельского хозяйства и пищевой индустрии, позволяющие снизить издержки в массовом производстве и конкурентной гонке, но при этом оказывающие деструктивное влияние на экосистемы и здоровье человека, что вступает в противоречие с современными трендами на экологизацию.

Очевидно, что трансформации в социально-экономическом развитии определяют необходимость пересмотра сформированных ранее концептуальных взглядов на принципы организации деятельности, управления и развития бизнеса, процесс удовлетворения человеческих потребностей, а значит и на форму, смысл, цель и содержание маркетинга.

Анализ последних исследований и публикаций. Отдельным вопросам оптимизации маркетинговой деятельности и совершенствования на этой основе бизнес-процессов, использования технологических инноваций в маркетинге посвящены работы многих отечественных учёных, среди которых: Л.В. Балабанова, Н.Ю. Возиянова, А.Н. Германчук, А.А. Чалова, А.А. Попова [1-5]. Проблемы трансформации потребительского поведения и потребительского рынка раскрываются в научных трудах Е. М. Азарян, В. Герасименко, А. Хижиной, Д. М. Мурашко, Н.Н. Зуевой В.Н. Зуева, П.В. Щыпы [6-9]. Проблемы и перспективы развития отечественного рынка экотоваров анализируются в работах А.И. Гуськова, О.А. Козловой, Д.В. Горшкова [10-12] и др. Теоретико-концептуальные аспекты развития экологического маркетинга являются предметом научных исследований Н. А. Плетнёвой, Г.А. Резника, У. А. Волосатовой, Н.Р. Оганесян, Я.Я. Яндыганова, Е.В. Курипченко [13-17]. В то же время, всё активнее в научном сообществе поднимаются вопросы практики экомаркетинга на отечественном рынке, его интеграции со стратегией деятельности предприятия, о чём свидетельствуют труды таких российских учёных как: Г.А. Резника, А.А. Малышева, А.Е. Хачатурова, Т.В. Гусевой, Д.С. Зайцевой, Р.Н. Лепы [18-21].

Выделение нерешённых проблем. Однако всё чаще экомаркетинг рассматривается, в первую очередь, с точки зрения оптимизации продвижения продукции, разнообразия маркетинговой деятельности за счёт включения в неё инструментария экомаркетинга, но при этом без должного внимания остаётся его концептуальное значение как составляющей социально-этического маркетинга. Кроме того, инструментарий экомаркетинга, в частности различные экомаркировки, активно используют в формате оппортунистического поведения на рынке, что подрывает доверие потребителя к экопозиционированию брендов и экотоваров, препятствует развитию рынка таких товаров.

Целью работы является обобщение теоретического базиса для дальнейшего совершенствования концептуального подхода к развитию экомаркетинга с акцентом на реализацию его социально-этической миссии.

Результаты исследования. Очевидно, что важным фактором, определяющим особенности маркетинговой среды, является потребитель, который сегодня «задаёт тон» на рынке, определяет конъюнктуру, тренды, направляет конкурентную борьбу за свой выбор. Трансформации в системе «производитель (продавец) – потребитель – рыночная конъюнктура», обусловленные коррективами в сознании и мировоззренческих установках современного потребителя, воздействуют на состояние маркетинговой среды, доминирующую философию развития бизнеса и базовую систему управления фирмой, где маркетинговая составляющая находится «на передовой» стратегии и тактики менеджмента. В настоящее время направляющими

тенденциями на рынке является интерес потребителя к экологически чистой продукции, озабоченность влиянием приобретаемых товаров на здоровье и вопросами воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду.

Дестабилизирующая мир пандемия не только обусловила ряд физических ограничений в сфере потребления, но и существенные морально-психологические и эмоциональные потрясения, что отразилось на переоценке жизненных ценностей, переосмыслении приоритетов, в том числе и в образе жизни, и, как следствие, в потребительском поведении. Среди прочих тенденций в данном контексте чётко проявляется усиление потребности контроля за своей жизнью, в том числе и в части сохранения здоровья, что еще больше актуализирует вопросы экopotребления. Как следствие, для современных рыночных отношений характерны набирающие популярность гуманистические идеи развития бизнеса, прежде всего идеи социально-этического маркетинга, который концептуально возводит интересы общества и потребителя на одну ступень с интересами фирмы, тем самым, посредством осуществления соответствующей маркетинговой политики, содействует решению социально-экономических задач, что может быть противопоставлено оппортунистической позиции на рынке.

Отдельно отмечая вопросы реализации социальной ответственности бизнеса, подчеркнём, что маркетинг сегодня - это не просто инструмент в конкурентной борьбе. Это технологии, выполняющие на рынке роль связующего звена, интегрирующего и консолидирующего интересы и действия субъектов рынка, в том числе и в целях реализации ими общей идеи бизнеса, его философии и мисси. Руководствуясь положениями социально-этического маркетинга в рамках развития его составляющей – экомаркетинга, следует отметить, что сфера обмена, представленная, прежде всего предприятиями торговли, может распространить общественно значимую миссию поддержки экopotребления за пределы своей деятельности, т. е. - на производителя. Что, с одной стороны, только укрепит позиции экосегмента на рынке, а с другой, - сыграет роль в деле интеграции бизнеса со сферой общественных интересов, направив производителей в социально значимое русло процесса общественного воспроизводства, содействуя расширению ассортимента и развитию качества экологически чистых товаров, созданию на этой основе новой потребительской ценности.

Выступая в роли посредника между производителем и потребителем, предприятия розничной торговли, располагая технологиями современного маркетинга, концептуально продуманно и стратегически обоснованно организуя его функционально-целевое поле, влияют на состав товарного ассортимента, воздействуют на мнение покупателя, работают со спросом, влияют на качество товаров посредством донесения информации до производителя (при наличии соответствующих коммуникаций, например через систему просьюмерства, организацию кооперативного сотрудничества в системе «производитель-продавец» и т.д.).

Немаловажная социально значимая миссия возложена на экомаркетинг и в рамках его информационно-коммуникационных задач, которые заключаются не только в обычном продвижении, но и в необходимости донесения до потребителя информации, подтверждающей соответствие товара категории «эко» - информации об экокачествах продукции, экотехнологиях её производства, экобренде производителя и т. д. Такая информация выступает фактором, определяющим выбор экopotребителя, что в условиях его ограниченной рациональности приобретает особое социальное значение, а способы донесения этой информации выходят за рамки простых экомаркировок.

Таким образом, концептуальное осмысление сути современного экомаркетинга, его инструментария, использования в деятельности предприятий должно учитывать возможность и необходимость усиления социальной ответственности бизнеса, подчёркивая своего рода преемственность миссии социально-этического маркетинга.

В данной связи У.А. Волосатова настаивает на том, что экомаркетинг не должен рассматриваться как составляющий элемент в составе социально-этического маркетинга, а должен быть выделен в качестве самостоятельной концепции. Учёный подчёркивает, что экологический маркетинг – это концепция маркетинга, которая позволяет эффективно планировать производство экологически безопасной продукции и обеспечивать оптимальное соотношение между социальными и экономическими показателями на протяжении всего жизненного цикла продукции, что является ориентиром успешного элиминирования влияния природных рисков и возможного антропогенного воздействия. [22]. Выделяя принципы экомаркетинга, автор акцентирует внимание на экологической ответственности принимаемых решений, экологическом мотивировании, в свою очередь, задачи экомаркетинга определяет с акцентом на обеспечение экобезопасности производства, минимизацию экоущерба и антропогенного воздействия от производственной деятельности, стимулирование природоохранных инициатив, создание «зеленого» имиджа в глазах общественности.

В рамках научного поиска, направленного на дальнейшее развитие концептуальных подходов к организации деятельности в любой сфере экономических отношений, неизбежным является обращение к постулатам экономической теории, которая анализирует экономический опыт столетий и ориентирует в понимании сути современных экономических процессов. В контексте выбранной области исследования одними из направляющих мировоззренческих детерминант, по мнению авторов, могут выступать положения новой институциональной экономики [23], критикующие концепции автоматического регулирования рынка посредством работы его невидимых механизмов и подчёркивающие основополагающую роль институтов в экономическом развитии, в том числе направляющее и регулирующее воздействие государства.

Влияние институтов является основополагающим во всех сферах жизнедеятельности, определяет оно и качество маркетинговой среды, а через неё и общий климат для бизнеса, диапазон возможностей его развития (рис. 1). Неформальная их составляющая влияет на предпринимательскую культуру, общее отношение к идеи социальной ответственности бизнеса, стремление к развитию кооперативного поведения, что, в свою очередь, может расширить партнёрские форматы реализации концептуальных решений экологического маркетинга.

Уровень развития формальной составляющей институциональной среды, её адаптированность к условиям рынка (например, институционализирующая или слабо институционализирующая среда развития экомаркетинга) усиливает или ослабляет социально-этический потенциал экомаркетинга, формирует устойчивый фундамент для него посредством системы норм, правил, стандартов качества, производства, идентификации, продвижения экотоваров, или же, за счет отсутствия такой системы, создаёт почву для гринвошинга (рис. 2). Проектируя вышесказанное на практическую плоскость, отметим актуальность вопросов правомерного использования экомаркировок, так как именно они являются критерием идентификации товара относительно его принадлежности к категории «эко», но при этом широко используются в качестве инструмента гринвошинга.

