
**ВЕСТНИК
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

ISSN 1818-4057

№ 8 2021

Часть 1

Научный журнал

«Вестник Алтайской академии экономики и права»

ISSN 1818-4057

Журнал издается с 1997 года.

Издание включено в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (Перечень ВАК).

Официальный сайт журнала – www.vaael.ru.

Доступ к электронной версии журнала бесплатен. e-ISSN 2226-3977.

Издание официально зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 45458.

Учредитель – Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Алтайская академия экономики и права». 656038, Алтайский край, город Барнаул, Комсомольский проспект, 86.

Шифры научных специальностей

08.00.00 Экономические науки

12.00.00 Юридические науки

Все публикации рецензируются.

Журнал индексируется в Российском индексе научного цитирования РИНЦ и научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

Номерам и статьям журнала присваивается Цифровой идентификатор объекта DOI.

Выпуск подписан в печать 10 августа 2021 года

Распространение по свободной цене

Усл. печ. л. 12,6.

Тираж 500 экз.

Формат 60×90 1/8.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

СОСТОЯНИЕ КИТАЙСКО-РОССИЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ХИМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ <i>Ван Д., Викторова Н. Г.</i>	4
ФУНКЦИИ И МОДЕЛИ МЕХАНИЗМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ <i>Гаджиева Л. Э. кызы</i>	9
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НУЖД ЛЕЧЕБНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ МО РФ <i>Дадажанова Е. Е.</i>	16
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ВЫБОР СЫРА В РЕАЛЬНОЙ СРЕДЕ <i>Калькова Н. Н.</i>	22
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ В РАЗВИТИИ БИЗНЕСОВ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ <i>Колесник В. В., Матвиенко О. И., Щербенко Е. В.</i>	32
ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ <i>Корнилова О. А.</i>	39
РОБОТИЗАЦИЯ, ЗАНЯТОСТЬ, ГОСУДАРСТВО <i>Луговой О. Ю.</i>	44
МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА <i>Нагоева Т. А.</i>	50
ПЛАТФОРМЕННАЯ ЭКОНОМИКА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ <i>Репьева С. С., Минасян А. А., Бокова А. А., Юхимец В. И., Первухина Е. В.</i>	63
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ «ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ» <i>Солдаткин А. А., Крахмалов А. Н.</i>	68
ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ <i>Третьякова Г. В., Лебедев К. А.</i>	75
ОЦЕНКА ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ ПО ЦЕНОВОМУ СЕГМЕНТУ <i>Шарапова Н. В., Щипанов А. О.</i>	80
ЧИСТЫЙ ЭКСПОРТ ТОВАРОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ <i>Ширнаева С. Ю.</i>	86

ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

ПОНЯТИЕ, РЕГУЛИРОВАНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ИНСТИТУТА ОШИБКИ В УГОЛОВНОМ ПРАВЕ РОССИИ <i>Никишин Д. Л., Орешкова Д. О.</i>	93
ПОСТПЕНИТЕНЦИАРНЫЙ КОНТРОЛЬ И НАДЗОР ЗА ЛИЦАМИ, ОСВОБОЖДЕННЫМИ ИЗ МЕСТ ЛИШЕНИЯ СВОБОДЫ <i>Пинтий Н. И., Гилева Н. С., Кайгородова О. В., Князева Е. А.</i>	97

УДК 339.9

Д. Ван

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»,
Санкт-Петербург, e-mail: wangdiankai@mail.ru

Н. Г. Викторова

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»,
Санкт-Петербург, e-mail: viktorova_ng@spbstu.ru

СОСТОЯНИЕ КИТАЙСКО-РОССИЙСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ХИМИЧЕСКОЙ СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ключевые слова: химическая промышленность, Россия, Китай, сотрудничество, проблемы, перспективы.

Экономическое сотрудничество между Китаем и Россией играет ключевую роль как в Азиатско-Тихоокеанском регионе, так и в мире в целом. Химическая промышленность занимает очень важное место и является одной из основных отраслей промышленности Китая и России. Статья посвящена вопросам сотрудничества между Китаем и Россией в этой сфере деятельности. В качестве предмета исследования выступают торговые отношения между странами по реализации продукции химической промышленности. В основу исследования заложены классические методы научного познания: анализ и синтез. За основу взяты труды ученых двух стран. Сначала проанализировано текущее состояние дел в химической отрасли каждого государства. Затем рассмотрены проблемы сотрудничества между ними. В результате данного исследования выявлено, что химическая промышленность Китая и России в настоящее время находится на стадии технологической модернизации и трансформации структуры продукции. Двум странам требуется наращивать технологические инновации для содействия в развитии химической промышленности, и делать крупномасштабные капитальные вложения для внедрения новых энергосберегающих и экологически безопасных технологий. Сделан вывод о том, что Китай и Россия должны совместно сформулировать общие стандарты проверки качества продукции, которые будут соответствовать законам и постановлениям двух стран, уменьшают торговые и таможенные барьеры.

D. Van

Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg,
e-mail: wangdiankai@mail.ru

N. G. Viktorova

Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg,
e-mail: viktorova_ng@spbstu.ru

STATE OF CHINESE-RUSSIAN COOPERATION IN THE CHEMICAL SPHERE

Keywords: chemical industry, Russia, China, cooperation, problems, prospects.

Economic cooperation between China and Russia plays a key role both in the Asia-Pacific region and in the world as a whole. The chemical industry is very important and is one of the main industries in China and Russia. The article is devoted to the issues of cooperation between China and Russia in this area of activity. The subject of research is trade relations between countries for the sale of chemical products. The study is based on the classical methods of scientific knowledge: analysis and synthesis. The works of scientists from two countries are taken as a basis. First, the current state of affairs in the chemical industry of each state is analyzed. Then the problems of cooperation between them are considered. As a result of this study, it was revealed that the chemical industry in China and Russia is currently at the stage of technological modernization and transformation of the product structure. The two countries need to scale up technological innovation to help develop the chemical industry, and make large-scale capital investments to introduce new energy-efficient and environmentally friendly technologies. It is concluded that China and Russia should jointly formulate common standards for product quality control, which will comply with the laws and regulations of the two countries, reduce trade and customs barriers.

Введение

Китай и Россия являются крупнейшими странами, имеющими стратегически важное влияние на Евразийском континенте. Обе страны осуществляют координацию политики по объединению Евразийского экономического союза [1] и инициативы «Один пояс, один путь» [2]. Между Китаем и Россией наблюдается очевидная экономическая взаимодополняемость. Россия имеет абсолютное преимущество в энергетической и военной областях. Китай – единственная страна в мире с полной производственной цепочкой.

Сотрудничество между странами в сферах энергетики, транспорта, торговли химической и сельскохозяйственной продукции, трансграничной электронной торговли и торговли высокотехнологичной продукцией, развивается быстрыми темпами. Такая тенденция приводит к расширению пространства и оптимизации структуры торгово-экономического сотрудничества, а также содействует двусторонней торговле в скоординированном и устойчивом развитии Китая и России. Активное развитие партнёрских отношений между КНР и РФ имеет долгосрочные цели и планы, но при этом существует ряд проблем и серьезных задач, которые препятствуют их воплощению.

Цель исследования – на основе анализа научной литературы о состоянии химической промышленности России и Китая выявить существующие проблемы взаимовыгодной торговли между странами в этой сфере деятельности и потенциал для решения таких проблем. Объектом исследования выступает продукция химической промышленности. Предметом исследования являются торговые отношения между Россией и Китаем по реализации химической продукции.

Материалы и методы исследования

В статье с целью выявления проблем развития китайско-российских торговых отношений продукцией химического производства, а также направлений их разрешения, проведен литературный обзор исследований этой сферы деятельности со стороны ученых двух стран. При этом использованы общенаучные методы: анализ и синтез. Сначала проанализировано текущее состояние дел в химической отрасли России и Китая. Затем рассмотрены проблемы сотрудничества между странами в этой сфере деятель-

ности. Данный материал является продолжением публикаций [3, 4].

Результаты исследования и их обсуждение

Для полного понимания ситуации на рынке России и Китая, а также достижения поставленной цели, был проведен литературный обзор. Так, Schaimijeva E. и Gumerova G. в статье [5] проанализировали влияние вступления России в ВТО на развитие химической промышленности. Авторы отметили недостаточные инвестиции в химическую отрасль. Химическая промышленность в России отнесена к категории убыточных сфер деятельности и для повышения ее конкурентоспособности на рынке требуются финансовые вложения.

Другие ученые Канапухин П.А и Масленников О.В. [6] также представили анализ развития химической промышленности в России. В статье подробно раскрыты реформы, временные этапы, опыт, основные направления развития химической отрасли в будущем. Авторами сделан вывод о том, что государство играет главную роль в стимулировании прогрессивных изменений химического производства. Государство должно активно поддерживать и финансировать строительство инфраструктуры, а также предоставлять химическим предприятиям субсидии и налоговые льготы.

Зайцев Ю.К., Воловик Н.П. [7] проанализировали эволюцию российского механизма и провели обзор состояния торговли химической продукцией. Осуществлен анализ рынка российской и зарубежной химической продукции, а также оценены импорт и экспорт такой продукции. Сценарий развития рынка химической продукции базируется на ситуации вступления России в ВТО.

Перспективы развития химической отрасли в России также нашли отражение в ряде исследований. Крутько Н. в статье [8] с точки зрения оценки и контрмер для будущего развития химической промышленности России предложил направления инновационного развития нефтехимического комплекса: 1) внедрение новых технологий в производственный процесс, изменение бизнес-модели и использование информационных технологий для более эффективного обслуживания потребителей; 2) внедрение прогрессивного мышления и модели финансового сектора в традиционное промышленное мышление; 3) создание и развитие эф-

фективного рынка; 4) содействие научным исследованиям в российской химической промышленности (при этом важными результатами таких разработок являются развитие инноваций и экспорта химической продукции на международный рынок. Савинов А.П. считает, что к 2030 году темпы роста российской химической промышленности продолжат значительно увеличиваться, что в основном связано с ускорением развития перерабатывающей промышленности. Российская химическая промышленность планирует увеличить предложение продукции с высокой добавленной стоимостью и сырья для удовлетворения внутреннего потребительского спроса. В основу этого процесса положено повышение инвестиционной привлекательности и эффективности деятельности химических производств [9]. «Эксперты считают, что развитие химической отрасли является одним из лучших индикаторов здоровья мировой экономики. Организации химической промышленности России производят больше 70 тыс. наименований продукции. Важнейшие потребители данных товаров – легкая промышленность, металлургия, машиностроение и сельское хозяйство» [10].

Теперь перейдем к анализу исследований ученых по Китаю. В настоящее время в мире насчитывается около 100 000 наименований продуктов тонкой химии, а в Китае – около 20 000 наименований. Общий объем недостаточен, качество также нестабильное, отсутствуют высокопроизводительные продукты. Степень концентрации промышленности и масштабности рынка невысока. Существует около 20 000 производителей тонкой химии, но многие производители выпускают только 1-2 вида продукции. Простое многократное строительство и жесткая конкуренция не способствуют технологическим инновациям [11,12].

Китай вошел в число крупнейших химических стран мира, но в целом уровень производства химической продукции и ее конкурентоспособность на рынке невысоки. Имеется избыток производственных мощностей по производству основных товаров. Технологические инновации в химической промышленности нуждаются в срочном улучшении и сталкиваются с серьезным давлением окружающей среды. Однако спрос на химическую промышленность на внутреннем рынке Китая существенно вырос [13].

В настоящее время китайская отрасль тонкой химии демонстрирует несбалансированную тенденцию развития с высокой степенью зависимости от экспорта продукции. В условиях сложной международной торговли она сталкивается с тенденцией «выхода из строя». Тонкая химическая промышленность – это отрасль с высоким техническим содержанием и высокой добавленной стоимостью, и она находится на начальной стадии развития [14].

В связи с быстрым развитием экономики Китая охране окружающей среды уделяется все большее внимание, и было усилено использование чистой и экологически чистой зеленой энергии и химического сырья. Ускорило бурное развитие природного газа в химической промышленности. Китай настаивает на том, чтобы встать на «путь устойчивого развития» и утверждает, что «зеленые воды и зеленые горы – это золотые воды и серебряные горы». Основное правило движения в этом направлении – это укрепление обмена с развитыми странами и изучение передовых концепций и технологий [15].

Анализу сотрудничества двух стран в разных сферах, включая и химическую сферу деятельности, посвящено много исследований. В частности, интерес представляет модель развития отношений России и Китая на примере сферы энергетики, которую можно использовать и для химического производства. Об этом говорится в статье Ши Чуньян [16]. Ученым выдвинуты следующие предложения. Китай и Россия могут углубить сотрудничество в области энергетики и совместить восстановление старой промышленной базы на северо-востоке Китая с развитием экономики Дальнего Востока России.

В статье [17] исследуется статус-кво китайско-российской двусторонней торговли, анализ сравнительных преимуществ торговли, анализ взаимодополняемости торговли и контрмеры, способствующие развитию китайско-российской торговли.

Проблемы российско-китайского сотрудничества в химической сфере освещены в следующих работах. Джиа в исследовании 2009 года [18] отмечал следующее. Нефтяные и химические заводы в России устарели и неэффективны. Нефтехимическая промышленность России развита недостаточно. Потребление полимеров на душу населения составляет менее 1/3 от потребления в за-

падных странах, но Россия является одним из ведущих производителей удобрений, что интересно для Китая.

Другой китайский ученый Хуан Хэ в статье [19] выразил обеспокоенность по поводу политической среды зарубежного сотрудничества и рисков, связанных с политическими отношениями между двумя сторонами. Он также отметил, что только высокая степень взаимного доверия между правительствами Китая и России может создать хорошие условия для взаимных инвестиций. Он также упомянул, что Китай сильно зависит от нефти и природного газа, но импорт с Ближнего Востока сталкивается с такими проблемами, как географическая удаленность, высокие транспортные расходы и региональные беспорядки. Китай и Россия являются соседями, и углубление энергетического сотрудничества с Россией поможет Китаю избавиться от зависимости нефтедобывающих стран Ближнего Востока.

Тао Хэйдун в статье [20] отметил следующее: «В китайско-российском химическом сотрудничестве мы должны обратить внимание на слабые отрасли в экономическом развитии России и активно инвестировать в базовые отрасли России, представленные сельским хозяйством. Заложить основу для создания инвестиций в обмен на нефть».

Особый интерес в контексте данного исследования представляет статья российских и китайских экспертов, [21] в которой показаны: интересы каждой страны в развитии торговли продукцией химического производства; перспективы сотрудничества России и Китая в области торговли химической продукцией на международной арене; перспективные направления и методы сотрудничества, а также способы расширения торговых обменов, экономического развития и повышения интереса стран всего мира к инвестициям в химическую продукцию России и Китая. Эксперты выдвинули кон-

структивные предложения, как продвигать взаимодействие между странами в сфере торговли химической продукцией, и подчеркнули, что особое внимание следует уделять многостороннему сотрудничеству в Европе и Азии.

Заключение

По результатам обзора литературы необходимо отметить следующее. Российские и китайские ученые придерживаются разных взглядов на проблемы торговли продукцией химического производства между Китаем и Россией. Российские ученые анализируют состояние химической промышленности и продуктов, их импорта и экспорта в Китай и оценивают торговую модель сотрудничества в данной сфере, рискованной для российской экономики, поскольку Россия выполняет роль сырьевой страны для Китая. В большинстве отечественных исследований Китая содержание китайско-российских моделей торгового сотрудничества обсуждается с точки зрения макроэкономики. Китай считает, что Россия является основным источником энергоснабжения. Китайские исследования также полагают, что культурные и языковые пробелы, таможенные барьеры, отсутствие опыта сотрудничества и низкое участие частных предприятий отрицательно сказываются на сотрудничестве в химической сфере деятельности. Россия обладает богатыми природными ресурсами, поэтому у нее широкие инвестиционные перспективы. Большинство проектов сотрудничества между двумя странами связаны с торговлей нефтью и газом. Исследования по торговле химической продукцией и техническому сотрудничеству между двумя сторонами проводятся редко. Основная причина заключается в том, что история китайско-российской торговли химической продукцией относительно коротка, а размер рынка недостаточен.

Библиографический список

1. Совместное заявление Российской Федерации и Китайской Народной Республики о сотрудничестве по сопряжению строительства Евразийского экономического союза и Экономического пояса Шелкового пути, 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kremlin.ru/supplement/4971> (дата обращения: 02.07.2021).
2. Инициатива совместного строительства «Одного пояса, одного пути» прогресс, вклад и перспективы // Портал «Большая Евразия». 2019. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gea.site/2019/04/1735/> (дата обращения: 05.07.2021).

3. Ван Д., Викторова Н.Г. Исследование рисков инвестиции китайской химической промышленности: проблемы и методы решения // Устойчивое развитие цифровой экономики, промышленности и инновационных систем: сборник трудов научно-практической конференции с зарубежным участием / под редакцией Д.Г. Родионова, А.В. Бабкина. СПб: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2020. С. 105-107.
4. Ван Д., Викторова Н.Г. Интеграция торгово-экономических интересов России и Китая: проблемы, пути решения // Неделя науки СПбПУ. Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли. В 3-х частях. 2019. С. 533-535.
5. Schaimijeva E., Gumerova G., Jasper J., Budzinski O. Russia's Chemical and Petrochemical Industrie at the Eve of WTO-Accession // Econstor. 2010. V. (3). P. 45-48.
6. Канапухин П.А., Масленников О.В. Химическая промышленность России: текущее состояние и перспективы развития // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. 2012. № 1. С. 186-188.
7. Зайцев Ю.К., Воловик Н.П. Российская торговая политика в отношении продукции химической промышленности // Вестник ТГЭУ. 2014. № 1 (69). С. 58-69.
8. Крутько Н. Инновационное развитие нефтехимического комплекса // Наука и инновации. 2011. № 6. С. 6-10.
9. Савинов А.П. Анализ рынка химической промышленности // Вестник науки и образования. 2017. № 1. С. 47-51.
10. Бабкин В.В. Успенский Д.Д. Новая стратегия: Химия 2030. Высокие переделы сырья. Кластеризация. Химизация индустрии. М.: Лика, 2015. 222 с.
11. Ван Минь, Ли Фэн. Состояние развития и тенденции химической промышленности // Химическая промышленность Юньнани. 2018. Т. 45. № 10.
12. Чжан Боксян. Исследования по оптимизации структуры китайско-российской торговли // Университет Хэйлунцзян, 2014.
13. Сунь Цисян, Ван Сисинь. Текущая ситуация в химической промышленности Китая. 2019. № 23. С. 9-10.
14. Чжоу Шихэн, Шэнь Гуйин. Анализ состояния и тенденций рынка чистых химикатов в Китае // Химические продукты тонкого и специального назначения. 2020. Т. 4. № 28.
15. Пан Чжэньян, Ши Юн. Китайская газохимическая технология и направление развития // Нефтехимические заявки. 2020. Т. 39. № 11.
16. Ши Чунянь. Стратегическое мышление о китайско-российском энергетическом сотрудничестве в посткризисную эпоху // Внешняя экономическая и торговая практика. 2011. С. 23-26.
17. Ши Цзинвэнь. Пакет мер по развитию химической промышленности в России // China Chemical Industry News. 2015. № 51. С. 36-38.
18. Джаи Лу. Статус-кво и тенденции развития нефтегазовой отрасли России // Современная нефть и нефтехимия. 2009. № 17. С. 40-44.
19. Хуан Хэ. Исследование рисков иностранных инвестиций. Общественные науки. 2014. № 3. С. 15-23.
20. Тао Хэйдун. Технично-экономическое обоснование отдельных переговоров в торговле нефтью – китайско-российская торговля нефтью в качестве примера Nandu Xuetao // Journal of Humanities and Social Sciences. 2013. № 6. С. 107-114.
21. Лузянин С.Г., Карнеев А.Н. Russian-Chinese dialogue: the 2017 model // Russian International Affairs Council. 2017. Vol. 33. P. 37-40.

УДК 332

Гаджиева Л. Э. кызы

Азербайджанский государственный экономический университет, Баку,
e-mail: alishovaca@mail.ru

ФУНКЦИИ И МОДЕЛИ МЕХАНИЗМА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ВИНОГРАДАРСТВА И ВИНОДЕЛИЯ

Ключевые слова: виноградарско-винодельческий комплекс, экономическое регулирование, модели регулирования, регулирующие функции, регулирование импорта.

В данной статье основное внимание уделяется организации, структуре и институциональным особенностям винодельческой отрасли в Азербайджане, а также тому, как местные производители винограда, производители вина, дистрибьюторы, розничные торговцы и потребители взаимодействуют и ведут себя на рынке вина страны. Экономическое регулирование играет важную роль в общей системе регулирования виноградарства и виноделия. Такая ситуация проявляется прежде всего в характеристиках функциональной структуры средств экономического регулирования. Как и во всех других системах, функции экономических инструментов в регулировании виноградарства и виноделия являются детерминированными для соответствующих целей. Чтобы объяснить экономическую организацию производства и потребления вина, а также поведение американских винных фирм и потребителей, необходимо применить набор основных экономических концепций и принципов. Учитывая, что цели развития отрасли определяются в соответствии с конкретным периодом и условиями в каждой стране, существует необходимость сформулировать вышеупомянутые функции для научного анализа в целом. С этой точки зрения, исходя из анализа места и роли экономического регулирования, можно выделить его вспомогательную, стимулирующую и регулируемую функции.

Gadzhieva L. E. kyzy

Azerbaijan State University of Economics, Baku, e-mail: alishovaca@mail.ru

FUNCTIONS AND MODELS OF THE MECHANISM OF ECONOMIC REGULATION OF VINE AND WINE

Keywords: viticulture and wine-making complex, economic regulation, regulation models, regulatory functions, import regulation.

This article focuses on the organization, structure and institutional characteristics of the wine industry in Azerbaijan, as well as how local grape producers, wine producers, distributors, retailers and consumers interact and behave in the country's wine market. Economic regulation plays an important role in the general system of regulation of viticulture and winemaking. This situation is manifested primarily in the characteristics of the functional structure of the means of economic regulation. As in all other systems, the functions of economic instruments in the regulation of viticulture and winemaking are deterministic for the respective purposes. To explain the economic organization of wine production and consumption, as well as the behavior of American wine firms and consumers, a set of basic economic concepts and principles must be applied. Given that the development goals of the industry are determined in accordance with the specific period and conditions in each country, there is a need to formulate the above functions for scientific analysis in general. From this point of view, based on the analysis of the place and role of economic regulation, it is possible to single out its auxiliary, stimulating and regulatory functions.

Введение

Развитие виноградарства в Азербайджане восходит к концу 70-х годов прошлого века. 2,0 млн тонн винограда в стране привела к развитию винодельческой промышленности в этой области. Таким образом, винодельческий комплекс играет ведущую роль в экспорте нефтяных продуктов.

К сожалению, в последующие годы этот комплекс пришел в упадок. Однако успеш-

ные аграрные реформы, проведенные в стране за годы независимости, заложили основу для развития виноградарства. В настоящее время общая посевная площадь составляет 16,1 тыс. га, из которых 14,5 тыс. га – плодоносящие и этот процесс расширяется. В 2019 году собрано 201,8 тысячи тонн винограда, из которых более 80% направлено на производство винодельческой продукции. Таким образом, в текущей ситуации разви-

тие данного сектора является приоритетным направлением, что требует разработки оптимального механизма экономического регулирования и оказания оптимальной государственной поддержки отрасли.

1. Механизм регулирования виноградарства и виноделия.

Расширение производства в виноградарстве или решение любой проблемы, связанной с освоением поля без компенсации или на льготных условиях, выделение финансовых ресурсов на эти цели, а также других ресурсов осуществляется через функцию помощи. В частности, поддерживающая функция экономического регулирования направлена на формирование отрасли и расширение производства и улучшение качества продукции и повышение конкурентоспособности в зависимости от стадии и уровня развития виноградарства в стране. Направления и средства, используемые в этой функции, также различаются в зависимости от конкретных условий в странах.

Функция стимулирования служит для цели направления развития отрасли в необходимых направлениях [1]. В современных условиях, как правило, эти направления рассматриваются как обеспечение высоких показателей качества винной продукции, повышение их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках. Стимулирующая функция реализуется путем формирования соответствующей мотивации производителей. В виноградарстве и виноделии эта задача может быть решена как средство воздействия на материальные интересы производителей на основе применения как стимулирующих, так и карательных экономических мер. Конечно, арсенал экономических инструментов, используемых в этом случае, варьируется от страны к стране.

Следует отметить, что некоторые инструменты, используемые при реализации функции стимулирования, а точнее инструменты стимулирования, также используются при реализации вспомогательной функции механизма экономического регулирования. В такой ситуации конкретная функция этих инструментов может определяться характером и направлением механизма их применения.

Регулирующая функция также играет важную роль в экономическом регулировании виноградарства и виноделия. Эта функ-

ция в основном направлена на регулирование винного рынка. Основные цели поселения:

- поддержание стабильности на внутреннем рынке;
- обеспечение конкурентоспособности продукции;
- Обеспечение защиты интересов потребителей.

Обеспечение регулирования в этих областях предполагает, что процессы регулирования не ограничиваются оборотом винной продукции, а охватывают относительно широкий диапазон. Точнее, сфера регулирования включает, помимо производства винограда и винных продуктов, также регулирование импорта в соответствующих областях.

Для обеспечения стабильности цен на рынке регулирование производства направлено на регулирование предложения винной продукции. Это направление регулирования обычно характерно для развитых стран с высоким внутренним производством для удовлетворения рыночного спроса. В текущих условиях углубляющейся глобализации меры по регулированию объемов производства осуществляются с учетом концентрации винной продукции на международных рынках.

Регулирование предложения винной продукции может осуществляться как в форме регулирования объемов потребления этой продукции, так и объема продукции, уже произведенной на рынке. В современных условиях первое направление реализуется за счет применения системы реконструкции и преобразования виноградников в странах-членах ЕС. Второе направление – поддерживать стабильность на рынке, удерживать часть винодельческой продукции на уровне, превышающем необходимый уровень, хранить ее без продажи или перегонять (производство алкоголя из винных продуктов), а также в тех случаях, когда текущее производство ниже рыночного спроса осуществляется за счет продажи продукции, произведенной в период в этот период.

В этом механизме регулирования объемов предложения активно используются экономические средства. Это, в первую очередь, компенсация производителям за реструктуризацию виноградников в рамках системы реконструкции и преобразования виноградников, а также компенсация убытков от перегонки излишков продукции.

Компенсация ущерба во время дистилляции основана на ориентировочных ценах. Эти цены рассчитаны в соответствии с ценовыми показателями последних двух лет на шесть категорий столовых вин. В начале маркетингового года (1 сентября) производители проверяют объемы производства вина и складские запасы. В случае больших запасов производители могут добровольно участвовать в предварительной дистилляции. Кроме того, в связи с регулированием рынка производителю уже предоставляется финансовая помощь для хранения продукта у производителей и использования виноградного сока для увеличения темноты вина, а также для дальнейшей обработки [2].

В современное время регулирование импорта этих продуктов также играет важную роль в регулировании внутреннего рынка вина. Регулирование внутреннего винного рынка служит не только для обеспечения соответствующего уровня предложения соответствующей продукции на внутреннем рынке для винодельческих стран, но и для создания благоприятной конкурентной среды для местных производителей. В этом смысле в странах, где развито виноградарство и виноделие, инструменты регулирования в этой области нацелены на обеспечение конкурентоспособности продукции отечественного производства, а не на регулирование объемов и ассортимента продаж на внутреннем рынке.

Импорт винных продуктов регулируется фискальными целями, то есть ставками таможенных пошлин, акцизов и других видов налогов, которые выступают источниками доходов бюджета. При этом следует учитывать, что данные инструменты регулирования, применяемые при ввозе винодельческой продукции в страну, в зависимости от своего конкретного уровня, действуют как фактор, влияющий на формирование импорта, а также цены на импортную продукцию на внутреннем рынке. Следовательно, они могут стать участниками регулирования последнего направления. То есть, по сути, эти инструменты становятся фактором, влияющим на конкурентоспособность местной продукции на внутреннем рынке (через ценовую конкуренцию).

В зависимости от конкретных условий в практике регулирования импорта как

важного направления регулирования внутреннего рынка винодельческой продукции в разное время можно увязать средства таможенно-тарифного регулирования с нетарифным регулированием.

В практике Азербайджанской Республики характерны изменения в сторону замены нетарифного регулирования таможенно-тарифным регулированием при формировании и развитии соответствующей системы. Так, в соответствии с Указом Президента Азербайджанской Республики № 527 от 20 декабря 1996 года «О регулировании производства, хранения, импорта и реализации алкогольных напитков, этилового (пищевого) спирта и табачных изделий», повысить заинтересованность производителей в производстве высококачественных вин. Чтобы определить верхнюю границу их импорта с учетом программ производства и продажи этих продуктов каждый год. Однако с 2001 г. это правило было заменено квотой на импорт вина [3]. Другими словами, возросла роль экономического регулирования в регулировании импорта как средства регулирования рынка вина.

Другой особенностью регулирования импорта винной продукции как средства регулирования рынка является увязка таможенно-тарифных инструментов с налоговыми инструментами, включая акцизный механизм.

Эти функции экономического регулирования виноградарства и виноделия могут выполняться взаимосвязанно, а также параллельно или последовательно. Реализация функций может быть обеспечена одними и теми же или разными инструментами. Все это превращает функции экономического регулирования в элементы единой системы. Эта система может быть представлена на следующей блок-схеме (рис. 1).

2. Модели экономического регулирования виноградарства и виноделия

В зависимости от того, какая из перечисленных функций экономического регулирования виноградарства и виноделия преобладает и в каком направлении более активно используются экономические инструменты, можно выделить разные модели регулирования. В этом направлении:

- патерналистский;
- стимулятор;
- либеральный;
- Можно выделить смешанные модели.

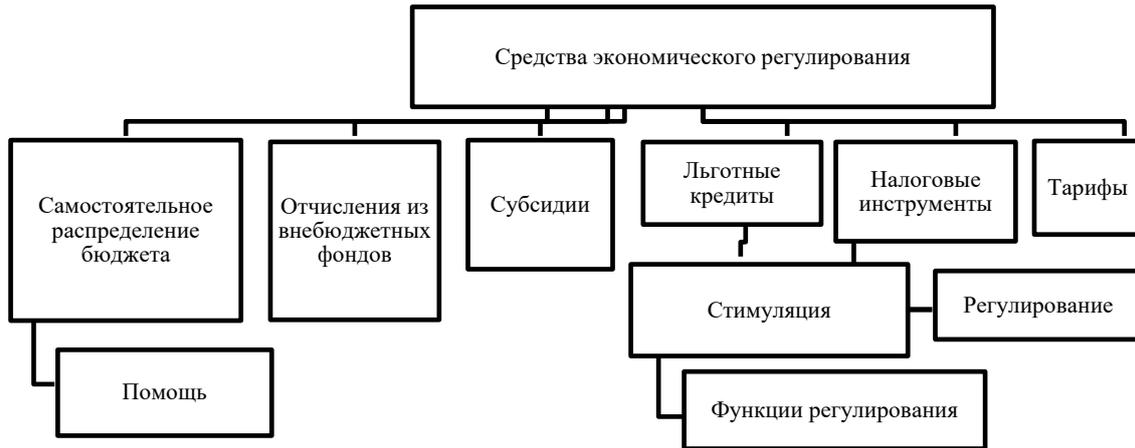


Рис. 1. Функции и средства экономического регулирования в виноградарстве и виноделии

Патерналистская модель основана на предоставлении сильной государственной поддержки развитию отрасли. Необходимость в такой модели в первую очередь связана с тем, что виноградарство – это область с высоким инвестиционным потенциалом. Во многих случаях, как правило, для обеспечения конкурентоспособности виноградарства возникает необходимость в финансировании затрат, связанных с созданием плантаций и доведением их до плодородия, а также в эффективной государственной помощи в реконструкции и модернизации виноградников.

При применении патерналистской модели государство создает условия для становления и расширения виноградарства, организации и модернизации переработки сырья посредством прямого регулирования, включая прямое финансирование. При этом в некоторых случаях государство принимает меры по защите внутреннего рынка [4].

Патерналистская модель экономического регулирования применяется в условиях отсутствия возможностей для привлечения внешних финансовых ресурсов для развития виноградарства и виноделия, а также важной социально-экономической роли развития отрасли для страны. Основная основа для реализации этой модели – наличие у государства необходимых финансовых ресурсов.

Модель стимулирования направлена на обеспечение стабильности, повышение эффективности и повышение конкурентоспособности продукции на основе активного использования экономических стимулов

в виноградарстве и виноделии. Эта модель экономического регулирования обычно применяется в контексте существования устоявшихся рынков виноградарской и винодельческой продукции. Экономические инструменты, используемые в модели, преобладают и выполняют направляющие функции.

Основными условиями успешной реализации данной модели являются наличие соответствующих мощностей для реализации регулирующих мер, а также гарантий надлежащего функционирования рыночных механизмов.

Либеральная модель регулирования становится все более востребованной на развивающихся рынках, где растет спрос на иностранные инвестиции в виноградарство и виноделие, а также на новые технологии для производства конкурентоспособной продукции. Основной базой для реализации данной модели является реализация устойчивой политики государства в области привлечения инвестиций и создания благоприятных условий для экспортной деятельности.

Следует отметить, что применение каждой из этих моделей виноградарства и виноделия в отдельной «сетевой» форме встречается редко. В большинстве случаев в соответствующей практике разных государств возможно совместное использование разных элементов той или иной модели. Другими словами, следует иметь в виду, что практика экономического регулирования во многом основана на смешанной модели. В целом формирование структуры смешанной модели можно выразить следующим образом (рис. 2).



Рис. 2. Формирование смешанной модели экономического регулирования виноградарства и виноделия

Смешанная модель позволяет адаптировать механизмы экономического регулирования виноградарства и виноделия к конкретным условиям в разные периоды и лучше направлять их на цели развития отрасли.

При этом следует учитывать, что могут быть смешанные модели с разными характеристиками из-за структуры экономического регулирования. Таким образом, в странах с формирующимися рынками виноградарства и виноделия, особенно в странах, где произошли системные преобразования, модель смешанного регулирования является относительно более сложной. Смешанная модель может сочетать элементы и особенности моделей «патерналист + стимул», «стимул + либерал», а также «патерналист + стимул + либерал».

В странах с развитым виноградарством и виноделием смешанная модель регулирования обычно сочетает в себе основные черты стимулирующей и либеральной моделей.

Основные характеристики различных моделей регулирования можно резюмировать в следующей таблице.

Следует отметить, что формирование моделей экономического регулирования виноградарства и виноделия динамично. С этой точки зрения не исключено, что разные модели будут заменять друг друга.

С логической точки зрения этот процесс во всех случаях можно рассматривать как подмену моделей. Однако с точки зре-

ния исторического опыта экономического регулирования необходимо учитывать, что модели бывают как односторонними, так и взаимными. Можно сказать, что замена патерналистской модели другими моделями в современных условиях носит односторонний характер. Эта модель, как правило, сменяется смешанной и стимулирующей. В то же время может происходить обратный переход от смешанной модели к стимулирующей и либеральной.

При этом следует отметить, что интенсивность этих процессов различна. В долгосрочной перспективе ожидается, что переход к либеральной модели экономического регулирования виноградарства и виноделия в соответствии с общими требованиями глобализации станет приоритетом.

Организацию научного сопровождения в области виноградарства и виноделия можно назвать типичным примером вышеупомянутых процессов моделей экономического регулирования.

В рамках патерналистской модели научное сопровождение области осуществляется полностью за счет государства. Научно-исследовательская работа проводится профильными государственными учреждениями. Даже если исследования проводятся в основном независимыми (частными) исследовательскими учреждениями, финансирование предоставляется из государственных средств на основании контрактов на соответствующие проекты.

Основные особенности моделей экономического регулирования виноградарства и виноделия

№	Название модели	Характерные признаки	Условия использования	Основания для применения	Примеры применения
1	Патерналистская модель	Финансирование инфраструктуры, служащей становлению и развитию виноградарства и виноделия за счет прямых государственных инвестиций; Предоставление масштабных субсидий хозяйствующим субъектам отрасли	Социально-экономическая значимость развития отрасли; Ограниченные возможности для привлечения средств на развитие через негосударственные каналы	Финансовые возможности государства для достижения соответствующих целей	Российская Федерация
2	Стимулирующая модель	Широкое использование экономических стимулов для поддержания стабильности на рынке продукции отрасли, повышения конкурентоспособности	Наличие развитых рынков винной продукции	Формирование институционального и экономического потенциала для реализации стимулирующих мер; Активность на фондовом рынке	Страны-члены ЕС
3	Либеральная модель	Сосредоточение государственной деятельности на создании благоприятной среды на местах	Есть необходимость в привлечении новых инвесторов, в том числе иностранных; Необходимость дать мощный импульс инновационному развитию	Стабильная государственная политика, направленная на обеспечение благоприятных условий работы для инвесторов	Чили
4	Смешанная модель	Чтобы создать условия для развития виноградарства и виноделия, государство должно в той или иной форме оказывать прямую помощь, поддержку и меры руководства	Особая потребность в поддержке конкурентоспособности продукции отрасли; Ограниченные экономические возможности хозяйствующих субъектов, работающих в сфере	Государственные соответствующие финансовые ресурсы; Относительно широкий потенциал развития отрасли	Аргентина, бывшая социалистические страны с виноградарством и виноделием в своей экономике

Помимо государства, в решении вопросов научного обеспечения стимулирующих и смешанных моделей участвуют ассоциации производителей и отдельные компании. Согласно либеральной модели исследования финансируются винодельнями. Эти учреждения в основном созданы винодельнями и предлагают инновации во всей производственной цепочке, а также проводят стратегические и экспериментальные исследования [5].

Переход от патерналистской модели к другим моделям также отражается в формировании организационной и институциональной структуры регулирования виноградарства и виноделия. В рамках этих моделей применяется практика создания специального регулирующего органа. Функции и структуры этих институтов определяются

такими факторами, как уровень развития отрасли, сложившиеся традиции управления и реализованные стратегии [6]. В связи с этим существуют разные подходы к созданию этих институтов. Регулирующий орган формируется в одном случае как государственная организация, а в другом – как субъект частного права на основе участия представителей частного сектора [7].

Заключение

Тот факт, что предмет и задачи регулирования более тесно связаны с местными (в некоторых случаях даже на уровне микрорайонов) почвами, климатическими условиями и сложившимися производственными традициями, делает целесообразным обеспечение активной роли производителей как субъектов регулирования в среде государственной под-

держки и реализации механизмов регулирования. В современных условиях, особенно в странах с богатым регуляторным опытом, фактор саморегулирования виноделов доказывает возможность достижения более эффективных результатов в обеспечении необходимой структуры, качества и других параметров продукта. Регулирование через общественные объединения предполагает определенные функции государственного регулирования. Это снимает «бремя» государственного регулирования. При этом

эффективность государственного регулирования с точки зрения достижения соответствующих целей повышается. Во-вторых, общественные объединения виноделов в первую очередь выполняют административно-регулирующие функции, но в то же время могут осуществлять меры экономического регулирования. Эти меры связаны с мерами государственного регулирования и иногда служат для завершения государственного регулирования с точки зрения его направления.

Библиографический список

1. Личитса А., Луки О., Гагалюк Г., Кваша С. Единая аграрная политика 12 Европейского Союза – путь становления и принципы функционирования // *Diskusionpreper*. 2006. № 92. С. 20.
2. Райзберг Б.А. Государственное управление экономическими и социальными процессами. М., 2006. 34 с.
3. Указ Президента Азербайджанской Республики № 587 от 11 октября 2001 года.
4. Магомедов Р.М. О необходимости государственного регулирования виноградо-винодельческого подкомплекса // *Проблемы и перспективы развития сельского хозяйства России*. [Электронный ресурс]. URL: http://www.cnsnb.ru/jour/j_g.asp?id=2906 (дата обращения: 02.08.2021).
5. Золотаев А.Н. Государственное регулирование и поддержка предпринимательской деятельности в отрасли виноградарства и виноделия (по материалам Ставропольского края): автореф. дис. ... канд. экон. наук. Ставрополь, 2004. 19 с.
6. Gulaliyev M.G., Abasova S.T., Samedova E.R., Hamidova L.A., Valiyeva S.I., Serttash L.R. Assessment of agricultural sustainability (Azerbaijan case) // *Bulgarian Journal of Agricultural Science*. 2019. Vol. 25 Suppl. 2. P. 80–89.
7. Gulaliyev M.G., Yuzbashiyeva G.Z., Mamedova G.V. [at al]. Consumer surplus changing in the transition from state natural monopoly to the competitive market in the electricity sector in the developing countries // *Azerbaijan case. International Journal of Energy Economics and Policy*. 2020. Vol. 10 (2). P. 265-275.

УДК 338.2:339.3:658.71

Е. Е. Дадажанова

Сибирский институт управления – филиал РАНХиГС, Новосибирск,
e-mail: kdadazhanova@gmail.com

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ НУЖД ЛЕЧЕБНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ МО РФ

Ключевые слова: государственные закупки, контрактная система, проблемы в сфере госзаказа, показатели эффективности государственных закупок.

В статье рассматривается проблема оценки эффективности осуществления государственных закупок. Так как государственные и муниципальные закупки являются частью системы управления государственными финансами, необходимо учитывать, насколько эффективно и рационально расходуются бюджетные средства. На сегодняшний день в России нет единой системы оценки эффективности госзакупок. В статье проведен анализ подходов к оценке эффективности в зарубежных странах, субъектах РФ, авторских методиках современных экономистов. На примере лечебного учреждения МО РФ проведена оценка эффективности закупочной деятельности для обеспечения нужд государства. Преимуществом используемой методики является применение показателей оценки на всех стадиях осуществления закупок.

E. E. Dadazhanova

Siberian Institute of Management – branch of RANEPА, Novosibirsk,
e-mail: kdadazhanova@gmail.com

EVALUATION OF THE EFFICIENCY OF PUBLIC PROCUREMENT TO SUPPORT THE NEEDS OF A MEDICAL INSTITUTION OF THE MINISTRY OF DEFENSE OF THE RUSSIAN FEDERATION

Keywords: public procurement, contract system, problems in public procurement, criteria for the effectiveness of public procurement.

The article discusses the problem of assessing the effectiveness of public procurement. Since public procurement is part of the public financial management system, it is necessary to take into account how efficiently and rationally budget funds are spent. There is no unified system for assessing the effectiveness of public procurement in Russia today. The article analyzes approaches to assessing efficiency in foreign countries, constituent entities of the Russian Federation, the author's methods of modern economists. Using the example of a medical institution of the Ministry of Defense of the Russian Federation, the effectiveness of procurement activities to meet the needs of the state was assessed. The advantage of the methodology used is the use of evaluation indicators at all stages of procurement.

Введение

Актуальность исследования продиктована сложностью сложившейся системы государственных закупок и отсутствием единого подхода к оценке ее эффективности. Государственные и муниципальные закупки являются важным элементом системы управления государственными финансами в экономической деятельности организации. От работы контрактной системы зависит насколько эффективно и рационально расходуются бюджетные средства.

Целью исследования является анализ и оценка методов определения эффективности госзакупок, а так же формирование единой модели оценки на всех стадиях осуществления закупок.

Объектом исследования является система закупок работ, товаров, услуг для обеспечения нужд лечебного учреждения МО РФ.

Предметом исследования выступают современные подходы и применяемые методики в оценке эффективности и результативности деятельности контрактной системы в сфере закупок.

Материалы и методы исследования

Для проведения исследования использовались данные из открытых источников, размещенные на сайте Единой информационной системы и электронной торговой площадки, применялись общенаучные методы, а также экономический и статистико-экономический анализ.

Основным правовым элементом госзаказа является Федеральный закон от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Но Закон не определяет эффективность закупок и не устанавливает критерии ее определения, но предусматривает принцип ответственности за результативность обеспечения госнужд и эффективность осуществления закупок. Согласно бюджетному кодексу России, «принцип эффективности использования бюджетных средств означает, что при составлении и исполнении бюджетов участники бюджетного процесса в рамках установленных им бюджетных полномочий должны исходить из необходимости достижения заданных результатов с использованием наименьшего объема средств (экономности) и (или) достижения наилучшего результата с использованием определенного бюджетом объема средств (результативности)» [1]. В 2003 г. Минэкономразвития РФ разработало методические рекомендации по оценке эффективности контрактной системы в сфере закупок для нужд государства, а в 2014 г. похожие рекомендации были даны Коллегией Счетной палаты России. Тем не менее на практике рекомендации не нашли применения.

Поскольку российская система прокьюрмента опирается на зарубежный опыт, был проведен анализ подходов и показате-

лей оценки эффективности закупок в зарубежных странах (таблица 1).

Проблемам повышения эффективности госзакупок в научной сфере уделяется повышенное внимание такими учёными, как Ю.С. Зеленцова, С.Е. Катасонова, М.В. Кравченко, Н.В. Немцова, Е.Е. Юрченко, А.А. Юрченко и др. Ими изучен вопрос как с точки зрения достижения эффективности – цели, так и со стороны разработки методологии критериев и практических способов оценки этой эффективности. Согласно В.Н. Немцовой государственные закупки эффективны, когда достигнут баланс интересов участников закупочного процесса, а также удовлетворены потребности общества и государства. В результате эффективных закупок происходит экономия бюджетных средств, не наблюдаются и не допускаются нарушения законодательства [6].

С.Ю. Зеленцова и С.Е. Катасонова, в свою очередь, акцентируют внимание на том, что целью государства при внедрении контрактной системы в сфере закупок как раз и является повышение эффективности и результативности госзаказа [3].

Несмотря на многообразие научных работ рассматриваемой тематики все же стоит отметить, что вопросам эффективности закупок для нужд безопасности и обороны государства, в том не уделяется должного внимания.

Таблица 1

Оценка эффективности закупок в зарубежных странах

Европейский Союз	Принцип конкуренции	Оценка основана на показателях, отображающих количество и качество извещение, количество, стоимость и качество исполнения контрактов, количество контрактов, заключенных с организациями из стран, не входящих в состав ЕС, а так же сравнение цен на идентичные товары и услуги, уплаченных государственными организациями в рамках всего ЕС
Канада	Принцип оптимальной стоимости	Методика основана на расчете показателей соотношения цена-качество-техническая выгода, уровня конкурентности и коррупции
Австралия	Принцип эффективного расходования бюджетных средств	Методика основана на оценке должностными лицами Заказчика своих действий на всех этапах закупочного процесса с учетом всех понесенных затрат и полученной пользы от жизненного цикла приобретаемого товара.
Методология оценки закупок MAPS	Целостная система оценки закупок по нескольким направлениям	Оценка таких аспектов, как: - соотношение цена/качество; - прозрачность; - справедливость – обеспечение высокого уровня конкуренции; - надлежащее управление, предполагающее горизонтальную ревизию закупочной деятельности, вопросы процедурного порядка, принципы честности и неподкупности [5]

Огромное количество проблемных вопросов в данной сфере остается нерешенными как для исследователей, так и для практикующих специалистов.

Оценка эффективности закупок работ, товаров, услуг – важный критерий, который, к сожалению, не разработан. По аналогии с существующими методиками – авторские методики М.В. Кравченко и А.З. Толстовой [4], Е.В. Юрченко и А.А. Юрченко [8], нормативно – правовые документы субъектов РФ в сфере закупок [7] – предложены показатели и критерии оценки эффективности государственных закупок для лечебного учреждения МО РФ.

Эффективность государственных закупок на всех этапах (от планирования до исполнения контрактов) для лечебного учреждения МО РФ можно оценить по следующим критериям:

- конкурентность закупок;
- экономность закупок;
- соблюдение законодательства в сфере госзаказа;
- подозрительность/сомнительность закупок;
- соблюдения принципа профессионализма Заказчиком.

1. Критерий конкурентности закупок отображает уровень конкуренции и характеризуется несколькими показателями.

1. Удельный вес $\Pi(1)$ – определяется отношением совокупного количества конкурентных процедур к общему количеству закупок за анализируемый период; показатель выражен в процентах:

$$\Pi(1) = K_{кз} / K_{общ} \times 100\%.$$

Для более точной оценки необходимо рассчитать этот показатель не только в количественном выражении, но и в стоимостном по следующей формуле:

$$\Pi(1.1) = \Phi_{кз} / \Phi_{общ} \times 100\%.$$

где $\Phi_{кз}$ – объем финансирования закупок (НМЦК) конкурентными способами определения исполнителей (подрядчиков, поставщиков);

$\Phi_{общ}$ – совокупный объем финансирования проведенных ГЗк.

2. Доля несостоявшихся закупок (НЗ) в общем объеме – $\Pi(2)$ – отражает экономический эффект от проведения конкурентных процедур, то есть уровень конкуренции.

Чем выше значение $\Pi(2)$, тем ниже уровень конкуренции. Низкий уровень кон-

куренции может привести к завышению стоимости закупаемых работы, товара или услуги, вследствие чего будет перерасход бюджетных средств. Доля НЗ – это отношение общего количества НЗ к числу проведенных конкурентных закупок за анализируемый период:

$$\Pi(2) = K_{нз} / K_{общ} \times 100\%,$$

где $K_{нз}$ – совокупное количество НЗ;

$K_{общ}$ – общее количество конкурентных закупок.

3. Уровень возможной конкуренции при осуществлении закупочной деятельности отражает среднее число участников торгов. При значении $\Pi(3)$, близком к единице, можно судить о завышенных требованиях Заказчика, о низком уровне конкуренции на рынке, а также о наличии других факторов, которые препятствуют эффективно применять данный способ определения исполнителей (подрядчиков, поставщиков). Чем выше значение $\Pi(3)$, тем значительнее повышается конкурентная борьба между участниками торгов, что влияет на величину экономии БС.

Для определения среднего значения участников закупки используется формула:

$$\Pi(3) = K_{уч} / K_{общ},$$

где $K_{уч}$ – общее количество участников, подавших заявки;

$K_{общ}$ – общее количество конкурентных способов определения исполнителей (подрядчиков, поставщиков), проведенных за анализируемый период.

4. Индекс одной заявки $\Pi(4)$.

Показатель рассчитывается с целью повышения качества подготовки технического задания (ТЗ) при формировании заявки на закупку.

$$\Pi(4) = K_{ез} / K_{общ},$$

где $K_{ез}$ – количество конкурентных закупок с единственной заявкой (при этом не имеет значения, допущена эта заявка или отклонена);

$K_{общ}$ – общее количество проведенных закупок конкурентными способами.

Итоги закупок должны оцениваться на предмет эффективности расходования бюджетных средств путем определения средней экономии в части каждого способа определения исполнителя (подрядчика, поставщика). Так как для учреждений Министерства обороны Российской Федерации

определен способ определения поставщика, расчет будет идти по количеству закрытых аукционов.

II. Критерий экономности закупок

Итоги деятельности контрактной службы предприятия оцениваются на предмет эффективности расходования БС путем расчета средней экономии в части каждого способа определения исполнителя (подрядчика, поставщика).

Для конкурентных закупок экономия определяется величиной, выраженной в процентах от совокупной НМЦК:

$$\Pi(5) = (\text{Цн} - \text{Цк}) / \text{Цн} \times 100\%,$$

где Цн – совокупная НМЦК по всем проведенным закупкам, по итогам которых определен исполнитель (подрядчик, поставщик);

Цк – общая стоимость заключенных контрактов.

По результату расчета показателя можно определить степень эффективности расходования БС:

- величина, равная 0-5% – низкая эффективность. Причинами может быть наличие завышенных требований к участникам или закупаемым услугам, товарам или работам, укрупнения закупки, которое влечет за собой снижение количества потенциальных участников, низкий уровень конкуренции из-за отсутствия или недостаточного анализа и мониторинга рыночных цен для формирования НМЦК, либо сговор исполнителей (подрядчиков, поставщиков) закупаемых услуг (товаров или работ);

- величина, равная 5-25% – нормальная эффективность – закупка проведена эффективно;

- величина выше 25% – необоснованная эффективность. Такое значение показателя может быть при переоценке участником своих возможностей по исполнению контракта за цену, по которой он заключен, либо изначально завышении НМЦК Заказчиком.

III. Соблюдение законодательства в сфере госзаказа.

Данный критерий представляет собой совокупность следующих показателей.

1. Соблюдение требований по выполнению доли осуществления закупок у СМП и СОНО по отношению к совокупному годовому объему закупок (СГОЗ), которые регламентируются ст. 30 Федерального закона №44-ФЗ, в соответствии с которой объем

таких закупок должен составлять не менее, чем 15% от СГОЗ:

$$\Pi(6) = V_з / \text{СГОЗ} \times 100\%,$$

где $V_з$ – фактический объем закупок, осуществленных у СМП, СОНО;

СГОЗ – объем закупок, определен в соответствии с ч. 1.1 ст. 30 Федерального закона № 44-ФЗ.

2. Показатель, отображающий количества обоснованных и частично обоснованных жалоб в общем объеме конкурентных процедур, проведенных за анализируемый период. Таким образом, считаются нарушения, установленные по итогам проверок и рассмотрения жалоб участников. Значимость определения показателя объясняется тем, что отсутствие нарушений и возможных злоупотреблений – главный принцип построения эффективной системы госзакупок.

$$\Pi(7) = (\text{Кож} + \text{Кчж}) / \text{Кз} \times 100\%,$$

где Кож и Кчж – количество обоснованных жалоб и количество частично обоснованных жалоб за анализируемый период;

Кз – общее количество конкурентных закупок.

IV. Критерий подозрительности/сомнительности закупок, указывающий на закупки, в которых могут быть выявлены различные нарушения или существенные отклонения, а так же коррупционная составляющая и недобросовестность исполнителей (подрядчиков, поставщиков).

Критерий можно охарактеризовать следующими показателями.

1. Качество исполнения контрактов.

Процесс закупки товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд не заканчивается на этапе заключения контракта. Для оценки эффективности закупочной деятельности необходимо определить достижение основной цели закупки – получение тех нужд, для которых закупка и проводилась:

$$\Pi(8) = (\text{Коб} \times \text{Кр} \times \text{Кни}) / \text{Коб},$$

где Коб – количество заключенных по итогу проведения процедур контрактов;

Кр – число расторгнутых контрактов из-за неисполнения обязательств поставщиками;

Кни – количество неисполненных контрактов, по которым планируется расторжение по причине неисполнения должным образом обязательств.

2. Доля допущенных заявок от общего количества поданных заявок для участия в торгах.

Чем больше число участников, допущенных к конкурентным процедурам, тем эффективнее считается деятельность контрактной службы учреждения и инициатора закупки. При малозначительном влиянии так называемых «нерыночных» факторов (административные барьеры или коррупционная составляющая), препятствующих участию тех или иных исполнителей (поставщиков, подрядчиков) в процедуре, уровень конкуренции в закупке будет определяться конкурентностью рынка закупаемых работ, товаров и услуг. В случае, когда госзакупки на конкурентных рынках сопровождаются участием минимального количества поставщиков, наблюдается прямое влияние рыночных факторов.