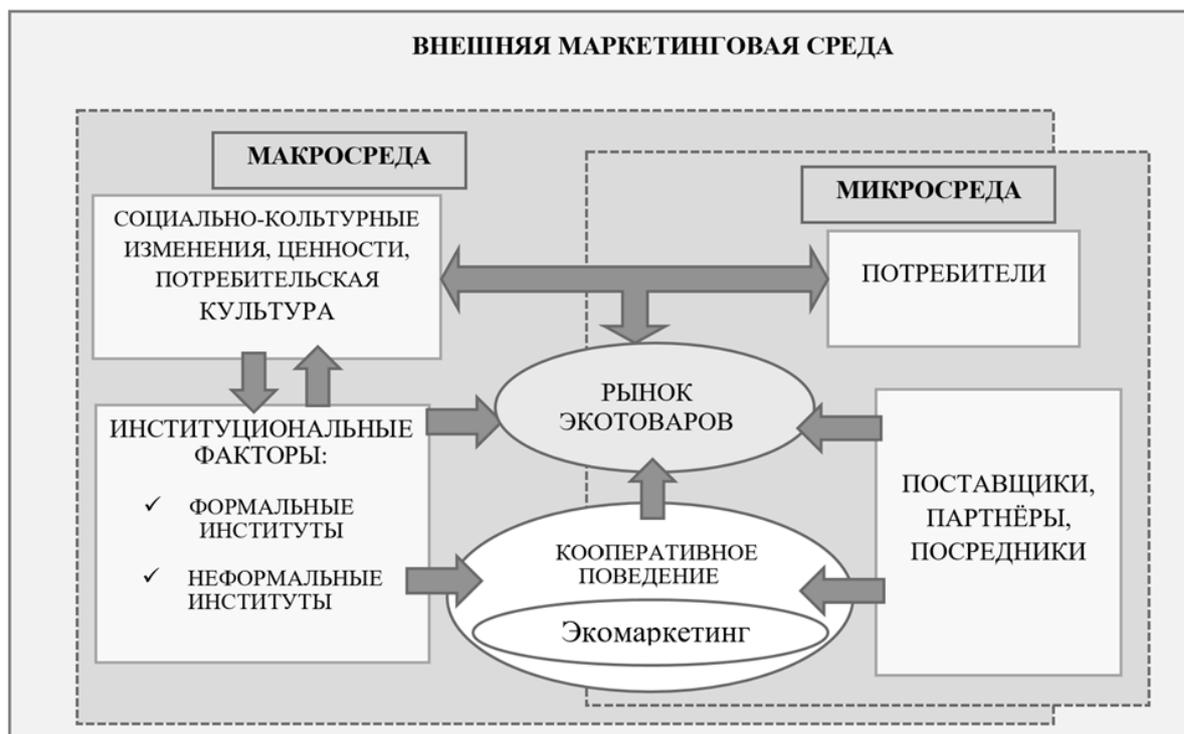


Рис. 1. Влияние институциональных факторов на развитие рынка экотоваров

А. Аузан отмечает, что новая институциональная экономическая теория корректирует представления о человеке, как о субъекте рынка, вводя два положения, которые важны для всех дальнейших построений и рассуждений: положение об ограниченной рациональности человека и положение о его склонности к оппортунистическому поведению – поведению, использующему средства хитрости и необременённому нормами морали. Из-за того, что покупатель ограниченно рационален и не может знать всего, продавец скрывает часть информации, то есть ведёт себя оппортунистически, что в целом подрывает основы конкуренции на пути к экономическому процветанию [24, с. 15-19].

В данной связи актуализируется вопрос о влиянии на здоровье потребителей синтетических химических или натуральных веществ, дополнительное включение которых в состав готовой продукции предусмотрено и разрешено в рамках современных технологических процессов пищевой индустрии. К выводу о том, что это влияние негативное и многоаспектное склоняется всё больше учёных, актуализируются и проблемы роста экообусловленных заболеваний. Их возникновение связано не только с широким использованием ГМО и техногенной нагрузкой на окружающую среду, но и со свободным оборотом в пищевой промышленности искусственных красителей, консервантов, усилителей вкуса и запаха, прочих химических добавок, влияющих на консистенцию, цвет, запах, сроки хранения и т. д., а также с добавлением чрезмерного количества сахара, соли, кислот.

В силу объективно-субъективных причин, таких как: отсутствие доступа ко всей полной и достоверной информации о товаре, отсутствие возможности проанализировать всё множество предлагаемых вариантов, недостаток знаний, времени и опыта для такого анализа, рациональность выбора покупателя ограничивается, и он не может в полной мере оценить качество продукта. Следует отметить, что обстоятельства, определяющие ограничения рациональности покупателя при

осуществлении выбора, делают его уязвимым со стороны возможных оппортунистических действий контрагентов.

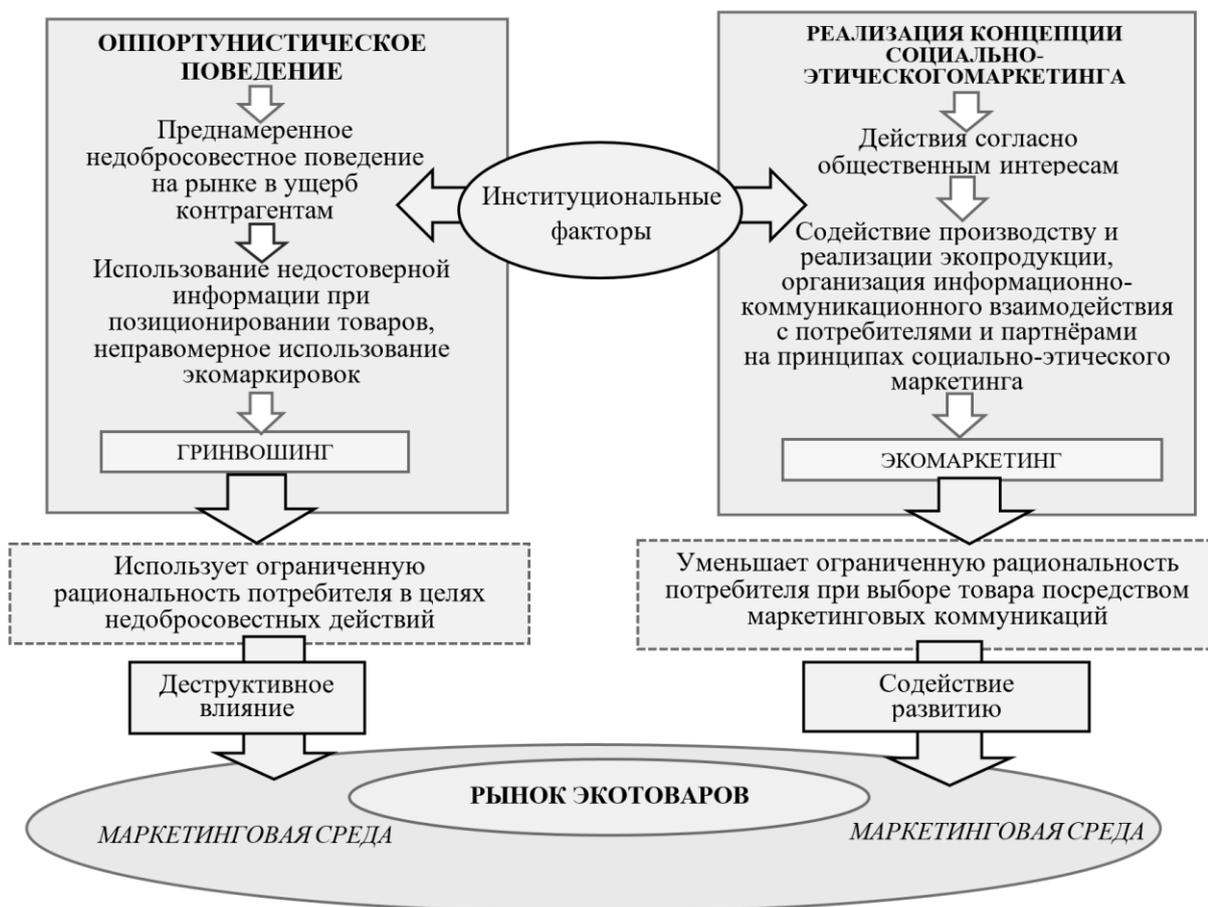


Рис. 2. Рынок экотоваров в аспекте влияния современных тенденций

Ограниченная рациональность потребителя, какими бы факторами она не обуславливалась, создаёт почву для таких оппортунистических действий со стороны продавца или производителя, как предоставление недостоверной или неполной информации о товаре, использование её в целях продвижения, сокрытие или маскировка тех или иных сведений о качестве товаров, что на современном рынке проявляется в виде недобросовестной рекламы, гринвошинга и снижает потребительскую ценность продукции, противоречит концепции социально-этического маркетинга, подрывает доверие потребителей.