Показатель рассчитывается следующим образом:

$$П(9) = (Зоб - Зот) / Зот \times 100\%,$$

где Зоб – общее количество поступивших заявок участников;

Зот – количество отклоненных заявок участников.

V. Соблюдение принципа профессионализма Заказчиком

Данный критерий характеризуется показателем качества подготовки документации на проведение конкурентных процедур. Необходимость доработки заказчиками до-

кументации на проведение конкурсов и торгов, внесение изменений в опубликованные в ЕИС и на ЭТП извещения и документацию приводят к увеличению сроков проведения процедур, и как следствие, затягивается процесс заключения контрактов. Отмена торгов является показателем неэффективного использования специалистами Заказчика своего рабочего времени, ненадлежащего исполнения должностных обязанностей.

Рассчитать этот показатель можно следующим образом:

$$П(10) = (Кобщ - Кот - Кизм) / Кобщ \times 100\%,$$

где Кот – количество отмененных закупок;

Кизм – количество закупок, в документацию которых были внесены изменения;

Кобщ – общее количество конкурентных процедур, проведенных за анализируемый период.

Для сравнительной оценки эффективности госзакупок и влияния изменений в федеральном законодательстве, а именно, вступление в силу Постановления Правительства РФ от 27 ноября 2017 года № 1428 «Об особенностях осуществления закупки для нужд обороны страны и безопасности государства», произведен анализ и сравнение показателей 2017 г. и 2020 г. При этом закупки для ликвидации последствий и борьбы с новой коронавирусной инфекцией, проведенные в соответствии с п. 9 ч. 1 ст. 93 Закона № 44-ФЗ в расчет не принимались (табл. 2).

Таблица 2

Значение показателей эффективности государственных закупок

Показатель	Значение 2017 г	Значение 2020 г.	Оценка эффективности для 2020 г.
П(1)	85%	52%	Высокая эффективность
П(1.1)	98.9%	87%	
П(2)	23%	32%	Низкая эффективность
П(3)	2.8	1.3	Низкая эффективность
П(4)	0.2	0.4	Низкая эффективность
П(5)	23.8	5.0	Низкая эффективность
П(6)	42.7%	23%	Высокая эффективность
П(7)	0.45	0.0	Высокая эффективность
П(8)	0.04	0.85	Высокая эффективность
П(9)	92%	88%	Средняя эффективность
П(10)	97%	96,5%	Высокая эффективность

Таким образом, получены и проанализированы следующие критерии эффективности государственных закупок:

П1, П1.1 – указывают, что конкурентные закупки преобладают в количественном и денежном выражении;

П2, П3 – подтверждают, что с введением Постановления Правительства РФ от 27 ноября 2017 г. №1428 «Об особенностях осуществления закупки для нужд обороны страны и безопасности государства», количество несостоявшихся процедур увеличилось и уменьшилось число участников в закупке [2, 9];

П4 – говорит о том, что увеличилось количество конкурентных закупок с единственной заявкой;

П5 – отражает снижение экономии, а, следовательно, увеличился перерасход бюджетных средств [2, 9];

П6 – показывает соблюдение норм действующего законодательства;

П7 – указывает на снижение количества жалоб, что может быть связано как с профессионализмом заказчика, так и с ограниченным доступом к информации;

П8 – данные свидетельствуют о хорошем исполнении контрактов;

П9 – данный показатель говорит о, практически, полном допуске всех заявок к участию, что приводит к повышению уровня конкуренции;

П10 – выражает соблюдение принципа профессионализма, ТЗ, грамотное составление документации.

В ходе исследования были получены следующие результаты. Во-первых, в современных методиках отсутствует единый подход в оценке эффективности закупочной деятельности для обеспечения нужд государства. Во-вторых, особенности госзакупок для обеспечения нужд лечебного учреждения МО РФ оказывают значительное влияние на эффективность и результативность деятельности контрактной службы организации. По расчетным показателям предложенной методики интересными, но в то же время проблемными, выводами являются увеличение количества несостоявшихся процедур и уменьшение число участников в закупке, увеличение количества конкурентных закупок с единственной заявкой, снижение экономии, что приводит к перерасходу бюджетных средств, а так же нарушению основных принципов контрактной системы.

Библиографический список

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145 –ФЗ (ред. от 12.05.2020) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1998. № 31. Ст. 3823.
2. Дадажанова Е.Е., Татаринцев С.Г. Особенности государственных и муниципальных закупок в лечебных учреждениях МО РФ // Государственное и муниципальное управление: сб. науч. ст. / Сибирский институт управления. Новосибирск, 2019. С. 257-259.
3. Катасонова С.Е., Зеленцова С.Ю. Вопросы эффективности закупок для обеспечения государственных и муниципальных нужд // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. 2016. № 21. С. 59-64.
4. Кравченко М.В., Толстова А.З. Проблематика оценки эффективности контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок // Научные горизонты. 2017. № 3. С. 10-113.
5. Методология оценки закупок MAPS. 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mapsinitiative.org/about/2020-MAPS-brochure-RU-v2.pdf>. (дата обращения: 21.07.2021).
6. Немцова Н.В. Характеристика и оценка эффективности закупок для государственных и муниципальных нужд Омской области // Актуальные вопросы развития экономики: сб. материалов Международной науч.-практ. конф. / под ред. В.В. Карпова и А.И. Ковалева. Омск, 2015. С. 341-347.
7. Об утверждении Методики оценки эффективности осуществления закупок товаров, работ, услуг для обеспечения нужд Тюменской области: распоряжение Управления государственных закупок Тюменской области от 17.10.2018 г. № 002-р [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/550231129>. (дата обращения: 21.07.2021).
8. Юрченко Е.В., Юрченко А.А. Методика оценки эффективности контрактной системы Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://econf.rae.ru/pdf/2014/11/3845.pdf>. (дата обращения: 21.07.2021).
9. Dadazhanova E., Tatarintsev S. Problematic issues of public procurement in medical institutions of the Ministry of Defense of the Russian Federation // Современные тенденции мирового сотрудничества: материалы IX международной молодежной научно-практической конференции на иностранных языках / Сибирский институт управления. – Новосибирск, 2020. С. 61.

УДК 339.138:658.8.013:658.891

Н. Н. Калькова

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,
Симферополь, e-mail: nkalkova@yandex.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ВЫБОР СЫРА В РЕАЛЬНОЙ СРЕДЕ

Ключевые слова: потребительское поведение, сырная продукция, маркетинговое исследование, факторы выбора.

В статье исследуются потребительские особенности при выборе сыра, представлены результаты двух этапов комплексного исследования потребительского поведения в процессе принятия решения о покупке товара в реальной среде. Рассматриваются детерминантные факторы, влияющие на выбор, оцениваются гипотезы о ценовом влиянии на выбор, а также о наличии гендерных особенностей в процессе принятия решения о покупке. Проведены маркетинговые исследования устойчивого покупательского поведения методом анкетирования, а также органолептические исследования новых для потребителей видов сыра. Выявлено, что в условиях наличия информационной асимметрии в процессе выбора и принятия решения о покупке в офф-лайн среде потребитель, в большей степени, полагается на визуальное восприятие продукта, на свой прошлый потребительский опыт, а также на устойчивые ассоциативные связи, связанные с товаром. Определено, что основными факторами при выборе нового сыра для потребителей являются: запах, послевкусие, соотношение цена/качество. При этом, для женщин-респондентов, внешний вид сыра имеет большее значение (практически в три раза), чем для мужчин. В целом, потребители с осторожностью пробуют и приобретают новые продукты, поскольку отсутствует сформированная ценность по отношению к имеющемуся покупательскому опыту.

N. N. Kalkova

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, e-mail: nkalkova@yandex.ru

RESEARCH OF CONSUMER PREFERENCES AND FACTORS INFLUENCING THE CHOICE OF CHEESE IN REAL CONDITIONS

Keywords: consumer behavior, cheese products, marketing research, choice factors.

The article examines consumer characteristics when choosing cheese, presents the results of two stages of a comprehensive study of consumer behavior in the process of making a decision about buying a product in a real environment. The determinant factors influencing the choice are considered, hypotheses about the price influence on the choice are evaluated, as well as about the presence of gender characteristics in the process of making a purchase decision. Marketing studies of sustainable purchasing behavior by the questionnaire method, as well as organoleptic studies of new types of cheese for consumers, were conducted. It is revealed that in the presence of information asymmetry in the process of choosing and making a decision about buying in an off-line environment, the consumer, to a greater extent, relies on the visual perception of the product, on his past consumer experience, as well as on stable associative connections associated with the product. It is determined that the main factors when choosing a new cheese for consumers are: smell, aftertaste, price/quality ratio. At the same time, for female respondents, the appearance of cheese is more important (almost three times) than for men. In general, consumers are cautious about trying and purchasing new products, since there is no formed value in relation to the existing customer experience.

Введение

Формирование товарного ассортимента и номенклатуры товаров предприятия обязательно нуждается в согласовании разнонаправленных интересов. Так, с точки зрения продавца, идеальным будет как можно меньшее количество товарных позиций, стабильность их реализации в течение длительного периода, реализация товаров большими партиями, снижение расходов,

связанных с реализацией товаров. С точки зрения потребителя, – наоборот, наличие расширенного ассортимента товаров по приемлемой цене, удовлетворяющих разнообразные потребности. Итак, формирование товарного ассортимента и номенклатуры требует установления оптимального соотношения с учетом интересов как продавца, так и потребителя, но с приоритетом последнего.

Во время производства и реализации продукции всегда возникает ряд проблем, которые необходимо учитывать и решать для достижения желаемого последствия маркетинговой деятельности предприятия – получения максимальной прибыли. Понимание покупательского поведения потребителей является одной из проблем, поскольку предполагает психологическое, социальное и физическое изучение поведения потенциальных клиентов, когда они узнают, оценивают, покупают, потребляют и рассказывают другим потребителям о продуктах и услугах, решение которой помогает в достижении маркетинговых целей. Также, одной из ключевой, является проблема, связанная с реализацией товаров покупателям с разным уровнем доходов. Каждая фирма должна ориентироваться на покупателей с определенным уровнем доходов и приоритетными направлениями спроса: изменение ориентиров здесь нежелательно или связано с большими рисками.

Следует отметить, что покупательский спрос – сложное явление, складывающееся из множества составляющих, включающих социальные, региональные, экономические и демографические особенности, что позволяет проводить дифференциацию спроса по целому ряду различных признаков, и, в свою очередь, позволяет сформировать «портрет» потребителя. Для исследования предпочтений и спроса потребителя важно знание самого рынка, поскольку информация является главным основанием для маркетингового исследования, при этом возможно проявление асимметрии на рынке, заключающейся в дисбалансе между двумя сторонами рыночных отношений в их знании соответствующих факторов и деталей относительно покупаемого/реализуемого товара. Как правило, этот дисбаланс означает, что сторона, обладающая большей информацией (обычно продавец реализуемого товара), имеет конкурентное преимущество перед другой стороной (покупателем). В результате достаточно актуальным является исследование процесса принятия решения при выборе товаров в условиях ограниченной информации и факторов, влияющих на выбор, в том числе, неизвестного для потребителя товара.

Целью исследования является изучение механизмов принятия потребительских решений при выборе сыра в реальных условиях и анализ детерминантных

факторов, влияющих на процесс принятия решений и поведение потребителей для разработки стратегий продвижения с применением маркетинговых инструментов воздействия на покупательское поведение.

Материалы и методы исследования

Покупатели могут по-разному реагировать на информацию и стимулы, сопровождающие покупку и выбор товара, что обусловлено особенностями личностных и поведенческих реакций. Нобелевский лауреат Д. Канемана [1] в своей работе доказал, что режимы восприятия человека связаны с реализацией двух видов мышления, названных Системой 1 и Системой 2 согласно терминологии, введенной психологами К. Станович и Р. Уэстом [2]. Так, Система 1 отвечает за эмоциональные реакции человека, она порождает эмоции и чувства, которые являются главным источником убеждений для Системы 2, отвечающей за логику, анализ и обработку фактов. В условиях усиленного «информационного шума» в окружающей покупателя среде, понимание того, каким образом принимаются решения, находится в центре внимания разных исследователей. Представляет практический интерес исследование потребительского выбора и процесса принятия решения о покупке конкретного товара (сыра) в условиях ограниченной информации о нем, на основе визуального изучения и сопоставления имеющейся информации.

Проведенные маркетинговые исследования по изучению потребительского выбора и осуществляемых в дальнейшем покупок сыра в реальной покупательской среде, позволили выдвинуть ряд гипотез:

Гипотеза 1 (H_1): Цена сыра не является основным фактором при его выборе.

Гипотеза 2 (H_2): Имеется гендерная асимметрия в процессе восприятия и анализа информации в ходе принятия решения о покупке нового для респондентов сыра.

Гипотеза 3 (H_3): Вкус и внешний вид сыра являются наиболее значимыми при выборе нового для потребителя сыра.

Комплексные маркетинговые исследования проводились в два этапа.

Анализ потребительских предпочтений проводился на первом этапе с использованием метода анкетирования непосредственно в магазинах г. Симферополя. Объем репрезентативной выборки респондентов, уча-

ствующих в анкетировании составил 443 человека, как покупателей, так и потребителей сыров, из них – 237 мужчин и 263 женщины. Выборка респондентов для маркетингового исследования из генеральной совокупности потребителей осуществлялась вероятностным способом. Опрос проводился на основе разработанной анкеты, вопросы в которой были составлены на основе экономических и социальных принципов, что позволяет дифференцировать результаты по нескольким признакам. В результате были получены демографические, социально-экономические и географические переменные. Так, по мнению респондентов, наибольшей популярностью у них пользуются сыры марки «Российский» (27,3%), «Голландский» (22,1%), «Сметанковый» (9,03%), Мраморный (8,13%), Эдам (5,42%), «Пошехонский» (4,97%), Брынза (4,97%) (рисунок 1). Большой популярностью у респондентов все-таки по-прежнему пользуются твердые сыры и плавленые, которые им известны, наименьшей – Моцарелла (молодой сыр) (2,71%), Пармезан (твердый сыр долгого созревания) (3,16%) (рисунок 1). Следует отметить, что потребители, не называли и в большинстве не выделяли конкретные торговые марки сыра, а приобретали сыр известных для них названий.

Как выяснилось из ответов на второй вопрос, большинство респондентов покупают сыр 1 раз в неделю (38,1%), реже одного раза покупают сыр – 30,9%, 2 раза в неделю

покупаю 19% респондентов, наименьшее количество респондентов 7,2% и 4,7% покупают сыр три раза в неделю и каждый день соответственно.

На частоту приобретения сыра возможно влияет его стоимость, поэтому исследовалась цена сыра, наиболее приемлемая для потребителя при его покупке. На вопрос: «По какой цене вы обычно приобретаете «Российский» сыр (за 1 кг)» 33% респондентов ответили, что по цене 550-600 руб., 30% приобретают сыр стоимостью свыше 600 руб. за 1 кг, 20,8% – по цене в диапазоне 500-550 руб. за 1 кг, меньше всего опрошенных респондентов (6,5%) приобретают сыр по цене 400-450 руб. за 1 кг, справедливо полагая, что реализуемый товар не является сыром, а сырным продуктом, либо фальсификатом (рисунок 2). На основании данных, респондентов можно дифференцировать на сегменты: низкоценовой, среднеценовой и премиум-сегмент.

Ввиду достаточно высокой цены и ее постоянного роста, потребители сокращают объем приобретаемого сыра. Так, 34,8% опрошенных респондентов приобретают в среднем за одну покупку 200-300 г сыра, 24,4% – 300-400 г сыра, меньше всего – 7,9% респондентов приобретают свыше 500 г сыра за одну покупку, а 19% покупателей приобретают сыр в объеме всего 150-200 г. Однако объемы приобретаемого сыра, как отмечали респонденты, увеличиваются в календарные праздничные дни.

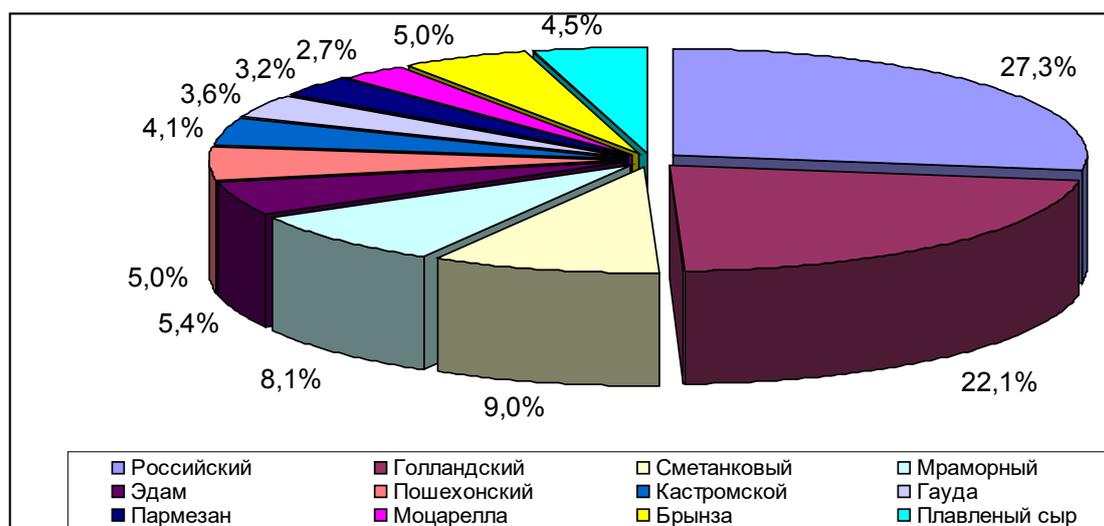


Рис. 1. Предпочтения потребителей по типам сыров, %

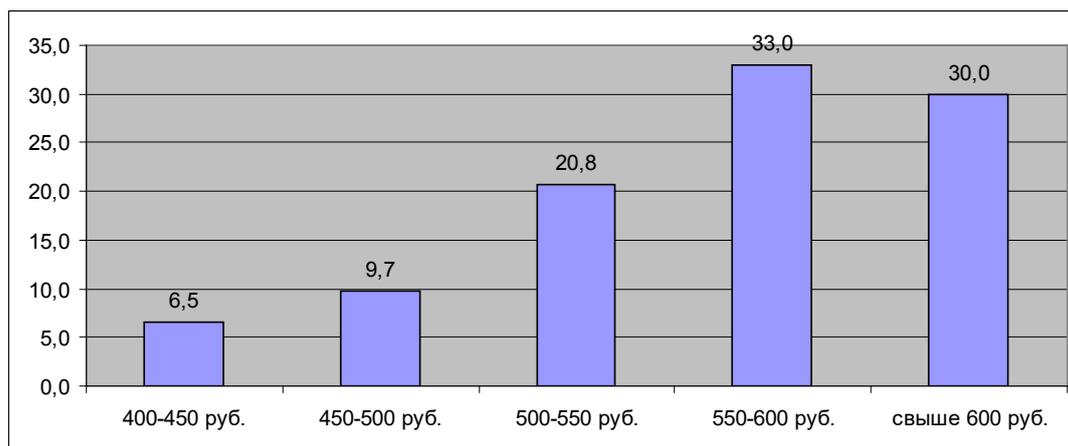


Рис. 2. Средняя стоимость покупки сыра (руб. за 1 кг), %

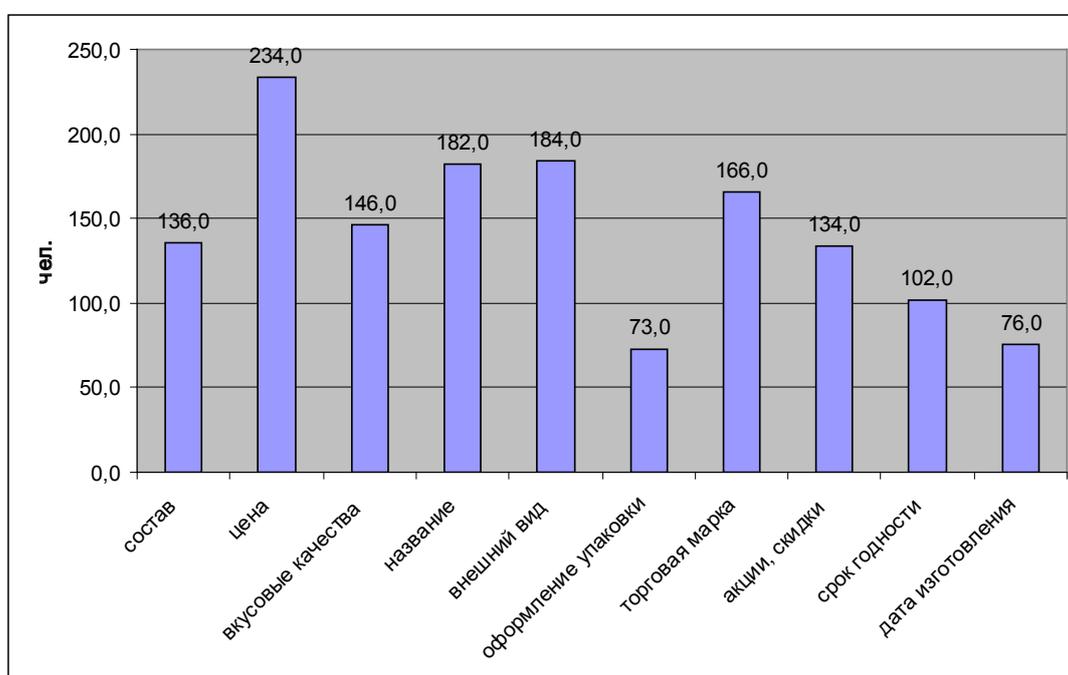


Рис. 3. Факторы, влияющие на респондентов, при выборе сыра

Оценивая факторы, влияющие на выбор респондентов, следует отметить, что при исследовании допускалось выбрать не менее трех факторов, наиболее значимых и влияющих на процесс принятия решения о покупке, по мнению респондентов, из предложенного списка. В результате, большинство респондентов указало на важность цены, названия сыра и торговой марки, внешнего вида сыра (рисунок 3). Гипотеза 1 не подтвердилась, поскольку цена является триггером, влияющими на потребительский выбор. При выборе сыра потребители, все же, ввиду невозможности его попробовать в тор-

говом зале, руководствуются изучением визуальной информации, оценивая внешний вид, цвет, срез сыра, доверяя чувственному восприятию при принятии решения о выборе и покупке товара.

Наименее важными, по мнению респондентов, являются дата изготовления и оформление упаковки, поскольку потребители не владеют информацией о длительности хранения сыра. Достаточно важным, по мнению респондентов, является наличие акций и скидок, что обусловлено, как было отмечено ранее, высокой ценой реализации сыра.

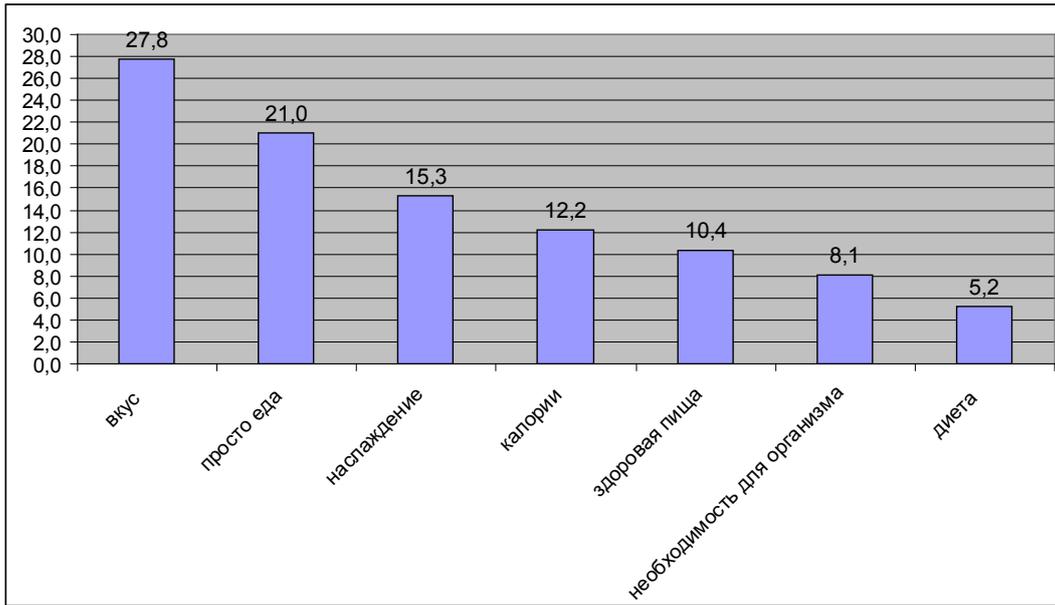


Рис. 4. Потребительский ассоциативный ряд со словом сыр, %

В рамках исследования практический интерес вызвал вопрос о целях приобретения сыра, что позволяет проанализировать особенности и культуру его потребления. Так, большинство приобретают сыр на бутерброды – 46%, 24% респондентов используют сыр как самостоятельное блюдо, 19% – как компонент к салатам. 10% респондентов используют в процессе приготовления вторых блюд. Сыр в процессе приготовления первых блюд использует всего 1%.

Далее был проведен ассоциативный тест и определены слова, которые потребители связывают с употреблением сыров. На вопрос «Для Вас сыр – это...», потребители связывают употребление сыров со словом вкус, ему отдают предпочтение – 27,8% далее респонденты отметили ассоциацию сыра с просто едой – 21%, следующая ассоциация – это наслаждение (15,3%). Также респонденты связывают употребление сыров со словосочетанием калории (12,2%), здоровая пища (10,4%), и необходимость для организма (8,1%). Наименьшее количество потребителей (5,2%) связывают сыр со словом диета, поэтому реализация низкокалорийных сыров пока не целесообразна (рисунок 4). Также, по данным исследования, около 89% респондентов предпочитают сыр с высокой жирностью, и лишь 11% – с низкой.

Также было изучено предпочтение потребителей при приобретении сыра в упа-

ковке сыра, которое показало, что наиболее предпочтительной упаковкой сыра для 54,3% респондентов оказалась простая полиэтиленовая пленка, в которую заворачивается продукт, парафиновую упаковку выбирают 33,8%, а сыр, нарезанный слайсами, предпочитают 11,9% респондентов.

Таким образом, по результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что в настоящее время твердые сыры и все его виды занимают ведущее место, пользуется большим спросом у потребителей через ряд показателей: жирность, легкую усвояемость, полезность и доброкачественное влияние на организм человека, посредством пополнения бифидо- и лактобактериями желудочно-кишечного тракта. Однако, российские потребители сыра рассматривают сыр не как самостоятельное блюдо, а как некий сопутствующий продукт, в том числе составляющую часть бутербродов, элемент некоторых салатов, соусов и т.д., вследствие чего сыр, как категория, и его потребление нуждается в популяризации. Так, сыры потребителями расцениваются как средство быстрого питания (бутерброды) в условиях дефицита времени или экстремальной ситуации. Подобное восприятие характерно как для широких слоев населения, так и для профессионалов – организаций, которые занимаются оптовыми поставками сыра на рынок. Также было выявлено, что потребители имеют

незначительное представление о способах применения продукта, сроках его хранения, составе качественного сыра. Также следует отметить сегментацию рынка в большей степени по ценовым характеристикам, и в меньшей – по неценовым, например, на рынке присутствуют рыночные ниши в сегменте продукции для детей, диетических сыров, сыров с пониженной жирностью и лечебными добавками, что является перспективным направлением реализации товаров. В последнее время значительно расширился ассортимент сыров – на рынке появились разновидности, которые выпускаются с различными вкусовыми добавками (например, с красным перцем), также появились дорогие разновидности сыра, относящиеся к премиум-классу, т.е. можно отметить высокую насыщенность рынка сыров, что будет ужесточать конкуренцию за потребителя.

Учитывая, что потребители не могут попробовать сыр в торговом зале и при выборе руководствуются визуальной информацией, на втором этапе были проведены пилотные органолептические исследования, с использованием метода пробной продажи, что позволило сочетать конкретные маркетинговые действия (сбыт продукции, рекламирование, ценовую политику) с исследованием процессов выбора сыра и вкусовых предпочтений.

Так, органолептический метод определения значений показателей качества продовольственных товаров играет значимую роль в оценке продукции, поскольку он простой и быстрый. С помощью органов чувств (зрительных, осязательных, обонятельных, вкусовых, слуховых) осуществляют исследование качества продукции потребителями. Органолептическую оценку выполняют в следующей последовательности: сначала устанавливают показатели, оцениваемые зрительно (зрительно): внешний вид, форму, цвет, прозрачность, после этого определяют консистенцию, запах, вкус. Определение внешнего вида сыра (зрительные ощущения) осуществляются путем осмотра, в результате чего определяют форму и окраску, состояние внешней и внутренней поверхности товара, состояние упаковки. Иногда определение цвета производится сравнением с эталоном или с цветовой шкалой. Цвет может соответствовать стандарту, эталону или отличаться от него [3]. Прикосновением определяют консистенцию (степень твер-

дости продукта и его способность к деформации во время напора), плотность (напор на продукт), упругость и эластичность (способность продукта восстанавливать первичную форму после напора), липкость (прилипание к пальцам руки), сухость или влажность продуктов на ощупь. При определении консистенции и физической структуры, степени измельчения применяют, помимо осязательных (тактильных), и зрительные ощущения. В полученных образцах продуктов на ощупь (концами пальцев) возможно определить приблизительную величину частиц порошкообразных и зернистых продуктов, а также консистенцию (твердость, плотность, прочность, мягкость) [3]. Следует отметить, что сыры обладают специфическим, а также посторонними запахами, поэтому необходимо оценить степень естественного запаха (нормальный, сильный, слабый), при наличии постороннего запаха необходимо квалифицировать, указать его природу (происхождение) и степень выраженности [4]. Определение качества пищевых продуктов следует проводить и по вкусу (вкусовые ощущения). Известны четыре основных вида вкуса, которые могут ощущаться: сладкий, соленый, кислый, горький. Кроме того, вкус может быть смешанным: горько-сладким, кисло-сладким. Ощущение вкуса возникает только в том случае, если исследуемый образец находится в растворенном состоянии (в воде или слюне). Каждое вкусовое вещество дает соответствующее ощущение при определенной минимальной концентрации, эта минимальная концентрация называется порогом ощущения [4]. При определении вкуса твердых сыров, их тщательно пережевывают, распознавая при этом вкусовые ощущения. При определении вкуса продукта необходимо обратить внимание на послевкусие, то есть вкусовые ощущения, возникшие после проглатывания продукта.

В рамках второго этапа методом экспертных оценок были проведены органолептические исследования нового для потребителя сыра. В качестве исследуемой торговой марки была выбрана ТМ «Антон Палыч», в рамках которой выпускается 19 наименований продукта, разных ценовых и вкусовых категорий, которые, ранее, не присутствовали на крымском рынке, вследствие чего потенциальные покупатели не обладали информацией относительно их вкусовых характеристик.

В исследовании оценивались потребительские предпочтения следующих сыров торговой марки «Антон Палыч»:

1. Классические – Голландский, Венский со вкусом топленого молока, Российский, Сливочный, «Ларец» (с ароматом грецкого ореха).

2. Новые – Баттери, Базирон с весенней зеленью.

Необходимо отметить формирование каждым покупателем своей системы покупательской ценности товара, оценивая практическую пользу и эмоциональную значимость. Эта ценность определяется различными свойствами товара, которые покупатель считает наиболее важными для себя, набор которых формирует альтернативные варианты, из которых покупатель делает свой выбор.

Проведена оценка потребительских и экономических факторов, влияющих на выбор потребителями сыров: вкус, внешний вид, запах, упаковка, послевкусие, соотношение цена/качество. Оценка влияния факторов на выбор новых для потребителей сыров выполнялся 50 экспертами – постоянными покупателями, при этом выборку составляют 30 мужчин и 20 женщин. Далее была проведена бальная оценка наиболее значимых факторов для потребителей при выборе (max – 5 баллов, min – 1 балл). В таблице 1. представлены балльные оценки факторов мужчин-экспертов, а в таблице 2 – женщин-экспертов при оценке качества сыра ТМ «Антон Палыч» – сыр «Российский».

Таблица 1

Бальная оценка факторов при выборе сыра «Российский» респондентами-мужчинами

Эксперт	Альтернативы (факторы)						среднее
	вкус	внешний вид	запах	упаковка	послевкусие	соотношение цена/качество	
1	4	5	3	5	5	4	4,333
2	4	5	3	4	4	5	4,167
3	5	4	4	5	4	4	4,333
4	4	4	4	3	4	5	4,000
5	5	4	3	4	4	4	4,000
6	5	5	4	3	4	5	4,333
7	4	4	4	4	4	4	4,000
8	4	5	5	5	4	5	4,667
9	5	4	4	4	4	4	4,167
10	5	3	5	4	3	5	4,167
11	5	5	4	4	4	5	4,500
12	4	5	5	4	4	4	4,333
13	5	5	3	5	3	4	4,167
14	5	3	5	4	4	5	4,333
15	4	4	5	3	4	4	4,000
16	5	4	3	4	4	4	4,000
17	5	4	3	5	3	5	4,167
18	5	5	4	4	4	5	4,500
19	5	4	5	4	4	4	4,333
20	5	4	4	5	5	4	4,500
21	4	4	4	5	5	4	4,333
22	4	5	5	5	4	4	4,500
23	5	5	4	3	4	5	4,333
24	4	3	5	4	5	5	4,333
25	5	5	5	4	4	4	4,500
26	5	4	4	3	4	4	4,000
27	5	4	5	4	4	4	4,333
28	5	4	5	5	5	5	4,833
29	4	5	4	4	5	5	4,500
30	5	4	4	4	4	4	4,167
<i>среднее</i>	<i>4,633</i>	<i>4,300</i>	<i>4,167</i>	<i>4,133</i>	<i>4,100</i>	<i>4,433</i>	<i>4,294</i>

Таблица 2

Бальная оценка факторов при выборе сыра «Российский» респондентами-женщинами

Эксперт	Альтернативы (факторы)						среднее
	вкус	внешний вид	запах	упаковка	послевкусие	соотношение цена/качество	
1	5	4	5	4	5	4	4,500
2	4	4	4	5	5	4	4,333
3	4	4	5	4	5	5	4,500
4	5	5	3	4	5	4	4,333
5	4	5	4	4	4	5	4,333
6	4	4	5	4	4	4	4,167
7	5	4	4	5	4	5	4,500
8	5	4	4	4	4	5	4,333
9	4	4	4	5	5	4	4,333
10	4	5	4	4	4	4	4,167
11	4	5	4	5	5	4	4,500
12	5	4	5	5	4	5	4,667
13	5	4	4	4	5	4	4,333
14	4	5	5	4	5	4	4,500
15	5	4	4	4	5	3	4,167
16	5	5	5	4	5	4	4,667
17	4	5	4	4	4	5	4,333
18	4	4	5	4	4	4	4,167
19	5	4	5	4	4	5	4,500
20	4	4	4	4	4	4	4,000
<i>среднее</i>	<i>4,450</i>	<i>4,350</i>	<i>4,350</i>	<i>4,250</i>	<i>4,500</i>	<i>4,300</i>	<i>4,367</i>

Таблица 3

Усредненная бальная оценка факторов при выборе сыров ТМ «Антон Палыч» респондентами-мужчинами

Наименование сыра	Альтернативы (факторы)						среднее
	вкус	внешний вид	запах	упаковка	послевкусие	соотношение цена/качество	
Российский	4,633	4,300	4,167	4,133	4,100	4,433	4,294
Голландский	4,800	4,500	4,100	4,233	4,033	4,367	4,339
Венский	4,000	4,133	3,867	3,900	3,867	4,300	4,011
Сливочный	3,867	4,000	3,800	3,800	3,900	4,200	3,928
Ларец с грецким орехом	4,633	4,200	3,867	3,900	3,967	4,300	4,144
Баттери	3,267	4,100	2,767	3,933	2,767	3,333	3,361
Базирон с весенней зеленью	4,000	4,300	2,150	2,800	1,850	3,100	3,033

Следует отметить, что респондентам-женщинам сыр «Российский» понравился больше (4,367), чем мужчинам (4,294). Хотя вкус оценили больше мужчины, женщины больше оценили послевкусие, внешний вид, запах.

Бальные оценки факторов, влияющих на потребительский выбор других видов сыра респондентами мужчинами и женщинами рассчитаны аналогично.

В таблице 3 представлены усредненные бальные оценки респондентов по исследуемым видам сыра.

По данным таблицы 3 можно сделать вывод, что все же потребители предпочитают классические сыры с известным названием, настороженно относятся к новым вкусам и добавкам в сыры, выбирая их «по случаю».

Таблица 4

Усредненная бальная оценка факторов при выборе сыров ТМ «Антон Палыч» респондентами-женщинами

Наименование сыра	Альтернативы (факторы)						среднее
	вкус	внешний вид	запах	упаковка	послевкусие	соотношение цена/качество	
Российский	4,450	4,350	4,350	4,250	4,500	4,300	4,367
Голландский	4,00	4,40	4,30	4,30	3,90	4,30	4,200
Венский	3,600	4,400	3,900	4,450	3,800	3,950	4,017
Сливочный	3,900	3,750	3,850	3,950	3,750	3,800	3,833
Ларец с грецким орехом	4,650	4,400	4,500	4,550	4,650	4,300	4,508
Баттери	3,350	4,100	2,250	4,100	2,800	3,100	3,283
Базирон с весенней зеленью	3,900	4,300	2,150	4,250	1,850	3,100	3,258

Потребителям мужчинам нравится «Российский», «Голландский» и сыр «Ларец» с ароматом грецкого ореха. Следует отметить, что сыр «Базирон с весенней зеленью» и сыр «Венский» понравились мужчинам-респондентам по вкусу (отметили необычность вкуса), однако нетипичность послевкусия не понравилась респондентам.

В таблице 4 представлены усредненные оценки респондентов-женщин при выборе сыров ТМ «Антон Палыч»

По данным таблицы 4 можно сделать вывод, что потребителям-женщинам понравился сыр ТМ «Антон Палыч» «Ларец» со вкусом грецкого ореха, но они, также как и мужчины, предпочитают вкус классических сыров с известным названием. В сыре Баттери и Базироне со вкусом весенней зелени женщинам не понравилось послевкусие, а в последнем низкие показатели еще и по запаху, однако высокие баллы по упаковке (4,25) и внешнему виду (4,3). Интересен выбор данного сыра по вкусу, мужчинам он предпочтительнее. По вкусовым качествам наибольшие баллы получили сыры «Российский» и «Ларец», наименьшие – сыр «Баттери», т.к. он, по мнению респондентов, имеет нечеткий, невыраженный вкус. Таким образом гипотеза 2 подтвердилась, поскольку имеется выраженная гендерная асимметрия в процессе восприятия и анализа информации в ходе принятия решения о покупке нового для респондентов сыра.

Для определения влияния факторов на общее восприятие сыра как продукта был проведен корреляционный анализ с целью определения наиболее значимых параметров, влияющих на выбор (таблица 5).

Таблица 5

Корреляционный анализ факторов, влияющих на процесс принятия решения о покупке

Параметры	Мужчины	Женщины
вкус	0,730	0,861
внешний вид	0,265	0,714
запах	0,988	0,963
упаковка	0,828	0,688
послевкусие	0,970	0,926
соотношение цена/качество	0,979	0,913

Полученные результаты свидетельствуют о том, что для потребителей-мужчин при выборе сыра его внешний вид не значим, а основными значимыми факторами при выборе являются (по убыванию значимости): запах, соотношение цена/качество, послевкусие. Для женщин-респондентов, напротив, внешний вид сыра имеет большее значение (практически в три раза), при этом на упаковку женщины обращают меньше внимания, чем мужчины, вследствие чего данный фактор для них менее значим. Также имеется разница в силе влияния вкуса на потребительский выбор: для женщин данный фактор более значим, чем для мужчин. Основные детерминантные факторы для женщин при выборе сыра практически идентичны (по убыванию значимости): запах, послевкусие, соотношение цена/качество. Гипотеза 3 подтвердилась частично, поскольку имеется ряд гендерных сходств и различий между значимыми факторами, влияющими на потребительский выбор: внешний вид сыра не так значим для мужчин, как для женщин.

Таким образом, выбор ассортимента должен осуществляться с учетом пожеланий покупателей, на основании которых формируются заказы производителям и поставщикам. Респонденты отмечают, что больше покупают один и тот же сорт сыра, к которому привыкли, редко пробуют новые отечественные сорта. Проведенные исследования показали, что рынок сыров – высококонкурентный, однако потребители оценивают сыр как «удобный» продукт, ведь приготовление бутерброда с сыром требует совсем немного времени», предпочитают классические сыры с известными названиями, вследствие чего при реализации данной продукции следует быть более гибкими и взвешенными в выборе и выводе на рынок новых продуктов. Наиболее распространенная ошибка, к которой торговые предприятия прибегают при выводе нового продукта заключается в том, что они отталкиваются от собственных возможностей, а не от потребностей рынка. Еще одна ошибка характерна для реализаторов молоч-

ной продукции, заключающаяся в том, что при введении новой продукции, торговые представители опираются только на субъективное мнение или на чей-то опыт, который кажется удачным. Также для отечественного рынка характерна переоценка перспектив нового продукта с точки зрения его соответствия ментальным и вкусовым предпочтениям потребителей.

Несмотря на то, что российский рынок хорошо воспринимает новации, продавцам стоит взвешенно подходить к предложению новых продуктов, учитывая местный менталитет и гастрономические традиции. Для обеспечения доходности функционирования торгового предприятия следует также учитывать маржинальность товаров. В результате проведенных исследований было определено, что помимо цены при выборе сыров потребители ориентируются на свежесть, натуральность, «вкусность» продукта. Продавцам следует также делать акцент на полезности сыров, на необходимости их употребления, а также гендерные особенности.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00473 А «Исследование информационной асимметрии на основе методов и алгоритмов нейромаркетинга».

Библиографический список

1. Kahneman D. Maps of bounded rationality: A perspective on intuitive judgment and choice. In T. Frangsmyr [Nobel Foundation]. (Ed.). Les Prix Nobel: The Nobel Prizes 2002. Stockholm: The Nobel Foundation, 2003. P. 449-489.
2. Stanovich K.E., West R. Individual Differences in Reasoning: Implications for the Rationality Debate // Behavioral and Brain Sciences. 2000. Vol. 23. P. 645-665.
3. Выдрина Н.В., Губер Н.Б., Ковтун М.А., Паульс Е.А. Изучение потребительских предпочтений сычужных сыров г. Челябинска // Молодой ученый. 2014. №9. С. 123-126. URL: <https://moluch.ru/archive/68/11513> (дата обращения: 20.07.2021).
4. ГОСТ 33260-2013. Сыры полутвердые. Технические условия. [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200107358> (дата обращения: 20.07.2021).

УДК 339.138:004.04

В. В. Колесник

ООО НПО «ЛАТТА», Красноярск, e-mail: kolesnik@latta-bio.ru

О. И. Матвиенко

ООО «Вэй Групп-РФ», Красноярск, e-mail: olya_matvienko_96@mail.ru

Е. В. ЩербенкоФГАОУ ВО СФУ, Красноярск, ФГАУ ВО СибПСА, Железногорск,
e-mail: sherbenko.e@mail.ru

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ В РАЗВИТИИ БИЗНЕСОВ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Ключевые слова: потребительский опыт, ценностное предложение, цифровая трансформация бизнес-процессов, цифровые платформы и бизнес-экосистемы, цифровые инструменты продвижения продукта.

Публикация описывает практику и результаты исследований применения цифровых технологий в бизнесе на основе потребительского опыта. Роль инновационного, научно-технологического и интеллектуального потенциала в развитии цифровизации бизнеса и digital-трансформации. Рассмотрена особенность существования для отдельных отраслей различных цифровых возможностей в отношении изучения и применения потребительского опыта. Дано описание отличительных черт трансформации элементов и в целом структуры бизнес-моделей предприятий, стремящихся формировать удобные для покупателя решения, перенося в свой бизнес практики других отраслей, формируя новый потребительский опыт. Авторы приходят к выводу о том, что современные сервисы будут более эффективными, если использовать в работе специальные технологии и инструменты, которые не только укрепляют позиции потребителя в его стремлении улучшить качество удовлетворения своих потребностей, но и развивают уникальный ресурс современной экономики – потребительский опыт. Дано описание, как цифровая трансформация бизнес-процессов видоизменяет способ взаимодействия конечных потребителей с брендом или производителем, как арсенал инструментальных и организационных методов внешних коммуникаций создает верный и устойчивый сигнал на целевую аудиторию потребителя. Акцентировано внимание на трансформации современного «цифрового потребителя» в его стремлении улучшить качество своих потребностей, а также актуальности изучения, применения, проектирования понимания потребности потребителя в ее расширенном восприятии через многие «человеческие» факторы, в т.ч. эмоции, поведенческие практики, контекст и т.д. Развивающиеся цифровые технологии, предлагают простые решения для осуществления профессиональных функций, которые еще недавно являлись достаточно затратными по времени и ресурсам. Аналоговый способ сбора информации в условиях глобализации информационного пространства зачастую становится не эффективен. Инновационные решения для бизнесов с достижением качественных результатов их развития и наличия успешных примеров цифровой трансформации при применении потребительского опыта, представляются весьма актуальными и перспективными, не только с точки зрения получения конкурентных преимуществ для производителей товаров и услуг, но и выгодой для конечного потребителя.

V. V. Kolesnik

ООО NPO "LATTA", Krasnoyarsk, e-mail: kolesnik@latta-bio.ru

O. I. Matvienko

Way group-Russia, Krasnoyarsk, e-mail: olya_matvienko_96@mail.ru

E. V. ShcherbenkoSiberian Federal University, Krasnoyarsk, SibPSA, Zheleznogorsk,
e-mail: sherbenko.e@mail.ru

CONSUMER EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF DIGITAL ECONOMY BUSINESSES НАЗВАНИЕ АНГЛИЙСКИЙ

Keywords: consumer experience, value proposition, digital transformation of business processes, digital platforms and business ecosystems, digital tools for product promotion.

The publication describes the practice and results of research on the use of digital technologies in business based on consumer experience. The role of innovative, scientific, technological and intellectual potential in the development of business digitalization and digital transformation. The article considers the

peculiarity of the existence of various digital opportunities for individual industries in relation to the study and application of consumer experience. The article describes the distinctive features of the transformation of elements and, in general, the structure of business models of enterprises that seek to form solutions that are convenient for the buyer, transferring the practices of other industries into their business, forming a new consumer experience. The authors come to the conclusion that modern services will be more effective if they use special technologies and tools that not only strengthen the consumer's position in his desire to improve the quality of meeting his needs, but also develop a unique resource of the modern economy – consumer experience. The article describes how the digital transformation of business processes changes the way end users interact with a brand or manufacturer, how an arsenal of instrumental and organizational methods of external communication creates a true and stable signal to the target audience of the consumer. Attention is focused on the transformation of the modern “digital consumer” in his desire to improve the quality of his needs, as well as the relevance of studying, applying, designing an understanding of the consumer's need for its expanded perception through many “human” factors, including emotions, behavioral practices, context, etc. Developing digital technologies offer simple solutions for the implementation of professional functions, which until recently were quite time-consuming and resource-intensive. The analog method of collecting information in the context of the globalization of the information space often becomes ineffective. Innovative solutions for businesses with the achievement of high-quality results of their development and the presence of successful examples of digital transformation in the application of consumer experience are very relevant and promising, not only from the point of view of obtaining competitive advantages for manufacturers of goods and services, but also benefits for the end consumer.

Введение

Современные компании все более явно ощущают роль человеческого фактора, который в цифровую эпоху проявляется как источник и ресурс создания и распространения инноваций. «Цифровизация» потребителя определила его новую роль в формировании рынков, как полноправного игрока, элемента пространства создания ценности в роли партнера по разработке ценностного предложения в сотрудничестве различных форматов.

Эта партнерская роль потребителя проявляется и в современном «коллективизме» потребителей, в активном формировании разного рода цифровых сообществ, которые не только укрепляют позиции потребителя в его стремлении улучшить качество удовлетворения своих потребностей, но и развивают уникальный ресурс современной экономики – потребительский опыт. Это связано с переходом от «клиенто» к «человеко» центричности, потому что опыт – это намного больше, чем та или иная практика, для его изучения, применения, проектирования необходимо понимание потребности потребителя в ее расширенном восприятии через многие «человеческие» факторы, в т.ч. эмоции, поведенческие практики, контекст и т.д.

Активно развивая свои цифровые компетенции создания и продвижения продуктов, бизнесы современной экономики свои наиболее сильные конкурентные преимущества находят именно в человекоцентричности, в использовании ресурса потребительского

опыта. Мир, где искусственный интеллект и роботизация стали частью повседневной жизни людей создает пространство формирования различных форм и процессов потребительского опыта и компании, его изучающие и использующие будут самыми дифференцированными. Такие направления индустрии услуг и новых категорий продуктов получают интегрированные возможности создания новых, востребованных ценностных предложений расширяя свои рынки сбыта.

Статья обобщает результаты исследования, **целью** которого было поставлено изучение роли потребительского опыта в развитии инновационных решений бизнеса для достижения качественных результатов их развития.

Материал и методы исследования

В основе исследования лежат труды отечественных и зарубежных авторов, данные исследований и статистические обзоры аналитических агентств, эмпирические данные исследовательской базы авторов. В ходе работ использованы методы эмпирического и теоретического исследования: системный, обобщения, группировки и др.

Результаты исследования и их обсуждение

Фундаментом цифровой трансформации являются инновационный потенциал, научно-технологический потенциал, интеллектуальный потенциал, т.д. [1].

Активность хозяйствующих субъектов в изучении и применении потребительского опыта для развития инновационных решений и изменений бизнес-моделей повышается в связи с активной цифровизацией экономики и ее бизнесов [2]. Г.Н. Лысенко [3] полагает, что digital-трансформация должна постоянно выполняться в связи с тем, что существует необходимость периодической адаптации потребительских навыков к быстрым технологическим (инновационным) изменениям. Преимущественным в современной литературе мнением о digital-трансформации можно обобщить восприятие ее процессов как изменения качественного подхода к ведению бизнеса. Многие зарубежные специалисты (Antoni Meseguer-Artola, Karla Straker, Cara Wrigley, Den Reumer, Duncan McFarlane, пр.) отмечают, что современные цифровые технологии обеспечивают персонализированную и иммерсивную среду, позволяющую интерактивно обмениваться информацией между брендом и потребителем.

Многие специалисты относят потребительский опыт к одному из блоков цифровой трансформации крупных компаний, который воспринимается как понимание феномена «цифрового потребителя», его стиля жизни, «болей и выгод», создаваемых новыми продуктами, умение превращать этот анализ в рабочие прототипы, а также владение методами выведения продуктов на рынок и получения рыночной обратной связи. При этом выделяют различные типы digital-трансформации, в том числе полностью цифровая стратегия, которая требует стратегического и организационного мышления при использовании потребительского опыта и, цифровизация отдельных процессов, – «стратегия цифровой обертки», которая также диктует фокус на его полноценном изучении [4].

Развитие новаций при цифровой трансформации бизнес-процессов, чаще всего видоизменяет способ взаимодействия конечных потребителей с брендом, либо с фирмой. В случае с новыми категориями продуктов, на которые не сформирована осознанная модель потребления, для производителя становится ключевой задачей сформировать правильный и устойчивый сигнал на целевую аудиторию своего потребителя, используя весь арсенал инструментальных и организационных методов внешних коммуникаций. Изучение потре-

бительского опыта в развитии новаций взаимодействия с потребителем сопряжено с поиском информации, с тех же digital-каналов, которыми могут выступать: сайт, мобильные приложения, онлайн-консультанты, прочие цифровые источники. В центре данной системы находится пользователь (потребитель), взаимодействующий с фирмой по любым доступным для него каналам в удобное для него время.

Аналитики считают, что digital-трансформация станет главной составляющей инновационной деятельности фирм, основой для решений которой, будут технологии мобильных сервисов, аналитики больших данных, социальных сетей, т.д.

Ключевые преобразования в рамках digital-трансформации можно объединить в несколько направлений:

- применение имеющихся данных, персонализированные маркетинговые коммуникации;

- улучшение взаимодействия с клиентами – возможности наилучшего потребительского опыта, для роста лояльности клиента, повышения его удовлетворенности. Здесь цифровые инструменты помогают оставаться на связи с клиентом – круглосуточно, постоянно принимать заказы, обеспечивать при этом эффективные коммуникации, а также формировать персональные рекламные предложения;

- инновационная внутренняя культура с применением усовершенствованного программного обеспечения (Lean, Kanban, Agile, SCRUM), которые позволяют сформировать «цифровое мышление» для последующего развития предприятия.

Исследования показывают, что для отдельных отраслей существуют разные цифровые возможности в отношении изучения и применения потребительского опыта:

- банки и страховые компании используют блокчейн-технологии с целью контроля исполнения обязательств, формируют индивидуальные предложения по кэшбеку и совместным акциям с компаниями-партнерами, которые сформированы на данных о покупках с использованием банковской карты;

- предприятия транспортной сферы улучшают взаимодействие с пассажирами при помощи GPS-отслеживания наземного транспорта;

- медицинские организации активно применяют децентрализованный доступ к базам данных и т.д.

– производители используют различные сервисы и приложения для каскадной рассылки для оптимизации затрат на продвижение и автоматизации процессов маркетинга, чтобы исключить человеческий фактор и ошибки на этапе тестирования.

Потребительский рынок давно захвачен сервисами, и на сегодняшний день они расширились до экосистем, которые предлагают клиенту выбор траекторий приобретения продуктов и услуг, в рамках которых различно содержание этапов принятия решений о покупке, в т.ч. поиска информации, сравнения вариантов, непосредственно совершения покупки (оплата товара, его доставка и пр.). Потребитель, предъявляя запрос, определяет направления и формы трансформации элементов и в целом структуры бизнес-моделей предприятий, стремящихся формировать удобные для покупателя решения, предвосхищая и упреждая их, перенося в свой бизнес практики других отраслей, тем самым формируя потребительский опыт. Йен Йенсон (Jens Christian Jensen), Chief Strategy Officer Digitas Germany, выделил несколько глобальных трендов, которые определяют направления и процессы формирования потребительского опыта:

1. Новая индустриальная революция. Изменения видны во всех отраслях нашей жизни. Меняются привычки и все становится взаимосвязано. Бизнес же со своей стороны должен стремиться к большей прозрачности, открытости и гибкости. Так, например, в сферах наукоемких бизнесов, таких как биомедицина и продукты технологических новшеств, цифровые компоненты коммуникаций с массовым рынком становятся необходимой нормой.

2. Символ перемен – мобильный телефон. В руке у потребителя круглосуточно работающий центр управления действиями по сопровождению процесса реализации его решений. Технологии мобильного доступа плотно вошли в нашу жизнь и предоставили новые возможности. Их влияние станет еще значимей, когда дальше будут развиваться продукты в области искусственного интеллекта, дополненной реальности, 3D-печати и в других прогрессивных направлениях.