Так, например, сокрытие информации о генно-модифицированных составляющих и дополнительных веществах, добавляемых в пищевую продукцию в процессе производства и упаковки, маскировка её с помощью чрезмерно мелких шрифтов на этикетках, является примером проявления оппортунистического поведения, целенаправленного манипулирования покупателем, осознанного злоупотребления его ограниченной рациональностью при выборе. Данная проблематика затрагивает круг вопросов, гораздо более широкий, чем область применения маркетинга. Правомерность действий экономических агентов в аспектах представления информации о качестве и составе продукции и использовании дополнительных веществ при её производстве

определяется институциональной средой – системой законодательных актов, стандартов качества и др. Лояльность такого законодательства по отношению к производителям создаёт почву для оппортунистического поведения, действует не в интересах потребителей и рынка экотоваров, что усиливает значение экомаркетинга, в том числе его информационно-коммуникационной роли.

Для рынка, представленного общностью его субъектов, и для маркетинга, который сегодня работает не только в фарватере личных интересов отдельно взятого предпринимателя, но и выполняет социально-этическую функцию, направляющую его деятельность в русло общественных интересов, стратегическое значение имеют понимание и учёт ограниченной рациональности потребителя, факторов, способных её компенсировать, а также влияния, которое она оказывает на потребительское поведение. Актуальны в этой связи и предпосылки развития оппортунистического поведения на рынке, деструктивность воздействия которого на потребителя проявляется в использовании его ограниченной рациональности (рис. 2). Следовательно, в рамках реализации концептуальных положений социально-этического маркетинга, ограниченная рациональность потребителя должна быть учтена при формировании стратегий и тактических действий, планировании маркетинговых мероприятий, в первую очередь, с точки зрения поиска возможности её компенсации за счёт комплекса информационно-коммуникационных воздействий. И, тем более, речь не должна идти об использовании ограниченной рациональности потребителя в целях развития оппортунистического поведения его контрагентов на рынке. Ограниченная рациональность потенциального покупателя не должна восприниматься бизнес-средой как некая его «слабость» и фактор незащищённости, позволяющие продавцам использовать их в качестве «козыря» в маркетинговом давлении на него.

Затрагивая вопросы трансформации маркетинга, современных потребностей, процесса их удовлетворения и той среды, в которой они развиваются, целесообразно отметить тенденции, которые по своей значимости, трансформирующему воздействию и актуальности не уступают тренду на экологизацию. Сегодня такими тенденциями являются технологические инновации, которые преобразовали глобальную экономику и вывели на новый уровень национальные экономики посредством интеграции бизнес-процессов с цифровой бизнес-средой. Повседневная жизнь современного человека все больше сопряжена с достижениями НТП, характеризующими шестой технологический уклад – информационно-коммуникационными технологиями, системами искусственного интеллекта, интеграцией процессов по всей цепочке общественного производства, а также, собственно процесса потребления, с глобальной сетью Интернет.

Информационно-коммуникационные технологии безвозвратно изменили мир XXI столетия, обусловив перенос социального взаимодействия в виртуальную плоскость и сформировал человека IT-культуры. Современный человек-потребитель проявляется в позиционировании себя как гражданина цифрового мира и пользователя всех его благ, отождествляет себя с цифровой средой, использует ее возможности в быту, профессии, образовании, самообразовании, разного рода коммуникациях, воспринимает себя и видит своё развитие в нераздельности с параллельно существующим виртуальным пространством [25], что делает его отзывчивым по отношению к маркетинговым коммуникациям в цифровом формате. Кроме того, потребитель сознательно и легко переносит процесс развития и удовлетворения своих потребностей (от осознания нужды до выбора и удовлетворения потребности) в Интернет, создавая почву для интеграции маркетинга с цифровыми технологиями.

В данной связи, многократно подчёркивая основополагающую роль теории экономической науки, системы обобщений и фундаментальные принципы познания которой востребованы на любом этапе исторического развития, следует отметить, что современное научное знание не может не учитывать идеи, сформулированные в работах учёных-современников, которые сегодня единым фронтом мобилизуют науку для решения острых вопросов и актуальных проблем современности.

Технологические инновации наряду с экологическими вызовами являются предметом концептуального переосмысления перспектив дальнейшего развития в исследованиях С.Д. Бодрунова, который развивает идею о ноономике – новой парадигме развития общества, согласно которой [26 - 29] путь на его новую ступень связан со знаниеёмкой экономикой, использованием высоких технологий и всесторонней интеграцией всех стадий общественного производства – от собственно производства до обмена, с результатами четвёртой технологической революции.

В ракурсе уточнения концептуальных основ ноономики, её автор и идеолог – российский учёный С.Д. Бодрунов отмечает, что речь идёт о «концепции перехода общества на новый этап цивилизационного развития – концептуальную платформу нового индустриального общества второго поколения, которое призвано воспроизвести в новом качестве доминирование индустрии в экономике, но уже на новой технологической основе – посредством интеграции с NBICS-технологиями. В рамках этой концепции эффективно и согласованно решаются вопросы инновационного и индустриального развития, а также социально-экономической трансформации, ориентированной на повышение благосостояния и качества жизни людей [29].

В рамках развития теоретико-концептуальных положений ноономики [26 - 29], поднимаются вопросы о человеке, как об экономическом субъекте, потребителе, о его рациональности и потребностях. В данной связи, относительно рациональности человека, как субъекта экономических отношений отмечается: «В ноономике новый характер рациональности и, соответственно, новая определенность целевых установок развития приобретает первостепенное значение. Ведь ноономика опирается на переход от парадигмы роста на основе экономической «рациональности», к парадигме развития на основе достижения конкретных целей, удовлетворения различных человеческих потребностей, сформированных на основе более высоких ценностей». [27, с. 45-46]. Опираясь на положения ноономики и проектируя их на плоскость современных ценностей и человеческих потребностей, которые сегодня могут конкурировать с чисто экономическими интересами, ещё раз подчеркнём устойчивую тенденцию к возрастанию интереса к вопросам безопасности потребления, экологически чистого производства и экологической ответственности бизнеса.

В контексте цивилизационных трансформаций при переходе к ноономике в работе [27, с. 45-46] подчеркивается, что: «Человек постепенно, исторически, по мере становления его как личности, все больше и больше приобретает характер существа ноо-типа, гуманистического существа, все больше учитывающего не только собственные интересы, но и интересы окружающего пространства, общества, среды, других людей. Это движение – от «зоо» к «ноо» – есть и исторически подтверждается».

В этом смысле, позволяя себе присоединиться к сторонникам идей ноономики, отметим, что в широком понимании ноономика представляется научному сообществу как «ноосферная экономика», «разумная экономика», даже – «гуманная экономика», а переход к ней – это переход на этап разумного ведения хозяйства, на нооэтап, на новый способ оценки хозяйственной деятельности и новый способ оценки потребностей,

основанный на понимании истинных последствий хозяйственных решений и истинной ценности удовлетворяемых потребностей [27, с. 65-66].

Как уже отмечалось выше, признаком и условием движения хозяйственной системы к ноономике является широкое использование достижений НТП в экономике и стремление к знаниеемкости производства. Широкое использование в материальном производстве и продолжающем его обмене (торговле) интернет-технологий, возрастание роли индивидуальных профессиональных качеств создает новые условия для развития малого и среднего бизнеса, в которых особое значение приобретают личный опыт, энергия и талант предпринимателя-новатора [29].

Сегодня поле деятельности маркетинга многократно расширяется за счет интеграции с современными цифровыми технологиями, усиливая его коммуникационную составляющую и во многом определяя успех в борьбе за потребителя и устойчивость позиций на рынке. Сфера торговли, олицетворяющая собой завершающее звено циклов общественного воспроизводства, имеет более длительную историю использования интернет-технологий и наиболее интегрирована в цифровую бизнес-среду. Маркетинг и сфера торговли легко реагируют на технологические инновации, конъюнктурные изменения, и способны оперативно трансформировать бизнес-процессы в соответствии с новыми технологическими и социально-экономическими вызовами. Среди прочих видов деятельности на рынке, современный маркетинг наиболее показателен с точки зрения использования новых цифровых технологий и интеграции с цифровой бизнес-средой, что не только способствует адаптации общества к новым технологическим изменениям, но и создаёт новую потребительскую ценность посредством цифровизации коммуникативной и аналитической деятельности.