1. Конкурируют не товары, конкурируют платформы. Выигрывают те бренды, которые становятся платформами. Такие компании, как Facebook или Google, активно

применяют технологии, объединяя при этом в своих решениях различные направления (к примеру, искусство и науку) и являются достаточно гибкими для того, чтобы подстроиться под изменения рынка. Эти платформы интегрируются в каждый аспект жизни потребителя, а их названия становятся нарицательным, как то стало с Uber. По их принципу через новую парадигму реалий в примере с пандемией COVID-19, могут реализовываться и бренды, имеющие отношение к респираторной медицине и в частности к продуктам, которые делают безопасным наше нахождение в общественных местах. Это может стать наглядной историей продуктового предложения, когда бренд формирует новую потребность в безопасности жизнедеятельности без отказа от благ цивилизации.

2. Понимать путь клиента становится все труднее. Причиной того является то, что люди одновременно пользуются несколькими девайсами. Исследования Gartner говорят о том, что в мире около 20,8 млрд. подключённых устройств.

3. Трансформация функции сбора данных. Не стоит злоупотреблять сбором информации – намного эффективнее правильно использовать инсайты, посылы и триггеры на целевую аудиторию.

Успешными примерами цифровой трансформации при применении потребительского опыта могут поделиться как зарубежные, так и отечественные компании. Например, компания-производитель спортивной одежды «Under Armour» приобрела приложения MyFitnessPal и Endomondo, а в дальнейшем разработала свою фитнес-платформу. Корпорация «Disney World» объединила сайт с мобильным приложением и браслетом пользователя в единую систему, которая оценивает лояльность клиентов и персонализированно предлагает предложения. «Почта России» за несколько лет внедрила несколько новаций в данной сфере: добавила на сайт онлайн-отслеживание отправок; автоматизировала сервисы для нужд клиентов из бизнес-индустрии [5].

Поставщики продукции (услуг, работ) вынуждены изменяться с учетом потребительского опыта, перестраивая бизнес-процессы для соответствия требованиям потребителей. К примеру, маркет-плейсы для новой категории средств дезинфекции воздуха в закрытых помещениях, создают возможности не только быстро увидеть предло-

жение и ознакомиться с ним, но и получить качественную услугу доставки до двери клиента. При этом производитель тратит минимум затрат на мероприятия по отправке и обучению продающего и обслуживающего персонала, логистику, услуги мерчендайзинга и эквайринга, а потребитель выигрывает во времени с момента принятия решения о покупке до получения на руки желаемого товара и начала его использования.

Анализ показал, что цифровая трансформация бизнесов учитывает многие факторы, основным из которых является потребительский опыт, основанный на следующих постулатах:

1. Понимание клиента – сегментация на основе аналитики – социальные знания. В примере с сегментом рынка средств дезинфекции воздуха наглядным выглядит тот факт, что до начала пандемии COVID-19 мало, кто задумывался о необходимости защиты от инфекций, передающихся воздушно-капельным путем. Но ситуация с тревожной статистикой летальных исходов и побочного эффекта от применения ультрафиолетовых облучателей и рециркуляторов заставила общество по-другому реагировать на поиск эффективных и безопасных для человека средств защиты, внимательней относиться к элементарным правилам гигиены. Таким образом, на почве данной проблемы появляются новые знания потребителей, формируется новая потребность со своими форматами поведения. И как следствие, благоприятные тенденции для выхода на рынок новых ценностных предложений, позволяющих решать проблему перекрестного заражения в местах повышенного трафика людей (общественные места: транспорт, административные и образовательные учреждения, кафе, рестораны, фитнес-клубы и т.д.).

2. Новые технологии – продажи с помощью digital – предикативный маркетинг – оптимизация процессов работы с потребителем. Ориентация контент материалов и выбор каналов коммуникаций, основанных на анализе проблем и поиска оптимальных решений, позволяет создать устойчивый сигнал о новом продуктивном предложении, которое не только решает проблему перекрестного заражения и чистоты в воздухе помещений, где мы проводим большую часть времени. Решить главную задачу, стоящую перед наукой в период пандемии коронавируса – сформировать не только коллектив-

ный иммунитет, но и правильные социальные привычки в профилактике вирусных инфекций. Быстроту и полноту информации о доступности нового товарного предложения потребитель сможет получить с помощью цифровых сервисов, что значительно облегчает задачу коммуникаций между производителем и потребителем.

3. Точки взаимодействия с клиентом – клиентский сервис – кросс-канальная согласованность-самообслуживание. Наглядным примером является растущий рынок вендинговых автоматов (постаматов) – терминалов самообслуживания. Вендинговая торговля – одно из наиболее перспективных направлений в торговле. Использование торговых автоматов в розничной торговле позволяет реализовывать продукцию оперативно и круглосуточно. Наряду с развитием современных функций вендинговых аппаратов (бесконтактная оплата, интернет-подключение, интерактивный экран) перспективным видится новое направление – вендинговые автоматы, адаптированные к потребностям заказчика, конечного потребителя, к специфике отрасли или бренда. Это сформирует новые каналы дистрибуции и способы взаимодействия между продавцами и клиентами [6]. Важно отметить, что контент в формате цифровой трансформации выходит на основные позиции в стратегии борьбы за конечного потребителя. Согласно определению таковой в этой области организации как Content Marketing Institute (CMI) контент-маркетинг является действенной методикой создания и распространения релевантного и ценного контента для привлечения, получения и инициирования взаимодействия с конкретной целевой аудиторией [7].

Изучение потребительского опыта для развития своего ценностного предложения позволяет бизнесам увеличивать лояльность клиентов и повышать их вовлеченность в процессы его формирования. Цифровое пространство дает возможность вести индивидуальное общение с потребителем, делать ему персонализированные предложения, вследствие чего происходит смена парадигмы опыта продаж. В тоже время, мультисканальное взаимодействие с потребителем на разных платформах позволяет предприятию всегда быть на связи и не прерывать их действий в отношении совершения покупок. Например, холдинг «Hotelco», который относится к крупным компаниям

по гостиничному бизнесу, постоянно улучшает клиентские сервисы. «Hotelco» создал возможности вовлечения мобильных потребителей посредством цифровой трансформации соответствующих процессов оказания услуги. Для улучшения потребительского опыта на страницы бронирования отелей была встроена возможность видеть оценки гостиницы с TripAdvisor, что было достаточно рискованно, ведь часто отзывы бывают отрицательными, но владельцы холдинга на первое место поставили честность и заботу о собственных клиентах. Эта возможность позволила увеличить не только количественные показатели деятельности холдинга в 2018 году, но и улучшить качественный сервис для клиентов.

Наглядным примером в борьбе за внимание потребителя выступают альянсы брендов или ко-брендинг. В контексте ко-брендинга влияние на потребителя в цифровом пространстве идет через необходимость учитывать потенциал раскрученных брендов в условиях формирования альянсов для достижения более высокого потребительского доверия [8]. Именно потребительский опыт стал драйвером развития цифрового ритейла, основными составляющими ценностных предложений которого выступают персонализированные предложения, интерактивные вешалки, автоматизация платежей, омниканальные покупки, роботы-продавцы и т.д. Эти цифровые продукты сформированы с целью развития потребительского опыта, роста продуктивности продаж, увеличения лояльности бизнес-партнеров, а также для расширения охвата целевой аудитории и выхода на новые рынки. Так, цифровой магазин «Hointer» (США) использует автопримерочные с целью оптимизации выкладки товара, управления клиентским сервисом и управления ассортиментом для роста скорости обслуживания клиентов, оптимизации и грамотного планирования торговых помещений. А китайская компания «Superdry» использует интерактивные экраны с целью управления продажами, выполнения планов мерчендайзинга и повышения лояльности за счет увеличения времени, проведенного

в магазине и средней стоимости покупки, снижения потерь из-за отсутствия товаров в наличии [9].

Выводы

Цифровые технологии дают новый фундамент развития бизнесов при изучении, использовании и улучшении потребительского опыта. Возможность сбора информации о клиентском опыте и автоматическая адаптация отдельных сценариев процесса в соответствии с ожиданиями потребителей – основное преимущество современного периода развития экономики и ее бизнесов. Текущий уровень развития технологий позволяет достаточно точно предугадывать потребности клиентов и наиболее релевантные способы, а также каналы коммуникаций. При этом в крупных компаниях могут создаваться, формироваться специализированные центры компетенций, куда входят специалисты клиентского опыта, которые открыты к новым идеям, активно используют цифровые технологии во взаимосвязи с оценкой потребительского опыта.

Приоритетными направлениями новаций бизнесов для совершенствования потребительского опыта являются: роботизированная автоматизация процессов, цифровизация внутренних интерфейсов и взаимодействия с потребителем, повышение доступности данных и их использование при принятии решений, цифровизация инструментов при взаимодействии с клиентами, обновление информационной инфраструктуры при взаимодействии с клиентами и др.

Потребительский опыт, с одной стороны, определяет направления развития, а с другой, – цифровые технологии позволяют рассматривать его как объект управляющего воздействия. Другими словами, производитель берет под контроль взаимодействие с потребителем, учитывает его потребности, стиль жизни и прочие индивидуальные черты, что способствует формированию новых уникальных ценностных предложений, росту качества сервиса и коммуникаций.

Библиографический список

1. Дробышевская Л.Н., Попова Е.Д. Развитие экономики знаний России в эпоху цифровых трансформаций // Креативная экономика. 2018. № 4. С. 429-446.

2. Старостин В.С., Чернова В.Ю. Как понимать цифровую трансформацию бизнеса? // Актуальные проблемы управления – 2018: материалы 23 международной научно-практической конференции. М.: Государственный университет управления, 2019. С. 391-394.
3. Лысенко Г.Н. Курс на цифровую трансформацию // Вестник связи. М.: Информационное и рекламно-издательское агентство по связи и информатике, 2019. С. 44-58.
4. Кудряшов А.А., Е.А. Сеницина Преимущества трансформации механизмов управления цифровым клиентом // Приволжский научный вестник. 2016. № 8 (60). С. 86-89.
5. Самойлова Н.О., Наденцева Г.Д. Механизм внедрения цифровой трансформации в условиях применения потребительского опыта // Проблемы и пути развития профессионального образования: сборник статей всероссийской научно-методической конференции. Иркутск: Иркутский государственный университет путей сообщения, 2019. С. 177-181.
6. Лосев Д.В. Развитие вендинга через франшизу // Молодой ученый. 2019. № 3 (241). С. 189-192.
7. Куликова Е.С. Контент как один из инструментов цифрового маркетинга // Московский экономический журнал. 2020. № 7. С. 311-316.
8. Хмелькова Н.В., Фахрутдинова А.Р., Агеносов А.В. Влияние цифровых взаимодействий на трансформацию маркетинга (кейс ко-брендинга) // Российский человек и власть в контексте радикальных изменений в современном мире: материалы XXI российской научно-практической конференции. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2019. С. 675-680.
9. Еремина А.Н. Цифровые продукты в сетевом ритейле // Актуальные проблемы управления – 2018: материалы 23 международной научно-практической конференции. М.: Государственный университет управления, 2019. С. 234-240.

УДК 336.64

О. А. Корнилова

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (Владимирский Филиал), Владимир, e-mail: olgakornilova2006@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Ключевые слова: текстильная промышленность, источники финансирования, инвестиции, модернизация.

Одним из основных условий устойчивого развития текстильных предприятий является замена устаревшего оборудования и прочих основных средств. Высокая степень износа производственных фондов не позволяет существенно нарастить объемы производства, вследствие чего на протяжении последнего лет наблюдаются высокий показатель импорта текстиля в Россию. Увеличение доли рынка российских производителей потребует от предприятий значительных усилий в наращивании производственных мощностей. В статье рассмотрены основные проблемы, с которыми сталкиваются предприятия текстильной промышленности при поиске источников финансирования модернизации основных фондов. Среди них выделяются низкая рентабельность отраслей, ориентированных на внутренний рынок, недостаточность ликвидного залогового обеспечения и прочие факторы, увеличивающие кредитные и прочие риски финансирования. Проведенное исследование обосновало необходимость государственной поддержки импортозамещения в области производства текстильного оборудования. Правительство совместно с Банком России должны проявить гибкость использования имеющихся у них финансовых средств и обеспечить коммерческие банки большим объемом долгосрочных пассивов для инвестиционного кредитования. Низкая доля привлеченных источников финансирования тормозит техническое обновление предприятий в России. Увеличение собственных источников модернизации может быть осуществлено за счет иных мероприятий, рассмотренных в статье.

О. А. Kornilova

Vladimir Branch of RANEPH, Vladimir, e-mail: olgakornilova2006@mail.ru

PROBLEMS OF FINANCING THE MODERNIZATION OF TEXTILE INDUSTRY ENTERPRISES

Keywords: textile industry, sources of financing, investments, modernization.

One of the main conditions for the sustainable development of textile enterprises is the replacement of outdated equipment and other fixed assets. The high degree of depreciation of production assets does not allow us to significantly increase production volumes, as a result of which a high rate of textile imports to Russia has been observed over the past years. Increasing the market share of Russian manufacturers will require significant efforts from enterprises to increase production capacities. The article considers the main problems that textile industry enterprises face when searching for sources of financing for the modernization of fixed assets. Among them are the low profitability of industries focused on the domestic market, the lack of liquid collateral and other factors that increase credit and other financing risks. The conducted research proved the need for state support for import substitution in the field of textile equipment production. The Government, together with the Bank of Russia, should show flexibility in using their available financial resources and provide commercial banks with a large volume of long-term liabilities for investment lending. The low share of attracted sources of financing hinders the technical renewal of enterprises in Russia. The increase in own sources of modernization can be carried out at the expense of other measures considered in the article.

Введение

В настоящее время ключевой задачей развития текстильной отрасли является сокращение доли импортной продукции на российском рынке. За период с 2014 г. по 2020 г. объем импорта текстиля составил 73,4 млрд долл., в структуре которого наибольшая доля принадлежит Китаю.

Объемы поставок из-за рубежа в 2020 г. составили 11,5 млрд долл., сохранив уровень 2019 г. [2].

Стратегия модернизации предприятий текстильной промышленности является основой устойчивого развития и увеличения их доли на российском и зарубежном рынках, сокращения импорта текстиля.

Цель исследования состоит в выявлении основных проблем, тормозящих модернизацию предприятий текстильной промышленности и поиске источников финансирования обновления основных фондов.

Инвестиции – это главный источник экономического роста. Они требуют «длинных» ресурсов, которые зачастую отсутствуют у коммерческих банков, поэтому Правительство совместно с Банком России должны проявлять гибкость использования имеющихся у них средств, в том числе и золотовалютных резервов, для обеспечения надежных банков долгосрочными пассивами. Последние, в свою очередь, будут использовать эти средства для инвестиционного кредитования предприятий и организаций с целью технического обновления, прежде всего, машин и оборудования [1].

Материал и методы исследования

Теоретической базой исследования послужили труды авторов в области обеспечения устойчивого социально-экономического развития, а также статистические данные по отдельным отраслям народного хозяйства.

В статье использованы общепризнанные методы научного исследования. Методологическую основу работы составляет методы сравнения, экономического и статистического анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Согласно результатам оценки экономических факторов, ограничивающих рост производства, проведенной Росстатом в 2020 году, наиболее существенное влияние оказывают: неопределенность экономической ситуации, недостаток собственных финансовых ресурсов, инвестиционные риски и высокий процент по коммерческим кредитам.

Увеличение доли рынка российских производителей потребует от предприятий значительных усилий в наращивании производственных мощностей. По факту они должны быть увеличены минимум на 30-40%, что предполагает большие объемы финансовых вложений в модернизацию производства. Другой задачей, стоящей перед производителями текстильной продукции, является замена полностью из-

ношенного фонда машин и оборудования. По данным Росстата, степень износа основных фондов предприятий текстильной промышленности в 2018 г. составляла 49,1%, удельный вес полностью изношенных – 11,7%, в 2019 году данные показатели были 51,3% и 19,1% соответственно. Учетная стоимость машин и оборудования в смешанных ценах по данным бухгалтерского учета текстильных предприятий составляла 46,6 млрд руб. в 2018 году (в среднем 6,9 млн руб. на одно предприятие). Следовательно, минимально необходимая сумма для замены изношенного оборудования составляет 5,5 млрд руб.

Коэффициент выбытия основных фондов в обрабатывающем производстве держится на уровне 0,8%, а коэффициент обновления в 2019 году составил 6% [5]. Как следствие, серьезное отставание и устаревание материально-технической базы предприятий.

Распоряжением Правительства РФ от 29.08.2020 г. Минпромторгу России выделен в 2020 году 1 млрд руб. на развитие легкой промышленности в условиях ухудшения экономической ситуации, вызванной пандемией COVID-19. Около половины этой суммы (454 млн руб.) должно быть направлено на субсидирование процентных платежей по кредитам, взятым организациями легкой промышленности на пополнение оборотных средств, треть (304 млн руб.) – на субсидирование 50%-й скидки на оборудование, передаваемое в лизинг, остальная часть (242 млн руб.) – на финансирование комплексной программы поддержки льняного производства до 2025г. Принимая во внимание малую долю текстильных предприятий в общем объеме производства отрасли легкой промышленности, данный объем государственной поддержки покрывает лишь небольшую часть потребности в финансировании модернизации предприятий по производству текстильных изделий. Требуется увеличение объема финансовых средств бюджетов разных уровней, направляемых в рамках государственной поддержки предприятий текстильной промышленности.

В период с 2015 г. до 2019 г. наблюдалось снижение объемов финансовых вложений в основной капитал предприятий, занятых производством текстильных изде-

лий, по сравнению с 2014 г. (табл. 1) [5]. Если сравнивать структуру инвестиций России и других стран, то характерной чертой российской практики является намного большая роль собственного капитала как источника финансовых ресурсов (64-65%), в том числе и в текстильной промышленности. Доля привлеченных ресурсов в структуре финансирования инвестицией около 34-35%, из которых 10-12% составляют кредиты банков. Именно поэтому технологическое обновление предприятий в России медленное.

Активное привлечение коммерческих банков к системе модернизации промышленных предприятий придаст импульс для развития экономики и банковской системы, в частности. Долю долгосрочных пассивов надо увеличить хотя бы до 5%, развивать фондовый рынок России, что будет способствовать формированию рынка капитала, необходимого для будущего экономического роста [1].

Сумма бюджетных средств, направленных на инвестиции в основной капитал текстильных предприятий небольшая и составляла в 2017 г. 120 млн руб., а в 2018 г. 395,5 млн руб. [3].

По данным государственной регистрации на конец 2018 г. число предприятий и организаций по производству текстильных изделий составило 6,74 тысяч единиц, из которых малых – 4,9 тысяч. единиц (72,7% от общего количества) с оборотом 82,9 млрд руб. в год.

Государственную поддержку предприятиям малого и среднего предпринимательства (МСП) оказывает Акционерное общество «Российский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства» (МСП Банк), предлагающий инвестиционное кредитование в размере до 2 млрд руб., сроком до 120 месяцев, под 8,25% годовых [6].

Одним из приоритетных направлений финансирования является производство текстильных изделий.

В Ивановской области поддержку промышленным предприятиям в разработке инвестиционных проектов развития МСП (программ модернизации, технического перевооружения, реконструкции производства) оказывает Региональный Центр Инжиниринга, являющийся структурным подразделением АНО «Центр развития предпринимательства и поддержки экспорта Ивановской области». Профессионально составленный бизнес-план, грамотное технико-экономическое обоснование эффективности проектов являются одними из ключевых факторов одобрения кредитной заявки и получения инвестиционного финансирования.

Условиями, ограничивающими получение инвестиционного кредита в МСП Банке, являются обязательное наличие рентабельной деятельности субъекта малого и среднего бизнеса, достаточность прибыли предприятия для уплаты процентных платежей по действующим и новым кредитным обязательствам, а также отсутствие отрицательной динамики объема продаж, роста неликвидных запасов материалов и готовой продукции, увеличения доли просроченной дебиторской задолженности. В условиях ухудшения экономической ситуации в 2020 г. данные требования являются сложно выполнимыми.

Отрасли, ориентированные на внутренний рынок, к которым относится и легкая промышленность, менее рентабельны и риски их кредитования более высокие по сравнению с предприятиями отраслей-экспортеров. Динамика показателей рентабельности продаж ($R_{\text{продаж}}$) и активов ($R_{\text{активов}}$) отдельных отраслей промышленности представлена в табл. 2.

Таблица 1

Динамика показателей инвестирования в основной капитал предприятий по производству текстильных изделий

№ п/п	Наименование показателя	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
1	Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	12,8	6,9	6,9	10,0	10,6	11,9
2	Индексы физического объема инвестиций в основной капитал (к предыдущему году)	113,1	47,1	92,4	141,7	101,7	104,6

Таблица 2

Динамика рентабельности отдельных отраслей промышленности за 2018-2020 гг.

№ п/п	Наименование отрасли	2018 г.		2019 г.		2020 г.	
		R _{продаж} , %	R _{активов} , %	R _{продаж} , %	R _{активов} , %	R _{продаж} , %	R _{активов} , %
Отрасли-экспортеры							
1	Добыча полезных ископаемых	20,2	7,1	29,6	12,6	23,0	8,3
2	Добыча сырой нефти и природного газа	35,3	20,4	31,9	13,8	19,8	9,6
3	Добыча металлических руд	57,3	17,6	66,3	22,3	81,4	27,9
Отрасли, ориентированные на внутренний рынок							
4	Производство текстильных изделий	8,7	4,3	7,9	4,7	11,8	5,6
5	Производство пищевых продуктов	9,2	7,1	8,2	8,3	9,5	8,7
6	Производство одежды	9,2	8,4	7,8	6,7	16,3	9,9

В таблице 2 видно существенное отличие в рентабельности приведенных отраслей-экспортеров и не экспортеров. Данный фактор оказывает влияние на принятие банками решения о кредитовании отдельных заемщиков, в том числе и на цели модернизации производства. Основным источником погашения инвестиционных кредитов является прибыль. Ее небольшие объемы могут ограничивать размеры предоставляемых ссуд, а также снижать их категорию качества.

Другими проблемами, увеличивающими кредитные риски банка и ограничивающими развитие текстильного производства, является нехватка кадров в отрасли, устаревание в технологическом плане.

Из-за отставания российской машиностроительной промышленности до 70% машин и оборудования ведущие предприятия текстильной промышленности приобретают на западе. Используемое импортное оборудование японского, немецкого производства, поставлено в большинстве случаев еще до кризиса 2014 года. Девальвация рубля существенно увеличила расходы предприятий и организаций на ремонт и обслуживание данных основных средств, требуя вложения большего количества денежных средств по сравнению с первоначально планируемыми уровнем. Резкие колебания курса негативно отражаются на финансовом планировании, вынуждая пересматривать инвестиционные стратегии.

Поскольку собственные средства предприятий продолжают быть основным источ-

ником инвестирования, одним из направлений ускоренного развития малого и среднего предпринимательства в текстильной промышленности могут стать налоговые каникулы, что позволит сохранить часть финансовых ресурсов внутри предприятия и направить их на модернизацию производства. Привлечение западных источников финансирования за счет международных финансовых институтов для России сейчас практически закрыто, поэтому надо использовать иные возможные варианты для повышения нормы инвестирования в модернизацию промышленности.

Выводы

1. Модернизация предприятий текстильной промышленности и наращивание производственных мощностей позволит отечественным текстильным предприятиям увеличить долю рынка и рентабельность производимой продукции.

2. Основными проблемами финансирования инвестиций являются отсутствие долгосрочных пассивов банков, низкая рентабельность предприятий по производству текстильных изделий, отрицательная динамика объема продаж в 2020 году.

3. Без государственной поддержки инвестиционного банковского кредитования невозможно будет поднять норму инвестиций до уровня не менее 25% в 2025 г.

4. Механизм налоговый каникул – действенный способ увеличения собственных источников финансирования модернизации производства.

Библиографический список

1. Аганбегян А.Г. Финансы. Бюджеты и банки в новой России. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. 400 с.
2. Импорт в Россию «Текстиль» за 2020 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru-stat.com/analytics/7851> (дата обращения: 19.06.2021).
3. Промышленное производство в России. 2019: Стат.сб./Росстат. М., 2019. 286 с. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Prom_proiz-vo2019.pdf (дата обращения: 19.06.2021).
4. Инвестиции в России. 2019: Стат.сб./ Росстат. М., 2019. 228 с. [Электронный ресурс]. URL: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Invest_2019.pdf (дата обращения: 19.06.2021).
5. Российский статистический ежегодник. 2020: стат.сб. / Росстат. М., 2020. 700 с.
6. Инвестиционное кредитование // Официальный сайт Банка МСП [Электронный ресурс]. URL: <https://mspbank.ru/credit/> (дата обращения: 19.06.2021).

УДК 331.5

О. Ю. Луговой

Оренбургский государственный педагогический университет, Оренбург,
e-mail: etcons@yandex.ru

РОБОТИЗАЦИЯ, ЗАНЯТОСТЬ, ГОСУДАРСТВО

Ключевые слова: специализация, ценовое распределение, государство, общественные блага, роботизация, занятость, безусловный базовый доход.

Эта работа представляет собой чисто экономико-теоретическое (дедуктивное) исследование отношения государства к «непроизводительному классу», возникающему вследствие теоретически возможного исчезновения занятости. Предполагается, что занятость исчезает как результат тенденции роботизации производства (капитал полностью замещает труд). В работе содержится концептуальная критика теории экзогенного государства; фигурирует эндогенное государство. Соответственно объект исследования – отношение эндогенного государства к «непроизводительному классу». Предмет данного исследования – характер отношения эндогенного государства к «непроизводительному классу». Цель исследования – определить заинтересованность эндогенного государства в обеспечении существования «непроизводительного класса». Если «непроизводительный класс», по определению, не занят в производстве и не присваивает факторный доход (заработную плату), то он может существовать за счет трансферта государства. Но есть ли у эндогенного государства экономическая необходимость в существовании данного «класса» (преобладающей части общества, однако, не занятой в производстве)?

O. Yu. Lugovoi

Orenburg state pedagogical University, Orenburg, e-mail: etcons@yandex.ru

ROBOTICS, EMPLOYMENT, THE STATE

Keywords: specialization, price distribution, the state, public goods, robotization, employment, unconditional basic income.

This work is a purely economic-theoretical (deductive) study of the relationship of the state to the “unproductive class” that arises as a result of the theoretically possible disappearance of employment. It is assumed that employment disappears as a result of the trend of robotization of production (capital completely replaces labor). The paper contains a conceptual critique of the theory of the exogenous state; the endogenous state appears. Accordingly, the object of the study is the attitude of the endogenous state to the “unproductive class”. The subject of this study is the nature of the attitude of the endogenous state to the “unproductive class”. The purpose of the study is to determine the interest of the endogenous state in ensuring the existence of the “unproductive class”. If the “unproductive class”, by definition, is not engaged in production and does not assign factor income (wages), then it can exist at the expense of the transfer of the state. But does an endogenous state have an economic need for the existence of this “class” (the predominant part of society, however, not engaged in production)?

В контексте долгосрочной тенденции роботизации производства при определенном теоретическом условии [4] возможно исчезновение занятости и формирование «непроизводительного класса». В этом случае необходимое условие существования последнего – присвоение незанятыми в производстве безусловного (автономного от участия в производстве) базисного дохода.

Идея безусловного базового дохода (а равно и идея сокращения продолжительности рабочей недели) может показаться естественной и закономерной, поскольку в стандартном представлении государство идентифицируется как субъект, экзогенный по отношению к экономике.

В самом деле, в логическом пределе теории экзогенного государства (неоклассический вариант) государство, будучи политическим – и потому лишенным экономического интереса – субъектом, исполняет роль максимизатора общего благосостояния. Как постулируется, в этом качестве государство осуществляет действия, альтернативные действиям экономических агентов – специализирующихся домохозяйств и фирм. В том числе утверждается, что оно совершает особое, отличное по своему типу от рыночного (по сути, от экономического), распределение ресурсов и продуктов, определяемое как перераспределение последних.

Данное различие, констатирует Д. Мюллер, «является фундаментальным для экономической теории...» [6, с. 252]. Вслед за представителями меркантилизма исследователи традиционно дихотомизируют интересы – различают частные и общественные интересы – и соответственно противопоставляют рынок и государство, которым вменяют альтернативные (экономический и политический) способы распределения. В частности, показательна позиция Л. Вальраса. Он утверждает: «государство – не предприниматель; оно не продает своих услуг на рынке ни по принципу свободной конкуренции или равенства продажных цен и себестоимости, ни по принципу монополии или получения максимального чистого продукта; оно часто продает их в убыток, иногда отдает их даром» [2, с. 382]. В его представлении, естественной причиной данного характера действий государства является особенность услуг, предоставляемых государством: «государственные услуги являются предметом коллективного, а не индивидуального потребления» [2, с. 382].

В этом, уточненном выше контексте, закономерное отношение экзогенного государства к отрицательным экономическим последствиям роботизации состоит в том, что для их ограничения государство будет все более ограничивать продолжительность рабочей недели и обеспечивать домохозяйства нефакторным доходом (трансфертом).

Однако указанное отношение представляется теоретически необоснованным вследствие неудовлетворительности собственно теории экзогенном государства.

Проясним вышесказанное.

Пусть, дана некоторая совокупность индивидов, осуществляющих натуральную хозяйственную деятельность. Необходимым обстоятельством существования каждого соответствующего индивида является удовлетворение его индивидуальных потребностей. В силу этого условия каждый из субъектов хозяйственной деятельности объективно заинтересован в удовлетворении своих потребностей.

Допустим, далее, что каждый индивид является универсальным хозяйствующим субъектом – обладающим всеми способностями, необходимыми для производства индивидуально актуальных продуктов. Уни-

версальный хозяйствующий субъект осуществляет планирование будущих потребления и производства, все необходимые виды производственных действий и потребляет совокупность индивидуально актуальных продуктов (благ).

Непосредственно следствие хозяйственной универсальности – хозяйственная полная автономия, полная независимость существования каждого субъекта от индивидуальных хозяйственных действий (планирования, производства, потребления) всех прочих субъектов. Стало быть, хозяйственная деятельность иных индивидов не является существенным условием хозяйственных действий каждого данного универсального субъекта. Деятельность других не является существенным условием потому, что она совершенно не влияет (не содействует или не противодействует) удовлетворению индивидуальных потребностей. Соответственно при данных обстоятельствах экономические отношения отсутствуют. Отсутствует и экономическая необходимость в государстве.

Обратимся далее к экономике. Фундаментальным условием существования рыночного хозяйства является специализация – осуществление каждым индивидом ресурсов на осуществлении особого (специального) вида производственных действий.

Соответственно каждый индивид, в отличие от универсального хозяйствующего субъекта, является специалистом – специальным (частичным) хозяйствующим субъектом. Поэтому индивид не может удовлетворять все свои (частные) актуальные потребности непосредственно продуктом собственной производственной деятельности. Специализация, таким образом, исключает возможность индивидуальной хозяйственной автономии, характерной для деятельности универсального хозяйствующего субъекта.

При условии специализации необходимыми обстоятельствами существования каждого индивида являются: 1) участие в совместном производстве и 2) потребление продуктов действий других (иных специалистов). Соответственно действия прочих специалистов становятся существенными обстоятельствами осуществления каждым данным индивидом производства и потребления. Участие каждого данного специалиста в производстве и совершение

им потребления не могут быть безусловными событиями. Они возможны лишь в случае присвоения (отчуждения) актуальных ресурсов и продуктов. Другими словами, если необходимое условие реализации индивидуальных производственных и потребительских потребностей – взаимодействие с другими, то каков тип (или способ) данного присвоения? Теоретически возможна лишь следующая альтернатива: присвоение (отчуждение) в виде 1) дарения или 2) обмена.

Дарение – это безвозмездное присвоение (отчуждение) продукта (ресурса). Допустим, индивид *A* совершает дарение – безвозмездную передачу (отчуждение) созданного продукта индивиду *B*. Однако дарение, по определению, исключает для индивида *A* возможность присвоения продукта действий индивида *B* и не является основанием для присвоения продукта индивида *C*. При условии дарения возможность совершения производства и потребления продукта деятельности других является случайной. Соответственно дарение не является для специализирующихся субъектов актуальным способом присвоения – типичным действием, необходимым и достаточным для присвоения продукта другого.

Следовательно, специалисты вынуждены будут совершать обмен – возмездное присвоение продуктов специализированных действий.

Допустим, что индивиды *A* и *B* совершают обмен 2-х единиц товара *A* и 4-х единиц товара *B*. Каждый из них осуществляет покупку/продажу в качестве соответственно покупателя/продавца. Контрагенты вынуждены относиться к продуктам *A* и *B* не как к дару (объекту безвозмездной передачи), а как к товару – объекту покупки/продажи; осуществляют товарный (бартерный) обмен.

Существенным условием (совершения) и потому признаком данного типа обмена (покупки–продажи) является определение цены. Строго говоря, в данной ситуации участники обмена определяют две обратно зависимые натуральные (физические) цены. Натуральная цена – это количество единиц другого товара, обмениваемое на единицу данного товара. Как очевидно, цена товара *A* равна 2-м единицам товара *B*, а цена товара *B* равна 0,5 единицы товара *A*. (В случае товарно-денежного обмена возникает денежная цена).

Итак, специализирующийся субъект рыночного хозяйства вынужден совершать товарный (товарно-денежный) обмен в качестве необходимого и достаточного условия последующего потребления. Вместе с тем он вынужден определять цену (цены), к величине которой не может быть безразличен. От величины цены проданного/купленного товара зависит мера удовлетворения соответствующей индивидуальной потребности.

И, таким образом, товарный/товарно-денежный обмен субъектов рыночного хозяйства является ценовым присвоением – возмездным (количественно-определенным) получением доступа к продукту действий других в качестве объекта последующего потребления/производства... (Возможен, но не в нашем, экономическом, случае символический (неценовой) обмен).

Товарно-денежный обмен совершают участники рынка – покупатель и продавец. Между тем в виде товарно-денежного обмена эти агенты осуществляют распределение – определение частной доли присвоения, а именно состава и количества единиц продуктов (ресурсов), присваиваемых каждым частным агентом. Данное распределение является ценовым (товарно-денежным, рыночным) – совершаемым в соответствии с ценой объекта обмена. Кто не может стать участником рынка (покупателем/продавцом), тот тем самым не может участвовать в ценовом распределении, а, следовательно, в производстве и потреблении. Соответственно экономика – тип хозяйственной организации, характеризующийся тем, что условием совершения каждым индивидом производства и потребления является осуществление им ценового (рыночного) присвоения (обмена). Именно рынок – сообщество покупателей и продавцов организует (упорядочивает) производство и потребление.

В контексте изложенного выше возможны следующие суждения.

В ситуации «робинзолады» отсутствуют частные интересы, товары, цены и другие экономические явления (экономика). Ведь между автономно хозяйствующими субъектами, вследствие их хозяйственной универсальности, по определению, нет отношений (взаимодействия), нет хозяйствующего сообщества.

Напротив, при условии специализации каждый индивид может существовать лишь в качестве части рыночно организованного сообщества – частного экономического субъекта, – экономический интерес (и потребности) которого необходимо является частным (являются частными). Стало быть, каждый экономический субъект ориентирован на удовлетворение частных потребностей. Средство удовлетворения частного экономического интереса – товар, а способ удовлетворения – ценовой (товарно-денежный, рыночный) обмен (ценовое присвоение).

Экономические агенты вынуждены конкурировать за возможность частного присвоения товара и, следовательно, за возможность осуществления производства и потребления. Совершая ценовой обмен (ценовое распределение), экономический агент присваивает определенное количество единиц продуктов (ресурсов) действий других, тем самым лишая конкурирующих субъектов возможности (1) частного присвоения и (2) последующего потребления этих единиц продуктов (ресурсов).

Обратимся, далее, к государству. Согласно стандартным представлениям, если существуют лишь частные интересы, то необходимости в государстве нет. Необходимое условие существования государства – наличие общественных интересов. Постулируется, что именно государство необходимо для удовлетворения общественных интересов. Если домохозяйства и фирмы как экономические субъекты ориентированы на удовлетворение частных интересов, то государство, будучи политическим (экзогенным) субъектом, не имеет, по определению, частного (экономического) интереса. Стало быть, государство может и призвано удовлетворять именно и исключительно общественные интересы.

Соответственно стандартно предполагается следующее. Общественный интерес – это интерес, идентичный для абсолютно всех субъектов общества. Средством удовлетворения общественных интересов могут быть только общественные блага. В силу своих «свойств» общественные блага являются антиподом частных благ – товаров.

Общественным благам приписывают следующие «свойства» (признаки) [1, с. 550; 5, с. 67]: неисключаемость в потреблении – невозможность исключения индиви-

да из числа потребителей данного блага; неконкурентность (несоперничество) в потреблении – невозможность уменьшения потребления блага индивидом вследствие его потребления другим индивидом.

Между тем эти «свойства» возможны при условии (еще одного – третьего) «свойства» неделимости – невозможности разделения потребляемого блага на отдельные единицы.

Таким образом, в силу указанных «свойств» общественные блага не могут быть предоставлены экономическими агентами (домохозяйствами и фирмами) в качестве товаров рыночным (ценовым, возмездным) способом, или объектов ценового распределения. Они могут быть представлены и распределены политическим субъектом «государство» в виде «нетовара» нерыночным (неценовым) способом, называемым государственным регулированием. (Неявно, но, в нашей терминологии, по сути, утверждается, что общественное благо представляется в виде дара – безвозмездным способом).

Представления о существовании альтернативных – рыночного (возмездного, ценового) обмена и нерыночного (безвозмездного, неценового) дарения – способов распределения продуктов и ресурсов культивируются вопреки двум фундаментальным и критическим обстоятельствам. (В данной работе методологический аспект [5] опускается).

Во-первых, не существует ни эмпирических, ни теоретических доказательств существования общественного интереса. Более того, «теорема о невозможности» К. Эрроу [9], доказательство П. Самуэльсона [8] и наши собственные аргументы [5] исключают возможность общественных интересов. Из этого необходимо следует некорректность концепции общественных благ. Равным образом, совершенно необоснованны представления о «чистых» и «смешанных» («квазиобщественных») благах [1, с. 550; 5, с. 70].

Следовательно, существование государства в качестве политического (экзогенного) и потому осуществляющего дарение субъекта теоретически и эмпирически обосновать несуществующими общественными интересами и общественными благами невозможно.

Соответственно в экономико-теоретических моделях государство может и долж-

но являться экономическим агентом (пусть и особой, однако, фирмой), который вынужден удовлетворять свои – исключительно частные интересы – ценовым способом, а именно совершая ценовое (рыночное) распределение и присвоение товаров. Если вкратце, то, будучи эмитентом-монополистом денег, государство, продает в обмен на налоги (деньги) свои (в том числе, необходимо взаимоисключающие) долговые обязательства (товары), которые в дальнейшем оно необходимо выполняет лишь частично, соответственно удовлетворяя интересы не всех контрагентов-налогоплательщиков, а только части из них [3; 5]. Не конкретизируя здесь отметим, что частный интерес государства состоит в ориентации на присвоение дохода, необходимого для существования государства.

Таким образом, стандартная теория альтернативных способов распределения экономических ресурсов и продуктов является несостоятельной. Иначе говоря, известные субъекты – домашние хозяйства, фирмы и государство – необходимо конкурируют за возможность удовлетворения частных потребностей. Соответственно они распределяют и присваивают ресурсы и продукты исключительно ценовым способом.

Итак, каково теоретически необходимое отношение эндогенного государства к «непроизводительному классу»? Заинтересовано ли государство в выплате безусловного дохода? Более фундаментальный вопрос: заинтересовано ли оно в существовании «непроизводительного класса»?

Предположим, что происходит полная трансформация производства в автономные автоматизированные (роботизированные) комплексы массового производства. Занятость исчезает, потенциальные работники становятся незанятыми в производстве («непроизводительным классом»).

Невозможность налоговых отношений государства и незанятых исключает эмиссию государством своих долговых обязательств по отношению к последним. Иначе говоря, в аспекте отношения с незанятыми государство не заинтересовано в эмиссии обязательств, так как «непроизводительный класс» в отсутствие факторного дохода не может исполнять роль налогоплательщика – покупателя долговых обязательств государства. Между тем, государство будет вынуждено совершать налогообложение

по отношению к участникам производства (капиталистам, предпринимателям, землевладельцам), эмитируя для них долговое обязательство «обеспечение массового спроса на продукцию производства». Возможный вариант – использование части налогового дохода в качестве непосредственно источника «безусловного» базового дохода, распределяемого в пользу «непроизводительного класса» (безработных). (Строго говоря, этот доход станет условным.) Соответственно взаимодействие «государство – безработные» можно определить как трансферт (дарение).

Однако вместе с тем трансфертное отношение «государство – безработные» – лишь экономически целесообразный элемент фундаментального взаимодействия государства и участников производства лишь при условии массового производства. Ведь опосредованный источник безусловного базового дохода последнего – факторные доходы участников производства, а именно предпринимателей, капиталистов, землевладельцев. И в контексте данного обстоятельства (по отношению к участникам производства) безусловный базовый доход безвозмездным (трансфертом как таковым) не является.

Между тем трансфертное отношение не устраняет собственно экономическую конкуренцию между домохозяйствами, фирмами, государством и ее производственно-технологические последствия. И потому можно допустить долгосрочную тенденцию замещения массового производства средние и мелкосерийным производством.

Как следствие, экономическая необходимость в массовом спросе исчезает. Безусловный базовый доход перестает быть существенным условием осуществления производства и потребления. Соответственно эмиссия государством долгового обязательства «обеспечение массового спроса на продукцию производства» и соответствующие государственные расходы (безусловный базовый доход) становятся неактуальными и для участников производства, и для государства. И, таким образом, в долгосрочном периоде (в ситуации функционирования автономных автоматизированных комплексов средне- и мелкосерийного производства) государство не заинтересовано в существовании «непроизводительного класса».

Библиографический список

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе / пер. с англ. 4-е изд. М.: Дело Лтд, 1994. 720 с.
2. Вальрас Л. Элементы чистой политической экономии или Теория общественного богатства / пер. с фр. Егоров И.А, Белянин А.В. М.: Изограф, 2000. 448 с.
3. Луговой О.Ю. Происхождение государства, денег и налогов // Вестник Оренбургского государственного университета. 2006. № 2-1 (52). С. 112-118.
4. Луговой О.Ю. Роботизация и перспективы занятости // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 9-1. С. 76-80.
5. Луговой О.Ю. Теория конкурирующего государства. Оренбург: Изд-во ОГПУ, 2006. 500 с.
6. Мюллер Д. Теория общественного выбора / Панорама экономической мысли конца XX столетия / под ред. Д. Гринэуэя, М. Блини, И. Стюарта: в 2 т. Т. 1 / пер. с англ. под ред. В.С. Автономова и С.А. Афонцева. СПб.: Экономическая школа, 2002. С. 248-303.
7. Нуреев Р.М. Теория общественного выбора. Курс лекций. М.: ГУ ВШЭ, 2005. 531 с.
8. Самуэльсон П.Э. Общественные кривые безразличия / Вехи экономической мысли. Экономика благосостояния и общественный выбор. Т. 4. Под общ. ред. А.П. Заостровцева. СПб.: Экономическая школа, 2004. С. 135-164.
9. Эрроу К.Дж. Коллективный выбор и индивидуальные ценности: пер. с англ. / науч. ред., авт. предисл., послесл. Ф.Т. Алескеров. М.: ГУ ВШЭ, 2004. 204 с.

УДК 332.1

Т. А. Нагоева

Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова», Пермь, e-mail: nagoeva.ta@mail.ru

МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА

Ключевые слова: система управления, социально-экономическое развитие; санаторно-курортный комплекс, модель, стратегия, инструменты.

Исследование, проведенное автором, содержит глубокий анализ теоретико-методологических основ системного, отраслевого, кластерного и сетевого подходов в моделировании системы управления социально-экономическим развитием санаторно-курортного комплекса. Санаторно-курортный комплекс является сложной динамической системой, оказывающей влияние на интенсификацию преобразований курортных территорий, регионов и страны в целом. Многочисленные научные исследования по проблемам развития комплекса подчеркивают его значимость в решении важных стратегически задач государства, связанных с повышением качества человеческого потенциала. Анализ научных положений, статистики, данных нормативно-правовых и стратегических документов позволил выявить некоторые проблемы, снижающие эффективность систем управления, поэтому необходим выбор инструментарий по их достижению, соответствующий экономическим реалиям. В статье приведена развернутая характеристика уровня развития санаторно-курортного комплекса Пермского края с выделением определенных закономерностей в том числе отражены результаты экспертно-аналитического метода исследования. Системный подход к моделированию системы управления позволил уточнить внутренние и внешние связи санаторно-курортного комплекса в качестве как относительно обособленной структуры, как и элемента в составе сложных социально-экономических систем и разработать стратегии, учитывающие приоритетность достижения различных параметров.

Т. А. Nagoeva

Perm Institute (branch) of the Plekhanov Russian University of Economics, Perm, e-mail: nagoeva.ta@mail.ru

MODELING OF THE MANAGEMENT SYSTEM FOR THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE SANATORIUM-RESORT COMPLEX

Keywords: management system, socio-economic development; sanatorium and resort complex, model, strategy, tools.

The research conducted by the author contains a deep analysis of the theoretical and methodological foundations of the system, industry, cluster and network approaches in modeling the management system of the socio-economic development of the sanatorium-resort complex. The sanatorium-resort complex is a complex dynamic system that affects the intensification of transformations of resort territories, regions and the country as a whole. Numerous scientific studies on the problems of the development of the complex emphasize its importance in solving important strategic tasks of the state related to improving the quality of human potential. The analysis of scientific provisions, statistics, data of regulatory and strategic documents has revealed some problems that reduce the effectiveness of management systems, so it is necessary to choose tools for achieving them that correspond to economic realities. The article presents a detailed description of the level of development of the sanatorium-resort complex of the Perm Region with the allocation of certain patterns, including the results of the expert-analytical method of research. A systematic approach to modeling the management system made it possible to clarify the internal and external relations of the sanatorium-resort complex as a relatively separate structure, as well as an element in complex socio-economic systems, and to develop strategies that take into account the priority of achieving various parameters.

Введение

Высокоэффективная система управления санаторно-курортным комплексом (СКК) способна решать различные задачи территориального развития, связанные

с оптимизацией рынка труда и улучшением доходов населения, ростом качества инфраструктуры (транспортной, логистической, бытовой и т.д.), формированием интереса у инвесторов и потенциальных туристов

к региону. Медико-профилактические функции комплекса на базе природно-ресурсного потенциала способствуют улучшению здоровья отдыхающих, положительно влияют на качество жизни населения. В настоящей статье авторское уточнение функций санаторно-курортного комплекса региона предусматривает социально-экономическую, производственную, управленческую, рекреационную и природно-экологическую функции.

Система управления социально-экономическим развитием санаторно-курортного комплекса оказывает положительный эффект на курортные территории и регионы. В связи с этим законодательно закреплены основы стратегического управления комплексом, особенно следует отметить Стратегию развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации [27]. В документе определены ключевые ориентиры управления СКК на принципах рационального использования природных лечебных ресурсов и экономической целесообразности, которые будут способствовать развитию курортно-рекреационных территорий и лечебно-оздоровительного туризма в условиях рыночной интеграции.

Развитие системы управления должно учитывать факторы и условия асимметричного развития региональных комплексов:

- большинство регионов РФ не обладают природно-рекреационными, трудовыми и предпринимательскими ресурсами для развития курортного дела (Республики Тыва и Калмыкия, Астраханская и Орловская области, Камчатский край, Чукотский АО);

- сложное социально-экономическое положение регионов и уровень жизни населения оказывает прямое влияние на спрос на услуги здравниц. Регион по развитию природно-сырьевой базы и инфраструктуры может являться лидером, но одновременно могут присутствовать негативные тенденции снижения качества жизни населения и изменения демографических показателей. [28].

- способность регионального комплекса конкурировать на межрегиональном и национальном уровнях зависит от множества факторов, среди которых особым блоком следует выделить уровень социально-экономического развития субъекта Федерации. Сокращение числа санаторно-курортных организаций (СКО) и значительный износ материально-технической базы свидетель-

ствуют об отсутствии интереса инвесторов. Средний темп снижения капитальных вложений в целом по РФ составил 72% за последние пять лет [23].

- развитие комплекса становится приоритетом государственной региональной политики регионов с курортной специализацией (Краснодарский край, Ставропольский край и Республика Крым). В большинстве субъектов вопросы развития санаторно-курортного комплекса рассредоточены в различных государственных программах, косвенно относящихся к объекту исследования настоящей статьи.

Не стал исключением комплекс Пермского края. Государственные программы, которые приняты и реализованы за последние десять лет, к сожалению, не обеспечили рост ключевых показателей развития и достижение запланированных индикаторов.

Целью настоящей статьи является изучение научно-теоретических подходов и определение инструментального обеспечения системы управления социально-экономическим развитием СКК Пермского края.

Материал и методы исследования

Методологические аспекты моделирования развития СКК представлены в работах следующих отечественных ученых: М.С. Оборин [17,18, 19], Н.В. Фролова [19, 35], Е.Р. Мингазина [19], Л.Г. Агасаров и В.И. Лимонов [1], И.Н. Дышловой, В.А. Лукьяненко и О.В. Прохорова [9], Г.С. Лопушняк, З.М. Бурик и В.В. Кириллюк [12], О.Н. Быкова [4], М.Ю. Шерешева [21], Т.В. Бай [3], Н.А. Савельева [31], А. О. Ростенко, С. А. Цветков и А. Н. Черных [30], Р.Р. Тимиргалеева и И.Ю. Гришин [33] и др.

Управление социально-экономическим развитием СКК Пермского края, по нашему мнению, должно основываться на системном, ситуационном, отраслевом, межотраслевом, пространственном теоретико-методологических подходах. Системный подход в проектировании модели управления СКК представлен в научных публикациях М.С. Оборин [22], В. Г. Присенко и З. Р. Махкамовой [24], И. С. Гусева [7], Л. Г. Агасарова и В.И. Лимонова [1], Т.А. Нагоевой [16]. По мнению Л.Г. Агасарова и В.И. Лимонова, наибольшей результативностью будет обладать модель комплекса, основанная на многообразии форм собственности и хозяйствования [1].

Научно-теоретические концепции рыночной интеграции также должны учитываться при проектировании систем управления СКК на различных субъектных уровнях. Следует выделить научные публикации М.С. Оборина [22], Т.В. Бай [3], А.А. Ракитской [25], посвященные вопросам кластеризации. Сетевой подход в моделировании развития СКК представлен в работах М.Ю. Шерешевой и М.С. Оборина [21]. Отдельные аспекты моделирования приведены в работах С.Ю. Цёхлы, Н.А. Симченко, Е.А. Полищук и И.Н. Подсмашной [32], А.О. Ростенко, С.А. Цветкова и А.Н. Черных [30], Н.А. Савельевой [31], И.С. Гусева [7], А.Е. Архипова, А.А. Клеймана и И.Ю. Севрюкова [2], В.А. Малышенко [13,14], В.И. Лимонова [11], А.М. Ветитнева и А.А. Торгашевой [5], Т.Е. Гварлиани и М.Н. Едигорьяна [6], У.В. Филатова [34] и др.

Результаты исследования и их обсуждение

Механизм управления комплексом претерпел множество изменений на различных исторических этапах его формирования. Исследовательский этап развития (1703-1917гг.) характеризовался преобладанием частной формы собственности на источники природных лечебных ресурсов и средства размещения, государственная роль при этом состояла в учете месторождений и формировании правил медицинского использования ресурсов. Советский этап (1917-1991) наоборот укрепил и существенно расширил государственные полномочия и одновременно повысил значимость научно-исследовательской составляющей. В результате проведения радикальных экономических реформ, цель которых сводилась к формированию «новой» экономики на основе рыночных принципов, произошли серьезные изменения в управлении санаторно-курортным комплексом страны в рамках современного этапа (1991-2022). Систематизация научных знаний об особенностях функционирования СКК Прикамья в конкретный исторический период позволит учесть ряд закономерностей в проектировании модели социально-экономического развития СКК.

Настоящее исследование предполагает представление результатов управления СКК Пермского края с учетом анализа социально-экономического, географического, этно-

культурного аспектов. Пермский край среди субъектов Российской Федерации выделяется существенным запасом и разнообразием природных и высоким промышленным потенциалом. При этом на протяжении последнего десятилетия ряд социально-экономических показателей, к сожалению, демонстрирует снижение. Так коэффициент опережения роста ВРП и в пересчете на душу населения не превышает 1,0, что свидетельствует об отсутствии экономического роста в регионе, падает объем экспорта товаров и услуг (в среднем на 7% в год), произведенных в регионе. При этом реальная заработная плата растет чуть большими темпами в сравнении с производительностью труда, что также противоречит принципам экономического роста. Численность населения в Пермском крае за последние 10 лет сократилась на 2,34% и составила на 01.01.2021г. 2 579 261 чел. и причиной следует считать миграцию населения трудоспособного возраста [23]. Граждане переезжают в регионы, где, по их мнению, реальные располагаемые доходы выше это г. Москва и Московская область, г. Санкт-Петербург, Калининградская область и Краснодарский край. Улучшение качества жизни также во многом определяющий фактор миграции населения.

В начале 2020 года агентство «РИА Новости» подвело итоги ежегодного рейтинга регионов по качеству жизни: лидирующие позиции заняли Москва (82,164 балла – 1 место), г. Санкт-Петербург (80,634 балла- 2 место), Московская область (76,068 балла – 3 место); аутсайдерами стали такие регионы как Забайкальский край (26,889 балла – 84 место) и Республика Тыва (17,506 балла -85 место); Пермский край занимает в 2021 году 48 место (44,984 балла). [29]

Изменение качества жизни людей в регионе предполагает определенных мер Правительства региона, в том числе и в области санаторно-курортного лечения, реабилитации и профилактики. Если опять же вернуться к данным, ранее приведенного рейтинга регионов РФ, то в регионах с «сильным» СКК (Республика Татарстан – 4 место;) Краснодарский край -6 место; Ставропольский край -23 место; Республика Башкортостан-29 место) качество жизни людей значительно лучше, в частности показатель продолжительности жизни превышает среднее значение на 2-4 года. Ключевым преимуществом СКК следует считать высокий

уровень государственной поддержки, реализуемый через спектр различных государственных программ и социальных проектов.

В Пермском крае практика применения программно-целевого подхода к планированию развития по оценке большинства экспертов [8, 13] оказалась неудовлетворительной. Динамика показателей подтверждает выводы экспертов (таблица 1).

В 2020 году количество санаторно-курортных организаций составило – 38, в том числе многопрофильные курорты «Курорт Ключи», «Усть-Качк» и «Демидково», что на 23 СКО меньше с начала периода реализации программ развития, затрагивающих СКК. Общий номерной фонд санаторно-курортного комплекса Пермского края включает 3110 номеров, динамика за последние годы отражает тенденцию снижения. Сократилось также число мест в санаторно-курортных организациях края, в 2020 году по сравнению с 2006 годом их число снизилось на 13,65% [23].

На рисунке 1 отражена динамика доходов СКО Прикамья. При расчете показателя в постоянных ценах был использован индекс потребительских цен стоимости 1 санаторно-курортного дня.