Кроме того, идеи ноономики, согласуются с концептуальными положениями социально-этического маркетинга, в первую очередь, в части понимания и осознания необходимости гуманизации экономики, разумного ведения хозяйства, повышения качества жизни, переформатирования процесса удовлетворения потребностей на основе более высоких ценностей. Экомаркетинг, как неотъемлемая составляющая сферы обмена, все активнее интегрируется в процесс общественного воспроизводства, осуществляя «экспансию» идеи экопотребления и экопроизводства за пределы предприятий торговли. Современный маркетинг, инструментарий которого использует и экомаркетинг, – это процесс активного и широкого применения технологических инноваций в сфере продвижения товаров, маркетинговых коммуникаций как с потребителями, так и с партнёрами. Поэтому именно маркетинг сегодня может выступать инициатором консолидации сферы обмена со сферой производства на основе использования современных технологий коммуникации и в целях реализации общественно значимых интересов, связанных с экологизацией процесса общественного производства и удовлетворением на этой основе экопотребностей современного покупателя. Что, в свою очередь, подтверждает тождественность концептуальных идей ноономики, социально-этического и экологического маркетинга, технологии и инструментарий которых позволят воплотить эти идеи в практической деятельности.

Развивая данный тезис, следует отметить, что сегодня на рынках ДНР, причем как в сфере торговли, так и среди производителей, сложно найти субъектов с четко выраженной экопозицией, проявляющейся в конкретной экоконтцепции, экостратегии, комплексном использовании технологий и инструментов экомаркетинга, что в современных условиях скорее свидетельствует не об отсутствии возможности производства экологически чистой и безопасной продукции в Республике, а об

отсутствии соответствующей экоинициативы у представителей местного бизнеса. Что, к сожалению, говорит и об отсутствии устойчивых предпосылок для развития республиканского рынка экотоваров. Использовать данную конъюнктурную ситуацию вполне могли бы предприятия торговли, как хозяйствующие субъекты, наиболее интегрированные в социальную сферу – с одной стороны, и, непосредственно взаимодействующие с производителями, – с другой. Взяв на себя инициативу, эффективно применяя маркетинговый инструментарий, его современный информационно-коммуникационный потенциал, предприятия торговли могут привнести идею «эко» на республиканский рынок, используя её как для развития собственных конкурентных преимуществ, так и в интересах общества.

Выводы. Социально-экономические и технологические трансформации, связанные с системой человеческих потребностей, потребительским поведением, оптимизацией бизнес-процессов, затрагивают проблемы экологизации производства и потребления, актуализируют вопросы развития социально-этического маркетинга, реализации его принципов в процессе продвижения экопродукции и содействия рациональному выбору потребителя, ориентированного на экотовары, что обуславливают необходимость концептуального переосмысления современного экомаркетинга. В рамках данного процесса руководящими идеями могут выступить положения новой институциональной экономики, ноономики и ключевые принципы социально-этического маркетинга, затрагивающие такие важные в данной связи аспекты современного рынка и его маркетинговой среды как ограниченная рациональность потребителя при выборе, предпосылки для развития оппортунистического поведения, влияние институциональной среды, которые подчёркивают значение и обуславливают необходимость реализации социально-этической миссии экомаркетинга.

Перспектива дальнейших исследований должна охватывать вопросы совершенствования концептуального подхода к развитию экомаркетинга, включающего практические аспекты его реализации с учётом представленных выше теоретических положений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балабанова Л.В. Бизнес-сотрудничество в маркетинговых каналах распределения продукции / Л.В. Балабанова, А.Н. Германчук // Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право. – 2019. – № 3. – С. 27-37.
2. Возиянова Н.Ю. Преимущества использования цифровой среды в управлении брендом предприятия / Н.Ю. Возиянова, М.А. Гончаренко // Трансформация моделей корпоративного управления в новых экономических реалиях : Материалы Международной научно-практической конференции. Екатеринбург, 2020. – С. 89-94.
3. Германчук А.Н. Омниканальность как инновационное направление развития трейд-маркетинга / А.Н. Германчук // Современные проблемы развития социально-экономических систем: инновационные подходы и решения в управлении и маркетинге : Материалы III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Ответственный редактор А.Д. Мурзин. Ростов-на-Дону, 2021. – С. 93-98.
4. Чалова А.А. Планирование маркетинговых коммуникаций организаций потребительской кооперации / А.А. Чалова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2014. – № 2. – С. 317-325.
5. Попова А.А. Маркетинговый потенциал цифровой бизнес-среды на виртуальных рынках: дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / А.А. Попова; ДонНУЭТ им. Михаила Туган-Барановского. – Донецк, 2022. – 296 с.
6. Герасименко В. Потребительское поведение в посткризисный период на российских FMCG рынках / В. Герасименко, А. Хижина // Маркетинг. – 2012. – № 3 (124). – С. 43-52.

7. Мурашко Д. М. (Гуськова), Зуева Н. Н., Зуев В. Н. Потребительская культура: понятие и структура / Образование и просвещение для устойчивого потребления [Текст]: сборник научных статей / В. В. Рудский (гл.ред.), В. Н. Зуев (отв.ред.) [и др.]. – Минск: Орех, 2011. – 152 с.
8. Азарян, Е.М. Организационно-экономический механизм функционирования и регулирования потребительского рынка : дис. ... д-ра экон. наук : 08.02.03 / Е. М. Азарян; Донец. гос. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского. – Донецк, 2003. – 462с.
9. Щыпа П.В. Экологический маркетинг и потребительское поведение / П.В. Щыпа // Экономика: актуальность и перспективы. – № 2 (7) . – 2009 – С. 156–159.
10. Гуськов А.И. Маркетинговый инструмент развития регионального рынка экологически чистых продуктов питания: дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 /А.И. Гуськов; ФГБОУ ВПО «РИНХ». – Ростов-на-Дону, 2014. – 159 с.
11. Козлова О.А. Теория и методология формирования рынка органической продовольственной продукции на основе холистического маркетинга : дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / О.А. Козлова; ФГБОУ ВПО «ОГУ им. Ф.М. Достоевского». – Омск, 2011. – 397 с.
12. Горшков Д. В. Формирование и развитие российского рынка экологически чистой продовольственной продукции : дис. ... к-та экон. наук : 08.00.05 / Д.В. Горшков; Саратовский государственный социально-экономический университет. – Саратов, 2005. – 205 с.
13. Плетнева, Н.А. Экомаркетинг как руководящая бизнес-концепция в секторе продуктового ритейла / Н.А. Плетнева // Практический маркетинг, № 1 (215), 2015. – С. 24-32.
14. Резник Г.А. Экологический маркетинг: проблемы и перспективы развития: моногр. / Г.А. Резник, А.А. Малышев. – Пенза: ПГУАС, 2014. – 144 с.
15. Волосатова У. А. Разработка концепции экологического маркетинга на российских предприятиях / 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: (9. Маркетинг)» // диссертация на соискание ученой степени кан. экон. наук. - Волгоград, 2013. – 214 с.
16. Оганесян Н.Р. Экологический маркетинг основной элемент экологической политики предприятия / Н.Р. Оганесян, Я.Я. Яндыганов, Е.Я. Власова // Экономика региона. – 2009. – №4. – С. 145-154.
17. Курипченко Е.В. Теоретические аспекты экологического маркетинга в системе предпринимательства // Торговля и рынок. –2022. –№ 2 (55). – С. 78-85.
18. Резник, Г.А. Экологический маркетинг: проблемы и перспективы развития: моногр. / Г.А. Резник, А.А. Малышев. – Пенза: ПГУАС, 2014. – 144 с.
19. Хачатуров, А.Е. Экологический маркетинг / А.Е. Хачатуров, Т.В. Гусева, И.И. Кретов, Г.С. Панин // Маркетинг в России и за рубежом. - № 4, 2008. – С. 29 – 35.
20. Зайцева Д.С. Экологический маркетинг: тенденции и перспективы / Д.С. Зайцева, И.В. Краковецкая // Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. 2016. №2 (2). – С. 55-60.
21. Лепа Р.Н. Экомаркетинг и цифровизация как элементы стратегии социально-ответственного распространения бренда / Лепа Р.Н., Маковецкий С.А. // Торговля и рынок. – 2022. – Вып. 2(63). – С. 42-49.
22. Волосатова У. А. Разработка концепции экологического маркетинга на российских предприятиях / 08.00.05 «Экономика и управление народным хозяйством: (9. Маркетинг)» // диссертация на соискание ученой степени кан. экон. наук. - Волгоград, 2013. – 214 с.
23. Скороварова, М.К. Теоретические основы экомаркетинга и концептуальный подход к его развитию в ритейле / М.К. Скороварова // Торговля и рынок. – 2021. – Вып. 3(59), Т.2., Ч.2. – С. 226-237.
24. Аузан А. Экономика всего. Как институты определяют нашу жизнь / А. Аузан. – 4-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 192 с.
25. Яковлева Ю.К. Цифровые трансформации как феномен современного этапа развития глобальной цивилизации/ Ю.К. Яковлева // Торговля и рынок. – 2020. – Вып. 3(55), Т.2, Ч.2. – С. 242-251.
26. Бодрунов С.Д. Ноономика : Монография / С.Д. Бодрунов. – М.: Культурная революция, 2018. – 432 с.
27. Бодрунов С. Д. Что такое ноономика? А(О)нтология ноономики: четвертая технологическая революция и ее экономические, социальные и гуманитарные последствия / Под общ. ред. С.Д. Бодрунова. СПб: ИНИР, 2021. –С. 19-92.
28. Бодрунов С. Д. Новое индустриальное общество: структура и содержание общественного производства, экономические отношения, институты / С. Д. Бодрунов // Экономическое возрождение России. – 2015. – № 4(46). – С. 9-23.

29. Бодрунов С. Д. Ноономика: концептуальные основы новой парадигмы развития / С. Д. Бодрунов // Известия Уральского государственного экономического университета. – Том 20. №1. – 2019. – С. 5-12.

Поступила в редакцию 02.05.2022 г.

THE THEORETICAL BASIS FOR THE RECONSTRUCTION OF CONCEPTUAL VIEWS ON THE DEVELOPMENT OF ENVIRONMENTAL MARKETING

Y. K. Yakovleva, M. K. Skorovarova

It is noted that in the modern market, consumer interest in environmentally friendly products is actively manifested, concern about the impact of purchased goods on health and the impact of economic activity on the environment. It is determined that a socially significant mission is assigned to ecomarketing within the framework of its information and communication tasks to convey to the consumer information confirming the conformity of the goods to the "eco" category, which in conditions of limited rationality of the buyer acquires special social significance. It is established that the imperfection of the institutional environment creates the ground for the development of opportunistic behavior in the eco-goods market, which actualizes the ideas of socio-ethical marketing, which conceptually elevates the interests of society and the consumer to the same level with the interests of the firm, contributes to the solution of socio-economic problems. It is proved that the guiding ideological determinants within the framework of the conceptual rethinking of the essence and meaning of modern ecomarketing can be the provisions of the new institutional economy, noonomics, social and ethical marketing.

Keywords: socio-ethical marketing, social responsibility of business, limited rationality of the consumer, opportunistic behavior in the market, greenwashing, institutional factors.

Яковлева Юлия Константиновна

доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры маркетинга и торгового дела
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского», г. Донецк
yakovleva_donetsk@mail.ru
+7-949-353-10-44

Скороварова Марина Константиновна

ассистент кафедры маркетинга и торгового дела
ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила
Туган-Барановского», г. Донецк
marina.skorovarova8@gmail.com
+7-949-334-87-67

Yakovleva Yulia

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-
Baranovsky, city Donetsk

Skorovarova Marina

Assistant of the Department of Marketing and Trade
Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-
Baranovsky, city Donetsk

**О IV Международной научно-практической конференции
«Географические и экономические исследования
в контексте устойчивого развития государства и региона»
(10 – 11 ноября 2022 г.)**

Организаторами IV Международной научно-практической конференции «Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона» выступили:

ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»;
ЧОУ ВО «Таганрогский институт управления и экономики»;
ГОУ ВО ЛНР «Луганский государственный педагогический университет»;
ГБОУ ДПО «Донецкий республиканский институт развития образования».

В работе конференции приняло участие **370 чел.** из Российской Федерации, в том числе Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, а также Республики Беларусь, Приднестровской Молдавской Республики и Республики Узбекистан, в том числе **26 чел.** из Республики Беларусь, Приднестровской Молдавской Республики и Республики Узбекистан.



Конференция проходила на базе ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет» в дистанционном формате с использованием сервиса Яндекс Телемост. В работе конференции приняло участие **11 докторов наук** и **62 кандидата наук**. В рамках проведения конференции организована работа **пяти секций**:

«Физико-географические аспекты устойчивого развития государства и региона»;
«Социально-экономические аспекты устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования»;
«Государственное управление социально-экономическим развитием территорий»;
«Макроэкономические процессы и международная экономическая политика в контексте глобального устойчивого развития»;
«Методическое обеспечение образовательного процесса».

В программу работы секций включено **250 докладов**, авторами которых являются ученые, практикующие специалисты, государственные и общественные деятели, эксперты:

139 учреждений и организаций **Российской Федерации**, в том числе **108** организаций и учреждений системы ВО и **3** учреждений Российской академии наук;

5 учреждений и организаций системы ВО **Республики Беларусь**:

1 организации системы ВО **Республики Узбекистан**:

1 организации системы ВО **Приднестровской Молдавской Республики**:

2 научно-исследовательских учреждений Донецкой Народной Республики;

2 министерств и **2** правительственных организаций Российской Федерации;

6 организаций системы СПО Российской Федерации.



По результатам проведения конференции изданы (в электронном виде) **материалы конференции** (в двух томах), включающие **250** тезисов докладов.

В ходе представления и обсуждения докладов на секционных заседаниях были отмечены такие основные представленные в них **научные достижения**:

- выявление актуальных проблем устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования, установление путей их оперативного решения, определение приоритетов и перспектив устойчивого развития общества в современных условиях неопределенности и рисков;

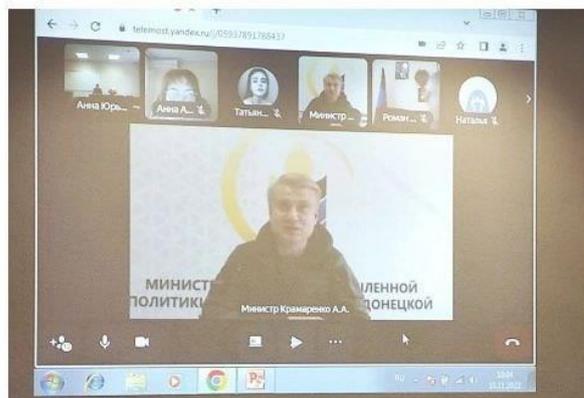
- определение целей устойчивого развития Российской Федерации в условиях новой реальности, выявление факторов стабилизации и развития экономики Российской Федерации, выявление признаков и рисков экономической неустойчивости, систематизация рисков реализации целей устойчивого развития Российской Федерации, а также формирование основ проведения мониторинга реализации целей концепции устойчивого развития общества;

- разработка рекомендаций (на основе использования подходов эконофизики) для исследования задач устойчивого развития на основе анализа потоков энергии, вещества и информации между рассматриваемой системой и внешней средой и между составными частями (компартаментами) системы, в частности, для планирования и оценок достижения целей устойчивого развития, в том числе устойчивого развития государства и регионов;

- рассмотрение и анализ социальных, экономических и экологических аспектов устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования, а также определение финансовых детерминант экономического роста в контексте устойчивого развития государства, разработка предложений по противодействию фальсификации денежных знаков как социально-экономическому условию обеспечения устойчивого развития государства;

- определение (интерсубъективных) принципов, а также факторов и методов обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования, в

частности, в условиях усложнения геополитического и геоэкономического положения территорий, анализ военно-географического аспекта развития арктического региона, анализ межгосударственных баз данных как инструмента обеспечения устойчивого развития партнерских отношений и обоснование способа ретроспективного учета внешнего фактора в оценке экономических данных;



- формирование теоретико-методологических подходов к моделированию устойчивого развития региональных систем, представление принципов управления устойчивым (инновационным) развитием регионов, моделирование процессов стратегического управления и трансформации механизма устойчивого развития регионального хозяйственного комплекса;

- выявление факторов роста и определение перспектив социально-экономического развития территорий (регионов), анализ и систематизация географических особенностей и проблем управления экономикой северных регионов Российской

Федерации, выявление тенденций взаимодействия власти и бизнеса в социальной сфере жизнедеятельности территории (региона), в реализации социальных проектов, представление стратегических императивов государственного управления в сфере здравоохранения;

- разработка подходов к формированию стратегии развития современного региона в условиях глобализации, анализ эффективности проектного управления (на основе цифровых проектов и др.) социально-экономическим развитием региона, анализ процессов управления конкурентоспособностью региона (применение подхода SMART-специализации и др.) как фактором обеспечения устойчивого развития региона, анализ бюджетных инвестиций в составе проектов и государственных программ, определение перспектив и тенденций развития инициативного бюджетирования в регионах Российской Федерации, определение направлений развития финансовых технологий в регионе, разработка теоретических основ оценки эффективности портфельного инвестирования, формирование набора инструментов управления инновационными проектами, представление методики прогнозирования итоговой стоимости инвестиционно-строительного проекта как элемента устойчивого развития проектно-строительной организации;

- определение эффектов, возможностей и перспектив развития цифровой экономики как инструмента и фактора устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования, выявление современных тенденций цифровизации бизнеса, определение направлений повышения производительности труда в условиях инновационного развития общества и цифровизации экономической системы общества, анализ межотраслевой цифровизации как метода повышения эффективности функционирования региональных экономических систем общества, измерение потенциала цифровой экономики в Донецкой Народной Республике;

- определение приоритетных направлений и современных трендов развития международной торговли в условиях глобализации, формирование теоретических основ исследования стратегий развития экономической системы общества и выявление последствий интеграционных процессов в контексте устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования, выявление и анализ особенностей внешней торговли Российской Федерации в контексте западных экономических санкций, измерение динамики географической ориентации внешней торговли региона, определение направлений международного инновационного сотрудничества Российской Федерации, предложение мероприятий, ориентированных на выстраивание продуктивных отношений со странами БРИКС в современной экономической ситуации; анализ международных аспектов финансирования НИОКР в сфере высшего образования Российской Федерации;