Серьезным образом на социально-экономическое положение Пермского края и ситуацию в СКК оказала в последний год пандемия COVID-19. По оценке экспертов [28], для достижения показателей 2019 года комплексу понадобится примерно пять лет. СКО-лидеры СКК Прикамья восстановятся быстрее – от года до полутора лет. Вследствие ограничений, установленных Правительством РФ и Законодательным собранием Пермского края, СКО недополучили примерно 33% доходов (а именно, Усть-Качка 35,5%, Ключи – 32,5%, Уральская Венеция -40%). Меры поддержки, оказанные Правительством страны и региона действенные (туристический кэшбек, отсрочка по налогам и сборам, льготное кредитование и т.д.), но их недостаточно.

Таблица 1

Состояние санаторно-курортного комплекса Пермского края*

Показатель	1917	1991	2007	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Санаторно-курортные организации, ед.	47	101	61	43	38	43	41	39	40	38
Число мест в санаторно-курортных организациях, ед.	-	11200	9257	7905	6920	7420	7492	7423	7310	7111
Число ночевков в санаторно-курортных организациях, тыс. ед.	-	2142,0	2088,8	1656,6	1429,9	1513,7	1521,3	1533,8	1552,8	884,6
Численность размещенных лиц в санаторно-курортных организациях, тыс. чел.	0,7	153,0	138,0	130,6	124,0	136,0	133,0	147,1	156,0	87,7

Примечание. *составлено по [16; 17; 18; 19; 20; 21; 22; 23].

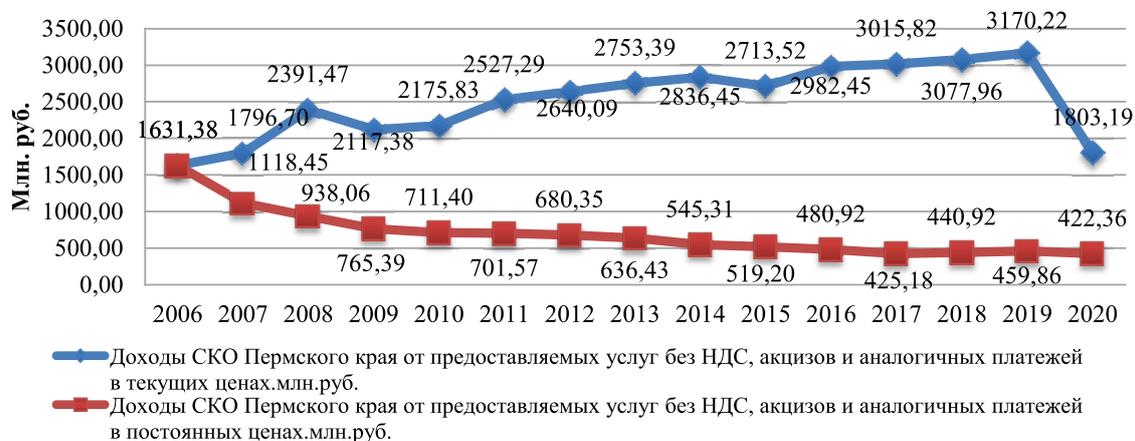


Рис. 1. Динамика доходов СКО Пермского края [23]

Рейтинговые позиции комплекса Пермского края представлены в сравнении с регионами Российской Федерации (таблица 2).

СКК Прикамья обладает рядом уникальных характеристик: 1) разнообразие природных лечебных ресурсов, добываемых на территории края; 2) многопрофильность санаторно-курортных организаций; 3) инфраструктурная развитость региона. При этом доля Прикамья в санаторно-курортном комплексе РФ в 2020 году не велика и составляет 1,9% (в 2019г.- 2,1%). Лидерство среди субъектов РФ на протяжении 15 лет принадлежит Краснодарскому краю, а среди субъектов Приволжского федерального округа выделяется комплекс Республики Башкортостан (его доля 5,92%). Данные таблицы 2 свидетельствуют об ухудшении позиции комплекса Пермского края в 2015 году в национальном рейтинге по ключевым показателям (причина включение СКК Республики Крым в национальный комплекс) и в 2020 году (введение социально-экономических ограничений в связи с пандемией).

Проведенный анализ социально-экономического положения СКК Пермского края позволяет сделать ряд выводов, полезных для дальнейшего построения модели системы управления развитием СКК:

– сокращение СКО чуть менее быстрыми темпами уменьшения числа мест может свидетельствовать о процессах реорганизации и (или) слиянии и поглощении. Государственные санатории оптимизируют структуру управления, частные СКО инвестируют

в оснащение материально-технической базы;

– одновременный рост числа ночёвок и числа размещенных лиц свидетельствует об изменениях конструкта санаторно-курортной услуги меняется (к примеру часто отдыхающий уменьшает число дней пребывания на курортах и частично и (или) полностью отказывается от лечения и т.д.). Увеличивается оборачиваемость номерного фонда и других показателей, однако лечебно-профилактический эффект для отдыхающего становится практически не заметен.

– рост стоимости санаторно-курортной путевки идущий в разрез с динамикой реальных доходов населения. Повышение стоимости санаторно-курортной путевки оправдано собственниками на основе затратного метода. При этом большинство СКО не проводят маркетинговые исследования в рамках, которых им бы удалось выработать клиентоориентированную политику в области ценообразования;

– снижение конкурентоспособности СКК Прикамья как на национальном уровне, так и на межрегиональном уровне. Конкурентоспособность санаторно-курортного комплекса – способность СКК создавать и развивать факторы, позволяющие производить конкурентоспособные санаторно-курортные услуги, одновременно конкурируя на различных уровнях (микроуровне, субнациональном, национальном, международном) и создавая условия для социально-экономического развития территорий [20].

Таблица 2

Рейтинг санаторно-курортного комплекса Пермского края в РФ*

Рейтинг СКК Пермского края:	2006	2010		2015		2019		2020	
	место	место	динамика	место	динамика	место	динамика	место	динамика
– по числу СКО среди субъектов РФ	9	9	0	11	↓ 2	11	0	14	↓ 3
– по числу размещенных лиц среди субъектов РФ	10	11	↓ 1	11	0	10	↑ 1	13	↓ 3
– по числу мест в СКО среди субъектов РФ	13	11	↑ 2	13	↓ 2	12	↑ 1	12	0
– по числу ночёвок в СКО среди субъектов РФ	11	11	0	12	↓ 1	11	↑ 1	11	0
– по сумме доходов СКО среди субъектов РФ	7	8	↓ 1	8	↓ 1	8	0	12	↓ 4
– по сумме затрат, в СКО среди субъектов РФ	9	9	0	11	↓ 2	10	↑ 1	10	0

Примечание.* составлено по [16; 17; 18; 19; 20; 21; 22; 23].



Рис. 2. Этапы моделирования системы управления социально-экономическим развитием санаторно-курортного комплекса (разработано автором)

Изменению сложившейся ситуации может способствовать разработка и внедрение системы управления социально-экономическим развитием санаторно-курортного комплекса региона. Моделирование системы управления социально-экономическим развитием санаторно-курортного комплекса региона включает несколько стадий (рисунок 2).

В рамках первого этапа моделирования системы управления необходимо обозначить стратегическую цель и перечень тактических (промежуточных) целей. Стратегические цели управления социально-экономическим развитием санаторно-курортного комплекса региона состоят в повышении его конкурентоспособности на межрегиональном, национальном рынках за счет создания эффективного механизма совершенствования качества санаторно-курортных услуг и в достижении высоких темпов экономического роста, сопровождающихся положительным изменением качества жизни людей в регионе. Среди тактических следует выделить: комплексное развитие курортно-рекреационных территорий региона; развитие санаторно-курортного бизнеса по мировым стандартам; создание эффективной системы продвижения услуг регионального СКК; активизация государственно-частного партнерства в реализации инвестиционных проектов развития СКК; повышение эффективности субъектов СКК (лечебной, экономической, социальной, бюджетной).

Цель предполагает решение задачи, решение которых приоритетно для системы управления социально-экономическим развитием СКК. Задачи сгруппированы в разрезе функций комплекса (авторская интерпретация) (таблица 3).

Этап 2 «формирование механизмов и инструментов системы управления социально-экономическим развитием СКК» подразумевает выделение субъектов системы управления и наделения их определенными полномочиями, а также формирование индикаторов. Укрупненно индикаторы должны отражать динамику ключевых показателей качества жизни, изменения инвестиционной привлекательности СКК, повышение конкурентоспособности и т.д. Система инструментов также должна учитывать критерии устойчивого развития социально-экономических систем: должна быть экономически эффективной, обеспечивать улучшение социальных показателей, включать систему мер рационального природопользования.

Теория и практика управления развитием санаторно-курортного комплекса предполагает исследование множества показателей экономической, социальной, природно-экологической и медицинской эффективности. Однако этот перечень следует дополнить показателями инфраструктурного развития курортно-рекреационной территории и оценки степени влияния СКК на социально-экономическое развитие региона.

Таблица 3

Приоритетность управленческих задач в разрезе функциональной составляющей СКК*

Функция СКК	Задача в области управления социально-экономическим развитием СКК	Степень значимости
Медико-биологическая	Активизация научно-исследовательской работы по разработке новых методов и способов лечения болезней в рамках санаторно-курортной организации.	Средняя
Природно-экологическая	Разработка и эксплуатация месторождений природных лечебных ресурсов должна проходить опираясь на принципы рационального природопользования.	Средняя
Рекреационная	Введение ряда ограничительных мер по эксплуатации территории СКО. Создание фонда денежных средств на развитие рекреационной инфраструктуры СКК.	Высокая
Производственная	Внедрение технологии бережливого производства в деятельность СКО	Средняя
Социально-экономическая	Обеспечение в регионе социально-экономических условий для развития СКК, важное значение имеет механизм, обеспечивающих рост благосостояния граждан. Повышение инвестиционной привлекательности СКК (развитие механизмов частно-государственного партнерства). Создание специальных экономических фондов. Совершенствование системы социального обеспечения нуждающихся категорий населения санаторно-курортными путевками.	Высокая
Управленческая	Создание системы продвижения регионального санаторно-курортного продукта. Провести оптимизацию структуры управления СКК .	Высокая

Примечание.*разработано автором.

Далее на рисунке 3 приведены результаты расчета интегрального показателя по каждой группе:

1. природно-экологические факторы санаторно-курортного комплекса включает показатели оценки и анализа экономико-географического положения комплекса, эффективность использования природных лечебных ресурсов, природно-ресурсный потенциал;

2. показатели лечебной эффективности подтверждают обоснованность значительной роли в здоровьесбережении населения;

3. экономическая эффективность, характеризует доходность, конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность комплекса;

4. социальная эффективность, предполагает оценку социально значимых критериев, к примеру, уровень дохода работников санаторно-курортной сферы, и потребительский спрос и т.д.;

5. инфраструктурное развитие включает оценку качества объектов и их соответствие потребностям жителей региона и отдыхающих;

6. влияние на социально-экономическое развитие региона обосновано высокой степенью интеграции в социально-экономическое пространство субъекта, на территории которого он находится.

Каждая группа показателей ранжировалась экспертами по пятибалльной системе. Также учитывался вес группы показателей в модели. Исследование проводилось в период 2018-2020 гг. путем опроса экспертов в количестве 85 человек, распределение осуществлялось следующим образом: руководители курортов, санаториев – 11 человек; заместители руководителя по лечебной части – 18 человек; представители министерств и ведомств – 12 человек; руководители отделов и служб санаторно-курортных организаций – 35 человек; ученые-эксперты – 9 человек и др.

Показатели оценки социально-экономического развития санаторно-курортного комплекса региона включает анализ использования всех специфических ресурсов СКК, а также зависимость комплекса от окружающей его среды. Расчет предусматривает наличие обобщающих показателей по каждому блоку.

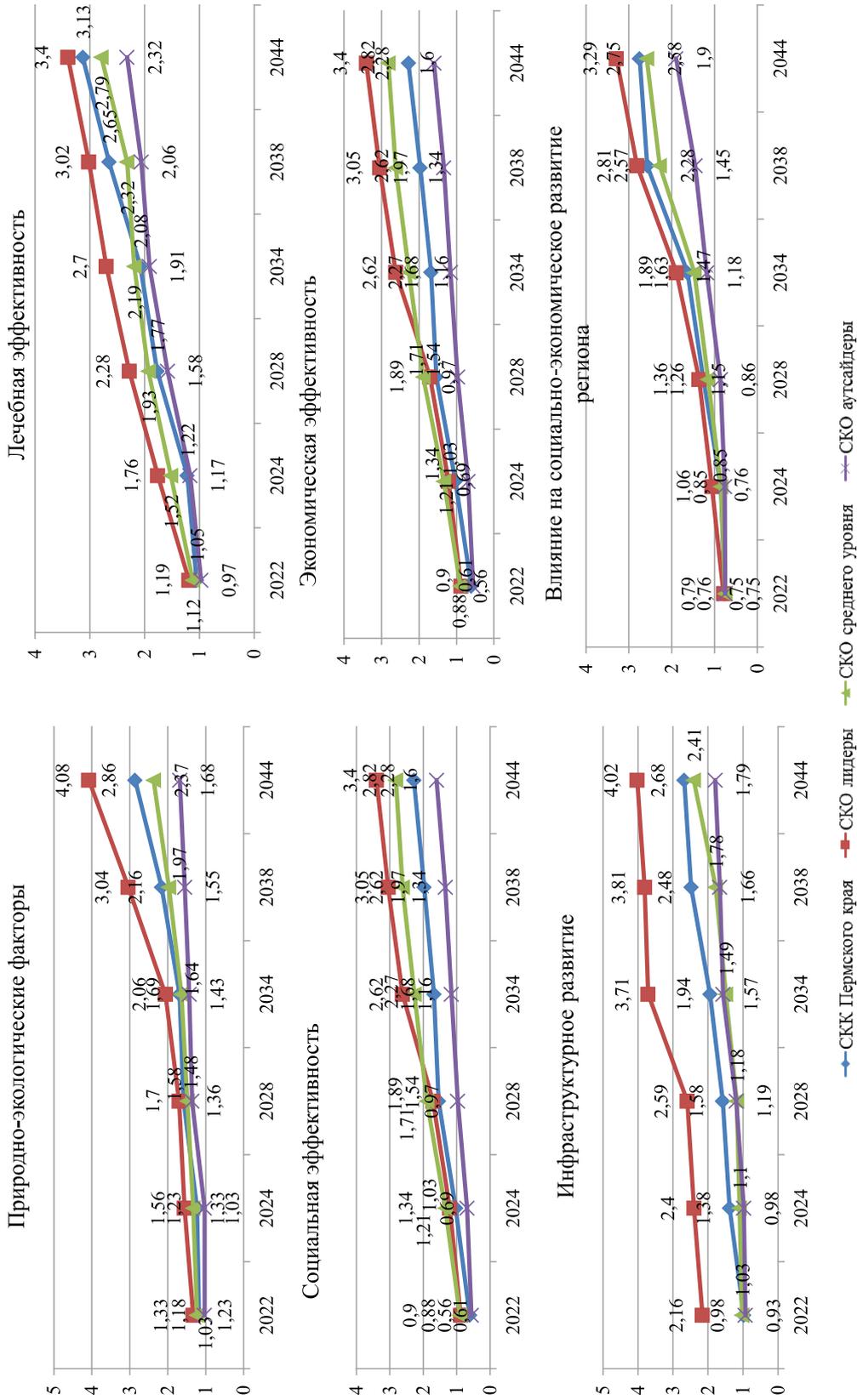


Рис. 3. Экспертное ранжирование показателей социально-экономического развития СКК Пермского края (разработано автором)

Список СКО Пермского края

СКО лидеры	СКО среднего уровня	СКО аутсайдеры
<p>ЗАО «Курорт «Усть-Качка», ЗАО «Курорт Ключи «Ключи»</p>	<p>ООО Санаторий «Демидково», ООО «ЛПП СП «Алмед»</p>	<p>ГБУЗ ПК «Санаторий «Светлана», ГБУЗ ПК «КДС №1 «ИРЕНЬ», ООО «Санаторий «Уральская Венеция», Санаторий «Красный яр», МУП «Санаторий- профилакторий «Жемчужина», МУП СП «Здоровье», ГБУЗ ПК «Санаторий» Орленок», ГБУЗ ПК «КДС №6 «Мальш», ООО Санаторий «Рябинка» ООО «ЕвроЗдрав», ООО «Санаторий профилакторий «Чайка», ООО Санаторий профилакторий «Уральский», ООО «КСП «Родник», ГБУЗ ПК «КДС №4», ООО Санаторий профилакторий «Зорька», ООО «Санаторий профилакторий «Камские зори», ООО «Санаторий профилакторий «Закамский», ООО «курорт «Тенториум СПА», ООО «Санаторий профилакторий «Вита», ООО «Оздоровительный комплекс «ИВАН – ГОРА», ГБУЗ ПК «КДС №7 «Росинка», ООО «С/П «Изумруд», ООО «Санаторий «Пермский», ООО ДСОЛКД «Изумруд», ООО «МЦ «Здравие», ООО «Респект», ООО «Малахит», ООО ЛОК «ключи», ЗАО «ПВЛ «Философия красоты», ООО «Развитие НПФ».</p>

Уровень социально-экономического развития курортов, расположенных в Пермском крае, был изучен на основе авторского методического подхода с применением экспертного метода. Также применена авторская классификация к субъектам санаторно-курортной деятельности в Пермском крае (таблица 4).

Большинство организаций, приведенных в третьей графе таблицы 4 не являются много профильными и отнесены к группе аутсайдеров по причине финансово-экономической неустойчивости (предприятия несут убыток к год от году).

Благодаря авторскому методу удалось спрогнозировать развитие СКК Прикамья в целом с СКО (в разрезе групп в частности) (рисунок 4). В прогнозном периоде с 2022 до 2044 года динамика в разрезе показателей и групп авторской классификации СКО будет следующей:

- благодаря системному использованию инструментов, предложенной модели практически все показатели, характеризующие ту или иную составляющую, по мнению экспертов улучшаться. На графиках отчетливо виден тренд роста как в целом по СКК так и по группам курортов.;

- темп изменений природно-экологических условий будет существенно меньше, чем темп показателей, характеризующих экономическую эффективность, это объяснимо рядом особенностей: промышленной специализацией Прикамья; наличием суще-

ственных барьеров в освоении месторождений; неблагоприятными экологическими условиями;

- высокая дифференцированность показателей лечебной эффективности, представленных на рисунке 3, связана с отсутствием финансовых возможностей у предприятий-аутсайдеров внедрять инновационные медицинские технологии и обновлять материально-техническую базу. Лидирующие курорты наоборот обладают доступом к государственным субсидиям и инвестиционно привлекательны;

- наиболее существенный скачок группы экономических показателей возможен при успешной реализации инструментального сопровождения стратегии, в рамках которой на государственном регулятивном уровне будет реализован комплекс мер связанных с информатизацией комплекса и созданием единой системы продвижения СКК, предположительно скачок возможен при переходе от 2034 года к последнему этапу;

- развитие инфраструктуры позволит повысить качество и диверсификацию санаторно-курортных услуг, однако это потребует существенных финансовых ресурсов, что в свою очередь приведет к некоторой рецессии показателей на протяжении прогнозного периода;

- социальная эффективность комплекса в качестве одного из критериев оценки предполагает изучение степени профилизации. Ключевую роль в прогнозном периоде в до-

стижении высоких показателей социальной эффективности играют именно многопрофильные курорты, то есть СКО-лидеры.

Концептуальная схема модели системы управления социально-экономическим развитием СКК представлена схематично (рис. 4).

Следующим логическим этапом проектирования системы управления следует считать анализ результатов. В разрезе предложенных стратегий ожидаемые результаты представлены в таблице 5.

Предложенные стратегии и заявленные ожидаемые результаты не противоречат Стратегии развития санаторно-курортного комплекса РФ до 2024 года, утвержденной распоряжением Правительства Распо-

ряжение Правительства РФ от 26.11.2018 N 2581-р [26, 27].

Выводы

В качестве итогов проведенного исследования целесообразно обозначить ряд ключевых проблем, характерных для большинства региональных СКК:

1. неравномерность структуры СКК, проявляющая в уровне доходности и прибыльности, препятствует развитию;
2. большинство организаций комплекса из-за низкого качества услуг и высокого уровня износа материально-технической базы не могут рассчитывать на получение государственных субсидий и их деятельность не интересна потенциальным инвесторам.

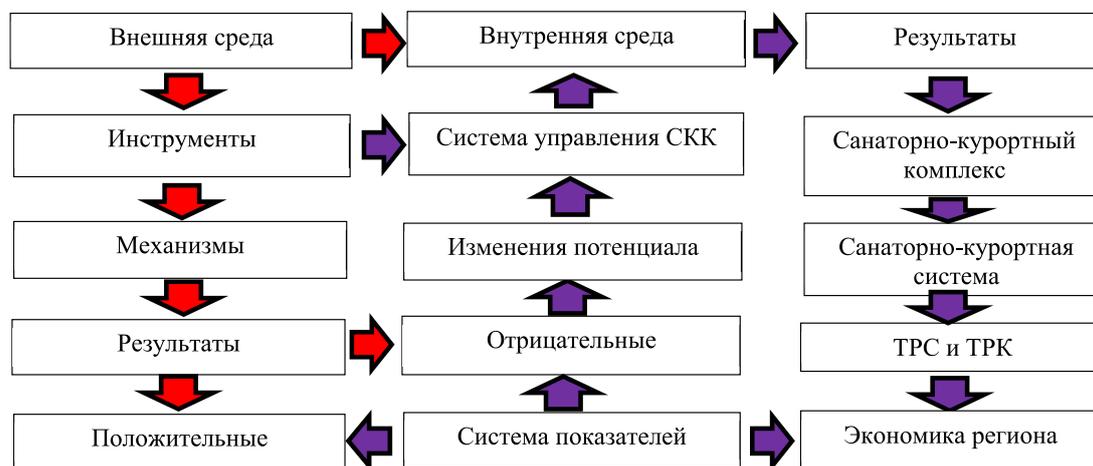


Рис. 4. Концептуальная схема модели системы управления социально-экономическим развитием санаторно-курортного комплекса (разработано автором)

Таблица 5

Агрегированные конечные ожидаемые результаты реализации стратегий*

Ожидаемый результат	Стратегия компенсации	Стратегия позиционирования	Стратегия развития
Занятие лидирующей позиции на рынке СКУ		+	+
Повышение экономического потенциала СКК	+	+	+
Повышение качества жизни населения	+	+	+
Изменение санаторно-курортной услуги под запрос потребителя	+	+	+
Создание и продвижение регионального бренда	+	+	+
Рост инвестиционного потенциала СКК		+	+
Повышение и качества и безопасности сопутствующих услуг		+	+
Преобразование механизма хозяйствования в СКК			+

Примечание. *разработано автором.

3. существующие программы по развитию санаторно-курортного комплекса в большинстве регионов акцентируют внимание на реабилитационной помощи отдельным категориям граждан в форме субсидирования части стоимости санаторно-курортной путевки, соответственно возникшие ограничения значительно сужают число потенциальных рекреантов;

4. государственные региональные программы, предусматривающие инфраструктурное развитие, направлены на создание новых туристских объектов, маршрутов и объектов для занятий спортом и средства данных программ существенно ограничены;

5. существующие мероприятия по продвижению санаторно-курортных услуг в большинстве регионов (исключение

Краснодарский край) неэффективны вследствие отсутствия региональной маркетинговой стратегии, что в свою очередь является сдерживающим фактором в привлечении отдыхающих из других регионов страны.

Разработанные стратегии учитывают актуальные тенденции рыночной интеграции и активного развития цифровой среды, повышающей прозрачность коммуникации субъектов курортной медицины, методов и форм контроля, что в последующем повлечет оптимизацию взаимодействия на различных уровнях управления СКК.

Эффективность внедрения системы управления социально-экономическим развитием СКК подтверждается достижением стратегических целей, соответствующих сформированным стратегиям.

Библиографический список

1. Агасаров, Л. Г. Основные этапы эволюции модели организации и системы управления санаторно – курортного обслуживания в России (краткий обзор литературы) / Л. Г. Агасаров, В. И. Лимонов // Вестник новых медицинских технологий. Электронное издание. – 2020. – № 5. – С. 130-136.
2. Архипов, А. Е. Моделирование процесса информационного обеспечения комплекса продвижения санаторно-курортной организации / А. Е. Архипов, А. А. Клейман, И. Ю. Севрюков // Проблемы современной экономики. – 2018. – № 2(66). – С. 241-246.
3. Бай, Т. В. Кластерный подход к развитию санаторно-курортного комплекса региона / Т. В. Бай // Корпоративная экономика. – 2019. – № 3(19). – С. 40-50. Оборин, М. С. Форсайт-технология развития конкурентных преимуществ курортно-рекреационных кластеров / М. С. Оборин, С. Ю. Цехла // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. – 2019. – Т. 21. – № 1. – С. 28-39. – DOI 10.15688/jvolsu3.2019.1.3.
4. Быкова О.Н. Разработка организационно-экономической модели управления санаторно-курортным комплексом Сочинского региона // Вестник ТГУ. 2008. №4. С.379-386.
5. Ветитнев А. М., Торгашева А.А. Определение влияния лечебно-оздоровительного туризма на экономику региона/ А. М. Ветитнев, А.А. Торгашева // Проблемы современной экономики. 2013. №4 (48). С. 352 – 355.
6. Гварлиани, Т.Е. Проблемы управления курортными и экономическими ресурсами Черноморского побережья/ Т.Е.Гварлиани, М.Н. Едигорян // Вестник СГУТ иКД. 2011. №3. – С. 42-45.
7. Гусев, И. С. Современные инновационные процессы в санаторно-курортной системе оздоровления человека (организационный аспект) / И. С. Гусев // Проблемы современной экономики. – 2012. – № 4(44). – С. 344-347.
8. Дроздецкая А.А. Государственные, региональные и муниципальные программы развития туризма как фактор устойчивого развития приграничных регионов северо-запада России/ А.А. Дроздецкая // Проблемы современной экономики. 2013. № 2 (46). С. 283-286.
9. Дышловой, И.Н. Моделирование принятия управленческих решений с учетом специфики сферы санаторно-курортных услуг региона/ И.Н. Дышловой, В.А. Лукьяненко, О.В. Прохорова // Друкерровский вестник. 2020. № 1 (33). С. 341-352.
10. Клейман, А.А. Перспективные направления и факторы устойчивого развития санаторно-курортных организаций в регионах России на основе кластерного подхода/ А.А. Клейман, М.С. Оборин, О.А. Бабанчикова // В сборнике: Актуальные проблемы менеджмента: менеджмент как важнейший фактор экономического роста и подъема уровня жизни в регионах. материалы международной научно-практической конференции. Санкт-Петербургский государственный университет. 2019. С. 48-53.