- определение теоретико-методологических подходов и разработка практических предложений и рекомендаций, направленных на совершенствование и повышение эффективности государственного управления территориями, определение перспектив и приоритетных направлений экономической политики государства, выявление и анализ влияния транспарентности денежно-кредитной политики центрального банка на характеристики национальной экономической системы общества, выявление и анализ влияния транспарентности денежно-кредитной политики центрального банка на характеристики национальной экономической системы общества, формирование положений антимонопольной политики государства в условиях происходящих глубоких изменений в экономических отношениях, а также антикоррупционной политики в сфере государственных закупок, выявление особенностей государственного

управления национальной экономикой в условиях глобализации, разработка основных положений инклюзивного развития модели социально ориентированного государства, представление порядка определения критериев оценки эффективности организации подготовки, переподготовки и повышения квалификации государственных гражданских служащих;

- разработка рекомендаций и предложений по повышению результативности и эффективности функционирования и развития различных видов рынков (рынка труда, рынка недвижимости, рынка социальных услуг и др.) как составляющих структуры хозяйственного механизма экономической системы общества в контексте обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования;

- формирование теоретико-методологических подходов и разработка практических рекомендаций, направленных на совершенствование управления рынком труда и занятостью (женской занятостью, молодежной занятостью, самозанятостью и др.) населения и на адаптацию отрасли образования к изменениям социально-экономического развития региональных рынков труда в условиях проведения СВО, выявление особенностей государственного регулирования рынка труда в условиях цифровой трансформации;

- разработка концептуальных подходов к формированию новой модели долгосрочного регионально-отраслевого сотрудничества, анализ состояния, выявление актуальных проблем и определение направлений развития отраслей промышленности (энергетической, металлургической, пищевой, хлебопекарной и др.) национальных экономических систем Российской Федерации и Республики Беларусь в контексте обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования, разработка предложений по совершенствованию государственного управления промышленным комплексом на основе стохастических моделей пространственного распределения ресурсов;

- представление методики экономического обоснования оптимальной структуры агропромышленного производства в интегрированных структурах в агропромышленном комплексе, разработка программно-целевого механизма развития агропромышленного комплекса; анализ предпринимательских рисков на рынках агроиндустрии, анализ состояния и уровня развития аграрных предприятий, представление концептуальных основ разработки и реализации стратегии развития предприятий агропромышленного комплекса, определение перспектив развития вертикально-интегрированных агрохолдингов в Донецкой Народной Республике и перспективных направлений повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования в отраслях растениеводства, овощеводства и льноводства и производства льняных тканей в Российской Федерации;

- выявление особенностей сервисной деятельности в эксплуатации и обслуживании жилищного фонда на муниципальном уровне управления, определение направлений повышения качества обслуживания на предприятиях жилищно-коммунального хозяйства, а также путей повышения эффективности обращения с твердыми коммунальными отходами;

- определение процедур принятия решений в рискованных ситуациях, выявление актуальных проблем и определение перспективных направлений развития малого и среднего бизнеса, разработка подходов к формированию цен на научно-техническую продукцию, разработка предложений по государственному регулированию цен на оказание платных образовательных услуг,

- определение критериев управления и оценки устойчивым развитием субъектов хозяйствования (предприятий), разработка модели управления диверсификацией деятельности субъектов хозяйствования (группы компаний), разработка методики оценки эффективности использования ресурсов субъектов хозяйствования (предприятий), оптимизация структуры капитала на основе критерия максимизации рентабельности, формирование теоретических подходов и разработка практических рекомендаций по определению инвестиционного потенциала субъектов хозяйствования (строительных организаций) и представление методики его оценки; рассмотрение и представление эффективных методик учета и анализа финансовых вложений субъектов хозяйствования (организаций), а также методики составления нефинансовой отчетности венчурными субъектами хозяйствования;

- определение методики природоохранной деятельности в контексте формирования корпоративных нефинансовых отчетов в Российской Федерации, анализ взаимосвязи бедности и охраны окружающей среды, анализ динамики уровня заболеваемости социально значимыми болезнями, выявление особенностей деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций на пути решения проблем лиц с ограниченными возможностями здоровья;

- определение теоретико-методологических, научных, методических подходов и разработка практических рекомендаций с целью решения актуальных экологических и иных проблем общества на пути обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования (анализ экологической безопасности как объекта нормативно-правового регулирования, выявление и систематизация физико-географических и экономических особенностей отдельных территорий Российской Федерации; представление экономического подхода к проблеме изменения климата; определение и систематизация факторов годового стока, анализ основных физико-географических процессов, выявление особенностей антропогенного воздействия в пределах бассейнов различных рек на территории Российской Федерации; определение климатических и экономических выгод от использования возобновляемых источников энергии; разработка способов решения проблем водообеспечения городов Донбасса; анализ географического пространства и разработка решений территориальных проблем с применением трехмерной карты; оценка устойчивости почв Донецкого региона к антропогенной нагрузке; анализ и оценка эффективности функционирования предприятий угольной отрасли; обоснование необходимости применения ГИС-технологий при выявлении очагов самонагревания породных отвалов угольных шахт и др.);

- представление теоретических аспектов качества образования, анализ современных подходов в обучении в общеобразовательных организациях и учреждениях, сравнительный анализ механизмов мониторинга качества географического образования в различных странах мира, определение эффективных инструментов современного методического обеспечения (применение бережливых технологий, аудио- и медиатек, методики использования «скриптов», цифровых контурных карт, инфографики, QR-технологий и др.) образовательного процесса, определение ключевых подходов к управлению образовательным процессом и современных подходов к реализации игр в образовательном процессе, формирование организационных основ образовательного процесса в военном вузе, анализ проблем применения практико-ориентированного подхода в образовательном процессе, формирование основ реализации контекстно-эмпирического подхода как методологической основы математического образования студентов гуманитарных

направлений подготовки, определение основ организации проектной деятельности в общеобразовательных организациях и учреждениях, а также определение основ взаимодействия преподавателей и студентов университета в условиях новой реальности.



Участниками заседаний секций внесены такие **рекомендации и предложения** по развитию исследований в рассматриваемых научных направлениях.

1. Усовершенствовать стратегические основы обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования (с учетом выявленных факторов стабилизации и развития, а также признаков и рисков экономической неустойчивости) на основе предложенных форм, методов, инструментов и рычагов управления (в том числе государственного и муниципального управления) и проведения мониторинга реализации целей концепции устойчивого развития общества в условиях новой реальности.

2. Сформировать стратегические основы обеспечения устойчивого экономического и социального развития Донецкой Народной Республики на основе

разработанных рекомендаций (на основе использования подходов экономифизики) для исследования задач устойчивого развития посредством анализа потоков энергии, вещества и информации между рассматриваемой системой и внешней средой и между составными частями (компартаментами) системы, в частности, для планирования и оценок достижения целей устойчивого развития региона и субъектов хозяйствования.

3. Установить приоритеты в достижении целей устойчивого развития и решении ключевых проблем обеспечения экономического роста и социальной стабильности государства, региона и субъектов хозяйствования (с учетом (интерсубъективных) принципов, факторов и методов обеспечения устойчивого развития) в условиях усложнения геополитического и геоэкономического положения территорий.

4. Обеспечить апробацию разработанных теоретико-методологических подходов к моделированию устойчивого развития региональных систем на основе представленных принципов управления устойчивым (инновационным) развитием регионов, моделирования процессов стратегического управления и трансформации механизма обеспечения устойчивого развития регионального хозяйственного комплекса.

5. Разработать стратегию развития региона (Донецкой Народной Республики) в условиях новой реальности (глобализации, неопределенности и риска, усложнения геополитического и геоэкономического положения территорий и др.) с учетом выявленных факторов роста и определения перспективных направлений социально-экономического развития территорий (регионов) в контексте обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования.

6. Проанализировать возможности и перспективы развития цифровой экономики как инструмента и фактора устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования в Донецкой Народной Республике (с учетом выявленных современных тенденций цифровизации бизнеса, представленных направлений повышения производительности труда в условиях инновационного развития общества и цифровизации экономической системы общества) на основе межотраслевой цифровизации как метода повышения эффективности функционирования региональных экономических систем общества.

7. Определить приоритетные направления и проанализировать последствия интеграционных процессов в контексте устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования с учетом особенностей внешней торговли Российской Федерации в контексте западных экономических санкций на основе измерения динамики географической ориентации внешней торговли и представленных направлений международного инновационного сотрудничества Российской Федерации, предложенных мероприятий, ориентированных на выстраивание продуктивных отношений со странами БРИКС в современной экономической ситуации.

8. Определить направления и установить приоритеты в решении актуальных экономических, социальных и экологических проблем в Донецкой Народной Республике на основе представленных теоретико-методологических подходов и разработанных практических предложений и рекомендаций, направленных на совершенствование и повышение эффективности государственного управления территориями, определенных перспектив и приоритетных направлений экономической политики государства, выявленных особенностей государственного управления национальной экономикой в условиях глобализации, разработанных положений инклюзивного развития модели социально ориентированного государства, а также представленного порядка определения критериев оценки эффективности организации

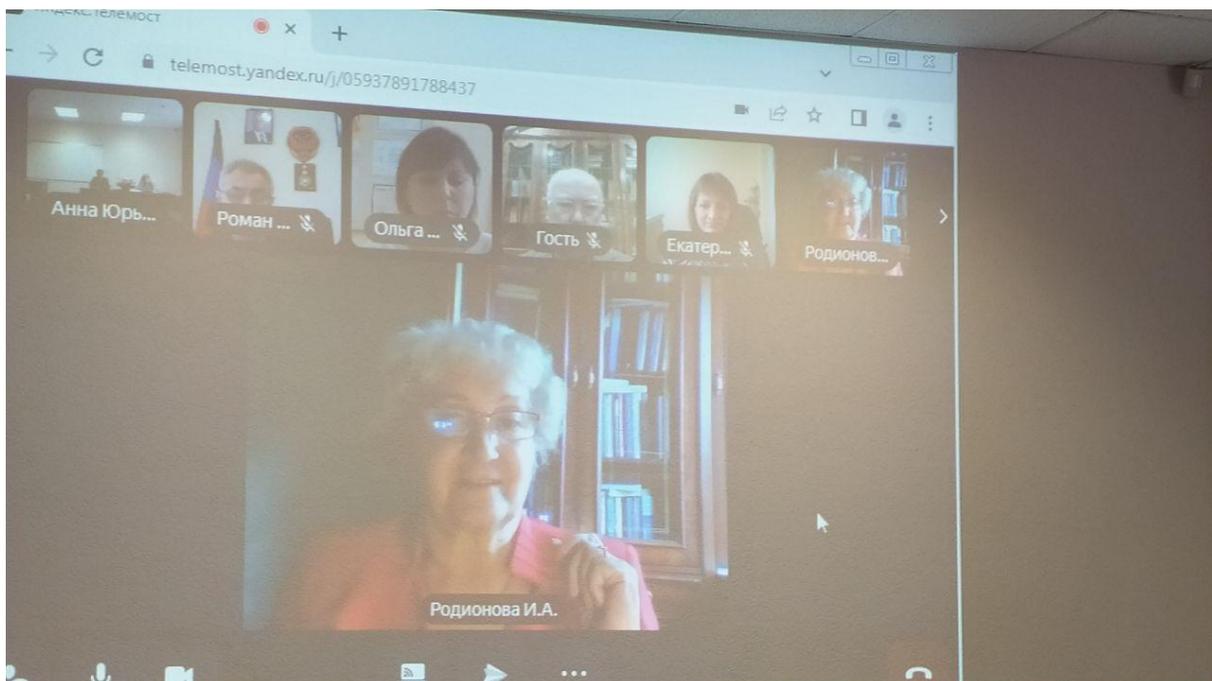
подготовки, переподготовки и повышения квалификации государственных гражданских служащих.

9. Сформировать пакет практических рекомендаций, направленных на совершенствование управления рынком труда и занятостью в Донецкой Народной Республике (женской занятостью, молодежной занятостью, самозанятостью и др.) населения и на адаптацию отрасли образования к изменениям социально-экономического развития региональных рынков труда с учетом выявленных особенностей государственного регулирования рынка труда в условиях цифровой трансформации и проведения СВО.

10. Разработать концептуальные подходы к формированию новой модели долгосрочного регионально-отраслевого сотрудничества в Донецкой Народной Республике на основе оперативного анализа состояния, выявленных актуальных проблем и определенных направлений развития отраслей промышленности (энергетической, металлургической, пищевой, хлебопекарной и др.) национальной экономической системы Российской Федерации, разработанных предложений по совершенствованию государственного управления промышленным комплексом на основе стохастических моделей пространственного распределения ресурсов в контексте обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования.

11. Определить цели, приоритетные направления и оценить современные ресурсные возможности для решения актуальных экологических и иных проблем общества в Донецкой Народной Республике на пути обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования с учетом представленных результатов анализа экологической безопасности как объекта нормативно-правового регулирования, выявленных физико-географических и экономических особенностей территории, факторов годового стока и др., особенностей антропогенного воздействия в пределах бассейнов рек, выявленных климатических и экономических выгод от использования возобновляемых источников энергии, а также разработанных способов решения проблем водообеспечения городов Донбасса и представленных результатов оценки устойчивости почв Донецкого региона к антропогенной нагрузке с учетом возможности и необходимости применения ГИС-технологий при выявлении очагов самонагрева породных отвалов угольных шахт и др.

12. Обеспечить совершенствование современной системы образования и повышение качества образовательного процесса в организациях и учреждениях высшего, среднего и общего образования Донецкой Народной Республики на основе использования инновационных технологий, методик и методов обучения (применение бережливых технологий, аудио- и медиатек, методики использования «скриптов», цифровых контурных карт, инфографики, QR-технологий и др.) в географической и экономической образовательной среде, на основе применения представленных прогрессивных подходов к управлению образовательным процессом и реализации игр в образовательном процессе, применения практико-ориентированного подхода в образовательном процессе, формирования основ реализации контекстно-эмпирического подхода как методологической основы математического образования студентов гуманитарных направлений подготовки, определения основ организации проектной деятельности в общеобразовательных организациях и учреждениях в контексте обеспечения эффективного взаимодействия преподавателей и студентов университета в условиях новой реальности.



В рамках IV Международной научно-практической конференции «Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона» проведен *мастер-класс* доктором географических наук, профессором И.А. Родионовой на тему *«Новая география мировой промышленности: глобальные тренды развития»*, в ходе которого были изложены и обсуждались такие актуальные проблемы общества: лидеры мирового ВВП и степень участия развивающихся стран в мировой экономике, объем и структура мирового промышленного производства, влияние глобализации на устройство мировой экономики, модель «ядра» и «периферии», перенос производства из развитых стран мира в развивающиеся страны; особенности процессов индустриализации и деиндустриализации, концепции реиндустриализации и пути перехода от реиндустриализации к неиндустриализации, особенности и тенденции развития мировой промышленности в современную (постиндустриальную) эпоху.



Участники IV Международной научно-практической конференции «Географические и экономические исследования в контексте устойчивого развития государства и региона» **выражают уверенность** в том, что рекомендации, предложенные по итогам работы, будут способствовать: обеспечению устойчивого социально-экономического развития Российской Федерации, ее отдельных субъектов (в частности, Донецкой Народной Республики), формированию эффективного хозяйственного механизма развития отдельных территорий Российской Федерации, рациональному и эффективному использованию природно-ресурсного потенциала Российской Федерации и Донецкой Народной Республики, динамичному росту конкурентоспособности экономической системы Донецкой Народной Республики и ускорению ее интеграции в экономическое пространство Российской Федерации в контексте обеспечения устойчивого развития государства, региона и субъектов хозяйствования.

*Материалы предоставлены Кошелевой Е. Г.,
канд. экон. наук, доцентом,
зав. кафедрой национальной и региональной экономики
ГОУ ВПО «ДОННУ»*

РЕЦЕНЗИЯ
на рукопись монографии
«МАРКЕТИНГ И ЛОГИСТИКА
В СИСТЕМЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО БИЗНЕСА»
под общей редакцией д-ра экон. наук, доцента Т. В. Ибрагимхалиловой

Актуальность данного научного исследования обусловлена активизацией экономических преобразований, появления новых потребностей, технологического и информационного развития, что предопределяет необходимость формирования новых подходов к деятельности на современном рынке. На основе маркетингового и логистического мышления могут быть более полно удовлетворены нужды потребителей с учётом бюджетных ограничений, а также обеспечены эффективные результаты деятельности субъектов хозяйствования.

В связи с этим особую значимость приобретают вопросы как связанные с развитием и расширением производства товаров и услуг требуемого ассортимента и качества, так и с необходимостью обеспечения социального, экологического, технологического, ресурсосберегающего и др. компонентов. Создание конкурентоспособной бизнес-среды необходимо для достижения сбалансированного социально-экономического развития Донецкой Народной Республики.

В рецензируемой монографии авторы провели комплексный методико-практический анализ сущности и эволюции экономических категорий «маркетинг» и «логистика» с учётом их межнаучных связей. Логично, что исследование разделено на две части – главу 1 «Маркетинговая деятельность в системе конкурентоспособного бизнеса» и главу 2 «Концептуальные направления логистики на современном этапе развития хозяйственных связей и взаимоотношений».

В первой главе монографии систематизирован инструментарий стратегического маркетинга для адаптации покупательских предпочтений, моделей потребления, изменений на рынке с целью выбора способа поведения, обеспечивающего предприятию выгодную позицию не только в настоящий момент, но и на перспективу. Получение конкурентных преимуществ складывается из репутационных успехов, улучшения финансовых показателей, построения эффективной модели взаимоотношения с государством и общественными организациями.

Обосновано, что активная социальная политика позволяет корпорации избежать осложнений с налоговыми органами, уменьшить количество проверок, а в некоторых случаях и привести к уменьшению ставки налогообложения. В этом же ракурсе находятся поиски маркетингового баланса между совершенствованием экологических процессов и ростом доходов, использованием экологически безопасного оборудования и экономией человеческих ресурсов, привлечением квалифицированных специалистов и доступа к новым рынкам путём стандартизации по международным критериям.

Авторы монографии подчёркивают необходимость переориентации деятельности предприятий на основе маркетинговой философии. Анализ экономической основы и предпосылок внедрения маркетинговых исследований в производственную сферу, а также определение роли и места данных исследований при разработке производственной программы промышленных предприятий, позволит выявить высокодоходные направления производства и отрасли экономики.

Маркетинговые индикаторы корректируют направления финансовых инвестиций, виды продукции, на которые следует ориентироваться при разработке плана

производства. Выбор выгодного географического расположения нового предприятия в современных условиях невозможен без качественного маркетинга территорий.

По мнению авторов монографии, назрело создание платформы электронного маркетинга для субъектов хозяйствования Донецкой Народной Республики. Преимущества такой платформы позволяют разработать классификацию факторов, влияющих на электронный маркетинг предприятий Республики, установить и наладить на постоянной основе обратную связь с покупателем.

Интересным является изучение рекреационного продукта на основе применения маркетингового подхода как инструмента развития туризма в Донецкой Народной Республике. Такая парадигма может стать базисом управляющих воздействий с использованием маркетингового инструментария в отношении туристского продукта как сложного комплекса предоставления социально значимых услуг населению Республики в условиях политических, экономических и эпидемиологических ограничений.

Исследование вопроса применения цифровых инструментов маркетинга территорий в деятельности органов местного самоуправления является ключевым требованием современности. Эффективное маркетинговое обеспечение территорий открывает новые возможности и перспективы для развития человеческого капитала.

Активное использование цифровых инструментов маркетинга территорий способствует повышению инвестиционной активности и формированию благоприятного имиджа местам локации людей. Маркетинг территорий тесно связан с присутствием власти в социальных медиаресурсах, уровнем доверия граждан к правительственным органам, трансляцией официальной информации, диалогом с населением, общественными проблемами и путями их разрешения.

Во второй главе монографии авторами исследована целесообразность применения междисциплинарного подхода при управлении логистическими бизнес-процессами и цепями поставок. Обоснована перспективность имитационного моделирования для активизации производственно-сбытовой деятельности предприятий.

Более точные представления о процессах цепей поставок позволяют учитывать критерии эффективности логистической деятельности в условиях современного рынка. Экономико-математическое программирование отдельных узлов и всей цепи поставок позволяет минимизировать временные параметры систем логистики.

Обоснована концепция оптимизации маркетинговых и логистических бизнес-процессов посредством применения итеративного подхода, что способствует росту эффективности работы команды проектировщиков-управленцев. Обобщение существующих подходов и практик позволяет успешно программировать не только маркетинговые, но и логистические бизнес-процессы на предприятии, обеспечивая прямую коммуникацию между блоками принятия решений.

Логистическая деятельность предполагает практическое применение опыта организации сетевой торговли в Российской Федерации для нужд потребителей Донецкой Народной Республики. Логистический подход и интеграция логистических процессов в механизме функционирования торговых сетей позволяют обеспечить рост эффективности всей системы управления в данной сфере.

Результаты исследований, представленные в монографии, будут полезны научным работникам, преподавателям, студентам и широкому кругу читателей, интересующихся проблемами маркетинга и логистики. Предложенные мероприятия способствуют формированию системы конкурентоспособного бизнеса Донецкой

Народной Республики в контексте интеграции Русского Донбасса в экономическое пространство Российской Федерации.

Монография «Маркетинг и логистика в системе конкурентоспособного бизнеса», подготовленная коллективом авторов под общей редакцией д-ра экон. наук, доцента Т. В. Ибрагимхалиловой, рекомендуется к изданию.

Сведения о рецензенте

Поликов Ю. Н. – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой математики и математических методов в экономике, и. о. декана экономического факультета ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», yu.polshkov@donnu.ru.

Information about the reviewer

Polshkov Yu. N. – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Mathematics and Mathematical Methods in Economics, Acting Dean of the Faculty of Economics Donetsk National University, yu.polshkov@donnu.ru .

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

1. Для публикации в научно-практическом журнале «Вестник Донецкого национального университета. Серия В. Экономика и право» принимаются не опубликованные ранее научные работы по проблемам экономики и права, а также критические обзоры современных экономико-политических работ.

В печать принимаются научные статьи на русском и английском языках, которые имеют необходимые элементы:

постановка проблемы в общем виде и её связь с важнейшими научными и практическими задачами;

анализ последних достижений и публикаций, в которых рассмотрена данная проблема и на которые ссылается автор, выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, на решение которых направлена данная статья;

формулирование цели и постановка задач;

изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов;

выводы из этого исследования и перспективы дальнейших исследований в данном направлении.

2. Текст статьи – шрифт TNR, размер 12 пт., с выравниванием по ширине; резюме, список литературы, таблицы, подрисуночные подписи – шрифт TNR, размер 10 пт. Без автоматической расстановки переносов. Формулы, их компоненты и все переменные в тексте и отдельно в строках набираются только с помощью редактора формул Microsoft Equation 3.0 или MathType 5.0-6.0. Рисунки и таблицы располагаются по тексту строго в пределах печатного поля книжной ориентации страниц после первого упоминания. Рисунки только черно-белого цвета, сгруппированные и размещенные по ширине текста на странице, без рамки! Каждый рисунок имеет подпись (не совмещенную с рисунком), а таблица – заглавие (выравнивание – по центру). Все рисунки и таблицы должны быть последовательно пронумерованы арабскими цифрами. Сканированные рисунки не принимаются. Формулы выравниваются по центру и имеют, в случае необходимости, сквозную нумерацию по правому краю. Нумеровать следует только те формулы, на которые имеются ссылки в тексте.

Объем статьи **6-10 страниц печатного текста**. Поля зеркальные: верхнее – 3,0 см, нижнее – 3,0 см, внутри – 3,0 см, снаружи – 2,0 см. Междустрочный интервал – одинарный. Абзацный отступ – 1 см.

Текст статьи должен соответствовать следующей структурной схеме: Индекс УДК в верхнем левом углу страницы; **НАЗВАНИЕ** статьи – полужирный, по центру (прописными буквами без переноса слов); копирайт, год, **инициалы и фамилия авторов**, полужирный, курсив, по левому краю **аннотация** объемом до 100 слов, должна кратко отражать предмет статьи, примененные методы исследований и основные результаты, полученные авторами, и заканчиваться **ключевыми словами** (до 10 слов, отделяются друг от друга точкой с запятой); **введение** (постановка проблемы в общем виде и связь с важнейшими научными и практическими задачами, анализ последних исследований и публикаций, в которых начато решение данной проблемы и на которые опирается автор, выделение нерешенных ранее частей общей проблемы, которым посвящена статья, формулировка целей статьи); **основная часть** (где излагаются основные материалы исследования с полным обоснованием полученных научных результатов), как правило, содержит такие структурные элементы: **постановка задачи, анализ результатов; выводы** по данному исследованию (кратко и четко подытоживаются основные результаты, полученные авторами и перспективы дальнейших изысканий в данном направлении); **СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ** (оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка»).

3. После списка литературы дублируются: название статьи, а также фамилия и инициалы авторов двумя языками (русском и английском).

4. Рукопись статьи сопровождается заявлением, ведомостями про автора или авторов, название файла с анкетными данными начинается со слова «анкета», а потом идет фамилия автора (авторов).

5. Все статьи, направляемые в редакцию, подвергаются рецензированию и в случае положительной рецензии – научному и техническому редактированию.

7. Окончательное решение о публикации, публикации после доработки или отклонении статьи принимается редакционной коллегией.

8. **Авторы несут полную ответственность за содержание предоставляемых в редакцию материалов,** в том числе, отсутствия в них информации, нарушающей нормы международного авторского, патентного или иных видов прав каких-либо физических, или юридических лиц.

Редактор: **В. В. Краснова**
Технический редактор: **А. А. Кужелева**
Компьютерная верстка: **Ю. С. Воробьева**

Свидетельство о государственной регистрации № 364 от 18.01.2016 г.

Адрес редакции:
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»,
ул. Университетская, 24,
283001, г. Донецк
Тел.: (062) 302-92-56, 302-09-71
E-mail: fcl.ef@donnu.ru
URL: <http://donnu.ru/ec>

Подписано в печать 28.03.2022 г.
Формат 60 × 84/8. Бумага офсетная.
Печать - цифровая. Усл. печ. л. 21,68
Тираж 100 экз. Заказ № 16-Май-88

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
283001, г. Донецк, ул. Университетская, 24
Свидетельство о внесении субъекта издательской деятельности
в Государственный реестр
серия ДК № 1854 от 24.06.2004 г.