11. Лимонов, В.И. Современный организационно-финансовый механизм в санаторно-курортной сфере / В.И. Лимонов // Вопросы курортологии, физиотерапии и ЛФК. – 2006. – № 1. – С. 28-30.
12. Лопушняк, Г.С. разработка интегрированного комплекса рычагов эффективного управления развитием санаторно-курортных предприятий/ Г.С. Лопушняк, З.М. Буряк, В.В. Кириллук// The caucasus. Economic and social analysis journal of southern Caucasus. 2020. Т 1 № 35. с. 20-30
13. Максимова, Н. Н. Особенности новой государственной программы Краснодарского края по развитию туризма / Н. Н. Максимова, Н. С. Нелина // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 1-3(42). – С. 205-209.
14. Малышенко, В. А. Модель системно-стратегического финансового анализа санаторных предприятий Крыма / В. А. Малышенко // Экономика региона. – 2016. – Т. 12. – № 2. – С. 510-525. – DOI 10.17059/2016-2-16.
15. Малышенко, В. А. Стратегическая финансовая устойчивость и процедура анализа финансового состояния / В. А. Малышенко // Экономический анализ: теория и практика. – 2016. – № 8(455). – С. 164-179.
16. Нагоева, Т. А. Концепция четырехзвенной спирали в моделировании развития санаторно-курортного комплекса региона / Т. А. Нагоева // Современная торговля: теория, практика, инновации : Материалы IX всероссийской (с международным участием) научно – практической конференции, Пермь, 05 октября – 24 2020 года. – Пермь: Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», 2020. – С. 103-111.
17. Оборин, М. С. Информационная система как инструмент моделирования экономических процессов развития санаторно-курортного комплекса региона[1] / М. С. Оборин, Е. Р. Мингазинова, Н. В. Фролова // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2017. – № 1-1. – С. 191-201
18. Оборин, М. С. Подходы к определению спроса и потенциальной емкости на региональном рынке санаторно-курортных услуг / М. С. Оборин, Н. В. Фролова // Вестник Забайкальского государственного университета. – 2015. – № 11(126). – С. 113-124.
19. Оборин, М. С. Статистическое моделирование инфраструктуры экономики региона / М. С. Оборин, Н. В. Фролова, В. Е. Малофеев // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2017. – Т. 3 (13). – № 4. – С. 25-41.
20. Оборин, М.С. Исследование методов оценки конкурентоспособности регионального санаторно-курортного комплекса / М. С. Оборин, Т. А. Нагоева // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – Т. 17. – № 11(482). – С. 2043-2065.
21. Оборин, М.С. Моделирование курортно-рекреационной системы малых городов и районных центров с использованием геоинформационных баз данных/ М.С. Оборин, М.Ю. Шерешева//Вестник Пермского университета. Серия Экономика. 2018. Т.13 №4. – с. 572-588.
22. Оборин, М.С. Стратегия устойчивого роста санаторно-курортных кластеров на основе базовых элементов сетевого взаимодействия / М.С. Оборин, В.С. Осипов //Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. № 1. С. 61-77.
23. Официальные статистические показатели / ЕМИСС. Государственная статистика. URL: <https://www.fedstat.ru/> (дата обращения:01.07.2021).
24. Присенко, В. Г. Перспективы развития системы управления рекреационной деятельностью Крыма в рамках регионального здравоохранения / В. Г. Присенко, З. Р. Махкамова // Инновации в науке. – 2016. – № 6(55). – С. 53-58.
25. Ракитская, А.А. Кластерный анализ в стратегии устойчивого развития санаторно-курортного комплекса/ А.А. Ракитская // Транспортное дело России. 2013. № 5. С. 168-172.
26. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2019 г. № 2852-р «Об утверждении Плана мероприятий по реализации Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации».
27. Распоряжение Правительства РФ от 26.11.2018 N 2581-р «Об утверждении Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации»
28. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ. Итоги 2019 / РИА Рейтинги. Регионы России. URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/rating_regions_2020.pdf (дата обращения:10.06.2021).
29. Рейтинг российских регионов по качеству жизни – 2019/ РИА Рейтинги. Регионы России. URL: <https://ria.ru/20200217/1564483827.html> (дата обращения:01.09.2021).
30. Ростенко, А. О. Методические подходы к формированию организационной системы курортной индустрии / А. О. Ростенко, С. А. Цветков, А. Н. Черных // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2015. – № 5(123). – С. 154-157.

31. Савельева, Н. А. Критерии стратегического конкурентного сегментирования на примере рынка санаторно-курортных услуг / Н. А. Савельева // *Sochi Journal of Economy*. – 2015. – № 3-1(36). – С. 170-174.
32. Социально ответственное управление развитием санаторно-курортного комплекса Республики Крым: [монография] / С. Ю.Цёхла, Н. А.Симченко, Е. А. Полищук, И. Н. Подсмашная; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского». – Симферополь : Ариал, 2017. – 264 с.
33. Тимиргалеева, Р.Р. Моделирование и структуризация системы управления предприятиями курорто-рекреационной сферы на основе элементов теории нейронных сетей: основы методологии / Р.Р. Тимиргалеева, И.Ю. Гришин // *Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО*. 2015. № 3. С. 217-220.
34. Филатова, У.В. Система оценки эффективности комплекса услуг санаторно-курортной организации/ У.В. Филатова, Г.Я. Резго // *В мире научных открытий*. 2011. № 3 (15). С. 31-35.
35. Фролова, Н.В. Моделирование структуры факторов влияния на региональное развитие туризма и рекреации/Н.В. Фролова ,А.Н. Пахарев , М.С. Оборин // *Вестник Пермского университета. Серия Экономика*. 2015 – №2 (25). – .с. 51-58.

УДК 338.1

С. С. Репьева

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: repevasof1@gmail.com

А. А. Минасян

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: nastya.minasyan@list.ru

А. А. Бокова

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: arinabokova98@mail.ru

В. И. Юхимец

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: yukhimets.99@mail.ru

Е. В. Первухина

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: per.ekat98@gmail.com

ПЛАТФОРМЕННАЯ ЭКОНОМИКА: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Ключевые слова: платформенная экономика, платформы, платформенные гиганты, таргетированная реклама, пользовательские данные.

В современном мире технологический прогресс определенно влияет на все сферы человеческой жизни, включая экономику. С появлением интернета также появилась необходимость упрощения ведения бизнеса в интернете, что помогло осуществить так называемые «платформы». На сегодняшний день платформенная экономика является одним из источников больших изменений в мировой экономической системе, движимых технологическими инновациями и увеличением доступности для людей онлайн-коммуникаций. Наиболее успешные мировые компании – платформенные гиганты, на опыте которых анализируется актуальное положение платформенной экономике в данной работе. Статья посвящена исследованию состояния, проблем и перспектив развития деятельности платформенных компаний. С усилением значения такого ресурса, как персональные данные, платформенная экономика в ближайшее десятилетие может доминировать рынок, отодвигая компании таких отраслей, как нефте- и газодобыча, финансы, розничная торговля и многих других, на второй план. Более смелые прогнозы утверждают будущую зависимость всех отраслей рынка от деятельности цифровых платформ. Рынок платформ растет, как на мировом, так и на национальном уровне. Решение проблем платформенной экономики и выбор правильных направлений является важным аспектом ее последующего развития.

S. S. Repeva

University ITMO, Saint Petersburg, e-mail: repevasof1@gmail.com

A. A. Minasyan

University ITMO, Saint Petersburg, e-mail: nastya.minasyan@list.ru

A. A. Bokova

University ITMO, Saint Petersburg, e-mail: arinabokova98@mail.ru

V. I. Yukhimets

University ITMO, Saint Petersburg, e-mail: yukhimets.99@mail.ru

E. V. Pervukhina

University ITMO, Saint Petersburg, e-mail: per.ekat98@gmail.com

PLATFORM ECONOMY: STATE, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Keywords: platform economy, platforms, platform giants, targeted advertising, user data.

In the modern world, technological progress definitely affects all areas of life, including the economy. With the advent of the Internet, it also became possible to use the business services on the Internet, which helped to implement the so-called 'platforms'. Today, the platform economy is one of the sources of great changes in the global economic system, driven by technological innovation and the availability of online communications for people. The most successful global companies are platform giants, whose experience is used to analyze the current state of the platform economy in this work. The article is devoted to the study of

the state, problems and prospects for the development of platform companies. With the growing importance of such a resource as personal data, the platform economy could dominate the market over the next decade, pushing companies in industries such as oil and gas production, finance, retail and many others into the background. More ambitious forecasts confirm the future dependence of all market sectors on the activities of digital platforms. The platform market is growing, both globally and nationally. Solving the problems of the platform economy and choosing the right directions is an important aspect of its subsequent development.

В современном мире платформенная экономика стала одной из ключевых сфер глобальной экономики. Платформенная экономика – экономическая деятельность, в основе которой стоит использование компаниями платформ и связанных с ними экосистем, не находящихся в пользовании компании и не контролируемых ими, для осуществления взаимосвязи и коммерческих операций между их пользователями. Вместе с данным термином начал также использоваться синонимичный термин «платформенный капитализм». Само понятие платформенной экономики связано с цифровыми платформами, а именно гибридными структурами, направленными на создание ценности благодаря исполнению роли посредника, обеспечивающего

взаимодействие и осуществление коммерческих транзакций между пользователями данных платформ [1].

Компании-платформы стали так называемыми «платформенными гигантами» и занимают лидирующие позиции на мировом рынке. Так в таблице 1 показан Топ-10 компаний по размерам капитализации за 2010 и 2020 год. В 2010 году в топ вошло всего две платформенных компаний (Microsoft и Apple), тогда как в 2020 году уже семь таких компаний (Apple, Microsoft, Amazon, Google, Facebook, Alibaba, Tencent), при этом Apple возглавляет данный топ. В сумме капитализация этих семи компаний составляет 7,3 трлн долл. США, что в семь раз больше объема российского фондового рынка за 2020 год (72,9 трлн руб., ~ 970 млрд долл.) [2].

Таблица 1

Топ-10 мировых компаний по размерам капитализации за 2010 и 2020 года

2010			2020		
Компания (страна)	Год основания	Капитализация, млрд долл.	Компания (страна)	Год основания	Капитализация, млрд долл.
1. Petrochina (Китай)	1999	329.3	1. Apple (США)	1976	2,340
2. Exxon Mobil (США)	1999	316.2	2. Saudi Arabian Oil Company (Saudi Aramco) (Саудовская Аравия)	1933	2,040.8
3. Microsoft (США)	1975	256.9	3. Microsoft (США)	1975	1,708.3
4. Indl & Coml (Китай)	1984	246.4	4. Amazon (США)	1994	1,233.4
5. Apple (США)	1976	213.1	5. Alphabet Inc. (Google) (США)	2015 (1998)	919.3
6. BHP Billiton (Британия-Австралия)	1885	209,9	6. Facebook (США)	2004	583.7
7. Wal-Mart (США)	1962	209	7. Alibaba (Китай)	1999	545.4
8. Berkshire Hathaway (США)	1955	200.6	8. Tencent Holdings (Китай)	1998	509.7
9. General Electric (США)	1892	194.2	9. Berkshire Hathaway (США)	1955	455.4
10. China Mobile (Китай)	1997	192,9	10. Johnson & Johnson (США)	1886	395.3

В рамках российского рынка отечественные платформенные компании занимают значительно меньшую позицию. На 2020 только Яндекс входит в Топ-10 российских компаний по объему капитализации (таблица 2) на 8 месте с капитализацией в объеме 22,1 млрд. долл. Хотя стоит отметить, что Сбербанк, лидер списка, несмотря на свою основную банковскую деятельность, также в последние годы активно вкладывается в Mail.ru Group (имеет 98,1% акций Delivery Club), Rambler Group (имеет 46,5% их акций) и Яндекс (владеет Яндекс.Деньги) [3].

Таблица 2

Топ-10 российских компаний по объему капитализации на 2020 год

1. Компания	2. Капитализация млрд долл. /трлн руб.
1. Сбербанк	60,47 / 4,7
2. Роснефть	52,01 / 4,05
3. Газпром	49,74 / 3,9
4. Новатэк	42,78 / 3,32
5. Норникель	41,1 / 3,19
6. ЛУКОЙЛ	39,38 / 3,05
7. Полюс	30,58 / 2,38
8. Яндекс	22,1 / 1,45
9. Газпром Нефть	17,6 / 1,37
10. Сургутнефтегаз	16,26 / 1,27

В целом можно отметить такие российские платформенные компании, как Яндекс (капитализация: 22,1 млрд долл.), Ozon (капитализация: 10,95 млрд долл.), Wildberries (капитализация: около 8 млрд. долл.) Mail.ru Group (капитализация: 5,3 млрд долл.), Avito (капитализация: 3,9 млрд долл.) [4,5].

Все указанные компании отличаются относительно быстрым ростом благодаря сетевому эффекту. Например, в 2019-м оборот Wildberries вырос на 88% и составил 223,5 млрд рублей. За девять месяцев 2020 года оборот Wildberries вырос на 104% и достиг 285,6 млрд рублей [4]. Но тот же сетевой эффект усложняет вход на платформенный рынок новым игрокам и конкуренцию отечественных платформ с транснациональными компания-платформами. Платформы становятся привлекательнее и удобнее в пользовании благодаря большо-

му числу пользователей и на начальных этапах может быть тяжело набрать требуемую для роста аудиторию. Транснациональные компании уже имеют множество пользователей, что дает им большое преимущество, если они пытаются освоить новый рынок и обеспечивает изначально быстрый рост платформы.

Другими проблемами становятся этические и легальные вопросы, которые связаны с работой платформ. Кроме заработка на различных наценках, процентах с операций на платформах и подписках, многие платформы также зарабатывают на рекламе. Покупка рекламы доступна на таких популярных платформах, как Google, Яндекс, Mail.ru, VK, Facebook и т.д. Эффективность рекламы на данных сервисах гарантируется благодаря сбору информации о каждом пользователе и использование таргетированной рекламы. Таргетированная реклама – реклама на интернет ресурсах, использующая алгоритмы платформы и направленная на поиск целевой аудитории (по различным данным, характеристикам, интересам) для каждого рекламного объявления. Пользователи же соглашаются на использование их данных и получение рекламы взамен на бесплатное пользование определенными функциями платформы или любое другое специальное предложение.

Одной из главных угроз в таком случае является нарушение конфиденциальности персональных данных пользователей. Платформа может использовать их данные как для их рекламодателей, рекламы собственных услуг или продуктов, улучшение качества работы платформенных алгоритмов, так и для продажи данных сторонним лицам, недобросовестной конкуренции, манипулирования пользователями, рынками или даже государствами. Так в 2020 году ФКТ взыскала с компании Facebook штраф в размере 5 млрд. долл. за передачу личных данных их пользователей сторонней фирме для использования в маркетинговых целях [6]. Данные – новый вид сырья, цену которого пользователи еще не в состоянии адекватно оценить, что дает платформам преимущества по сравнению с традиционными бизнес-моделями, так как они находятся между пользователями и выступают в качестве площадки, на которой они взаимодействуют, что позволяет платформам регистрировать и анализировать это взаимодействие [7].

Существуют и другие не менее важные проблемы платформенной экономики, такие как:

- использование платформами хищного ценообразования для увеличения привлекательности платформы для потребителей и максимизации прибыли, особенно на начальных этапах развития;
- собственник актива на платформе не является штатным сотрудником компании, что лишает его прав, льгот и социальных выплат, положенных наемным работникам;
- нестабильность доходов собственников активов, если платформа сама устанавливает условия и цены на активы;
- передача обязанности выплаты расходов за техническое обслуживание активов на их собственников;
- частые случаи эксплуатации рабочей силы и пресечение формирования профсоюзов;
- проблемы обеспечения безопасности взаимодействия пользователей и транзакций между ними;
- случаи уклонения от налогов;
- монополизация определенных направлений рынка;
- отсутствие эффективного международного и национального законодательного регулирования платформенной экономики и т.д. [1].

Решение рассмотренных проблем являются приоритетными для данной экономической сферы, так как они значительно влияют на состояние современного рынка, социальную и даже политическую среду. Отсутствие действенных решений может привести к значительному упадку платформенной экономики, как и на глобальном рынке, так и в глазах общественности.

Темпы роста платформенных компаний не сбавляют свою скорость, и случившаяся пандемия COVID-19 только положительно повлияла на их показатели. Так акции платформы Amazon на более чем 5% и компания за 2020 год преодолела рубеж 1 трлн долл., имея на конец периода 1,233 трлн долл. ка-

питализации [8]. Другая платформа, Zoom, увеличила за 1,5 года свою прибыль в 12 раз, а цена их акций увеличилась на 367% [9].

В будущем стоит ожидать еще большее укрепление позиций платформенных компаний на международном рынке. Российский рынок также направлен на развитие платформенной экономики. В указе «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» значится цель цифровой трансформации, в которую входит достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики и увеличение вложений в отечественные решения в сфере информационных технологий в четыре раза по сравнению с показателем 2019 года. Это говорит о том, что правительство РФ заинтересовано в развитии цифровых платформ и планирует вкладывать финансовые ресурсы в данную экономическую отрасль.

Российские платформенные компании на данный момент могут составить конкуренцию иностранным платформам только на отечественном рынке и их влияние на глобальный рынок очень мало. Компаниям необходимо будет приложить много усилий для достижения конкурентоспособности на мировой арене, но с уверенностью можно сказать, что влияние платформ на российский рынок будет только увеличиваться. С усилением значения такого ресурса, как персональные данные, платформенная экономика в ближайшее десятилетие может доминировать рынок, отодвигая компании таких отраслей, как нефте- и газодобыча, финансы, розничная торговля и многих других, на второй план. Более смелые прогнозы утверждают будущую зависимость всех отраслей рынка от деятельности цифровых платформ [8].

Руководствуясь вышесказанным, можно сделать вывод, что на сегодняшний день рынок платформ растет, как на мировом, так и на национальном уровне. Решение проблем платформенной экономики и выбор правильных направлений является важным аспектом ее последующего развития.

Библиографический список

1. Гелисханов И.З., Юдина Т.Н., Бабкин А.В. Цифровые платформы в экономике: сущность, модели, тенденции развития // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2018. Т. 11. № 6. С. 22–36. DOI: 10.18721/JE.11602.
2. Топ-10 российских компаний по капитализации. [Электронный ресурс]. URL: <https://fintolk.pro/top-10-rossijskih-kompanij-po-kapitalizacii/> (дата обращения: 25.05.2021).

3. Оценка состояния владелицы Wildberries Татьяны Бакальчук выросла до \$10 млрд. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/milliardery/414621-ocenka-sostoyaniya-vladelicy-wildberries-tatyany-bakalchuk-vyroslo-do-10-mlrd> (дата обращения: 25.05.2021).
4. 20 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/393345-20-samyh-dorogih-kompaniy-runeta-reyting-forbes?photo=5> (дата обращения: 25.05.2021).
5. Суд в США подтвердил штраф Facebook на \$5 млрд за передачу личных данных пользователей. [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/obschestvo/8332789> (дата обращения: 25.05.2021).
6. Срничек Н. Капитализм платформ / пер. с англ. и науч. ред. М. Добряковой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. 128 с.
7. Акции Amazon подорожали до исторического рекорда. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.interfax.ru/world/704231> (дата обращения: 25.05.2021).
8. Zoom взлетел на 367% за 1,5 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/5f3d42f69a794779fad83f3e> (дата обращения: 25.05.2021).
9. Степнов И.М., Ковальчук Ю.А. Ценообразование платформ, инвестиции и цифровой парадокс // Друкерровский Вестник. 2020. № 4 (36). С. 74-77.

УДК 331.101

A. A. Soldatkin

Балаковский филиал ФГБОУ ВО «Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Балаково, e-mail: aasoldat@mail.ru

A. N. Krakhmalov

Балаковский филиал ФГБОУ ВО «Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Балаково, e-mail: krahmalov-honour@mail.ru

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ КАТЕГОРИИ «ТРУДОВОЙ ПОТЕНЦИАЛ»

Ключевые слова: трудовой потенциал, труд, рабочая сила, трудовые ресурсы, производственный потенциал, человеческий капитал, производительные силы.

В статье рассмотрены и систематизированы научные подходы к определению трудового потенциала как экономической категории. Представлены итоги сопоставления мнений ученых по данному вопросу. Множество интерпретаций понятия трудового потенциала, существующих в научной литературе, были систематизированы в три подхода: статистический, социологический и экономический. Авторы работы приходят к выводу, что при анализе категории «трудовой потенциал» необходимо введение и учет такой категории, как «нереализованный трудовой потенциал», то есть результат разницы между величиной трудового потенциала работника и величиной его способностей к труду (рабочей силой). В результате проведенного исследования дается авторский подход к определению трудового потенциала, в котором конкретизируется сущность трудового потенциала, не противоречащая его существующему пониманию и отвечающая ряду требований. Такими требованиями выступают требования, согласно которым трудовой потенциал: является ресурсной категории, включающий в себя необходимые для функционирования и развития системы трудового потенциала различные характеристики работников; представляет собой целостное выражение совокупной возможности трудового коллектива для решения поставленных перед ним организационных задач; отражает сложную структуру трудового потенциала, включающую совокупность различных профессионально-личностных качеств работников.

A. A. Soldatkin

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Balakovo Branch, Balakovo, e-mail: aasoldat@mail.ru

A. N. Krakhmalov

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
Balakovo Branch, Balakovo, e-mail: krahmalov-honour@mail.ru

CONCEPTUAL ASPECTS OF THE DEFINITION OF THE CATEGORY «LABOR POTENTIAL»

Keywords: labor potential, labor, labor force, labor resources, production potential, human capital, productive forces.

There were considered and systematized scientific approaches to the definition of labor potential as an economic category in the article. The results of comparing of the opinions of scientists on this issue are presented in the article. There are many interpretations of the concept of labor potential that exist in the scientific literature have been systematized for three approaches: statistical, sociological and economic. The authors come to the conclusion that when analyzing the category of “labor potential”, it is necessary to make and take into consideration a category as “unrealized labor potential”, this is the result of the difference between the value of an employee’s labor potential and the value of his ability to work (labor force). The authors gave the definition of labor potential as a result of the conducted research. This definition is concretized the essence of the labor potential and meets a number of requirements. The requirements according to which the labor potential: is a resource category that includes various characteristics of employees; is an integral expression of the human resources ability to solve organizational purposes; reflects the complex structure of labor potential, that including a set of various professional and personal characteristic of employees.

Введение

Понятие «трудовой потенциал» сравнительно новое в экономической литературе. В научном обороте термин «трудовой потенциал» стал рассматриваться, как экономическая категория, в начале 80-х годов XX в., – отдельные его свойства и компоненты исследовались еще А. Смитом, Д. Рикардо, К. Марксом – «производительные рабочие силы» [12, с. 72], «рабочая сила» [8, с. 178], – в период, когда в обществе значительно усилился интерес к роли человеческого фактора во всех сферах его проявления. В это время сформировалось основное представление о трудовом потенциале, как о категории, состоящей из множества компонентов, относящихся и к отдельным работникам, и к их группам.

Глубокое исследование феномена трудового потенциала необходимо для системного поиска резервов повышения эффективности труда. Ведь данное понятие включает в себя не только используемые, но и пока не используемые потенциалы человека, которые при определенных условиях могут оказать влияние на производство. Иначе говоря, трудовой потенциал всегда содержит определенный резерв нереализованных возможностей.

Основной целью исследования является необходимость рассмотрения и систематизации научных подходов к пониманию трудового потенциала как экономической категории, а также предложение авторского подхода к определению трудового потенциала с учетом выявленных особенностей научных концепций его понимания.

Материал и методы исследования

Информационную основу исследования статьи составили материалы специальной, научной и учебной литературы по выбранной проблематике. Для достижения поставленной цели авторами были использованы методы теоретического исследования: анализ и синтез, индукция и дедукция, метод абстракции и сравнительный метод.

Результаты исследования и их обсуждение

В научной литературе под «трудовым потенциалом» понимается «интегральная характеристика количества, качества и меры совокупной способности к труду,

которой измеряются возможности отдельного человека, различных групп людей, трудоспособного населения в целом по участию в общественно полезной деятельности и достижении целей социально-экономического развития при данном уровне производственных сил и степени зрелости общественных и, прежде всего, производственных отношений» [13, с. 367]. То есть трудовой потенциал есть мера участия в общественной производственной деятельности при определенном уровне развития производственных отношений, где могут наблюдаться диспропорции в степени развития трудового потенциала и уровне развития производственных отношений. В основном рассматривается в контексте скрытых, не проявивших еще себя возможностей в различных сферах жизнедеятельности человека [10, с. 11].

Генкин Б.М. в своем определении акцентирует внимание на соотношении понятий «трудового потенциала» и «человеческого потенциала»: «Трудовой потенциал человека является частью его потенциала как личности, т. е. по отношению к индивидууму трудовой потенциал – это часть потенциала человека, который формируется на основе природных данных (способностей), образования, воспитания и жизненного опыта» [3, с. 97].

Иного мнения придерживается Колосова Р.П., которая полагает, что трудовой потенциал является частью «производственного потенциала», а именно представляет собой количественные и качественные ресурсы живого труда и условия его реализации, техническую вооруженность труда, уровень механизации, организации производства [6]. Таким образом, категория «трудовой потенциал», является лишь производной или атрибутом понятия «производственного потенциала» и не имеет права на самостоятельное существование. Однако, с этим сложно согласиться, так как категория «трудовой потенциал» дает более полную характеристику человеку, как работнику и личности, не редуцируя его задатки только к производственно-технологическим аспектам трудовой деятельности.

Данной точки зрения придерживаются такие ученые, как Слезингер Г.Э. и Сорокина М.Е. [1], которые трудовой потенциал определяют как ресурсную категорию, отражающую возможное количество и каче-

ство труда, которым располагает общество на данном уровне развития науки и техники.

В трактовке Буланова В. и Волгина Н.А.: «Трудовой потенциал есть совокупность всех трудовых возможностей, как отдельно человека, так и различных групп работников, общества в целом. В отличие от трудовых ресурсов, определяющих количество и структуру труда, трудовой потенциал характеризует его качество и потенциальные возможности» [11, с. 10]. В качественную характеристику трудового потенциала общества ими были включены три составляющие: физическая, интеллектуальная и социальная [14]. Особенностью данного подхода является рассмотрение категории «трудовой потенциал» с точки зрения количественно-качественных характеристик, где разница между трудовыми ресурсами и трудовым потенциалом состоит лишь в качественной составляющей труда и его потенциальных возможностях.

Так, Одегов Ю.Г., Абдурахманов К.Х. и Акимов А.К. дают следующее определение этого понятия: «Трудовой потенциал – это совокупность различных качеств, определяющих трудоспособность работника, обобщающий показатель личностного фактора производства» [15, с. 719]. Под различными качествами авторы понимают способности и склонности к труду, состояние здоровья, выносливость, тип нервной системы, т.е. все то, что отражает физический и психологический потенциал, объем общих и специальных знаний, трудовых навыков и умений, определяющих способность к труду определенной квалификации, уровень сознания и ответственности, социальную зрелость, идейную убежденность, интересы и потребности.

По мнению Журавлева П.В., с некоторой долей условности, трудовой потенциал можно разделить на профессионально-квалификационный (приобретенный в процессе учебы и на производстве) и личный (данный от природы) [9]. Обе части неотделимы друг друга, и это означает, что трудовой потенциал имеет сложную структуру, включающую совокупность различных качеств, определяющих трудоспособность людей: 1) психофизиологическую, отражающую способности и склонности человека, состояние здоровья и т. д.; 2) квалификационную, включающую общие и специальные знания, трудовые навыки и умения;

3) личностную, характеризующую ценностные ориентации, уровень гражданского сознания и т. д.

Каждая из приведенных составляющих может являться приоритетной для организации и, таким образом, быть разновидностью трудового потенциала.

Трудовой потенциал выявляется и реализуется в процессе общественного производства и определяется качествами человека, во-первых, как специфического (трудового) ресурса и основы производства (качествами индивида как части населения); во-вторых, как главной производительной силы и субъекта производственных отношений (качествами индивида как работника – носителя способности к труду, создателя материальных и духовных благ); в-третьих, как члена общества (качествами индивида как социально формируемой личности, члена ассоциации трудящихся, участника управления государственными делами) [4, с. 118].

Данной точки зрения придерживаются Бычин В.Б. и Андреев К.Л., уточняя, что трудовой потенциал есть «способность работника к труду до момента его занятости...» [9]. С данным мнением согласиться весьма сложно, потому что способность работника к труду есть его рабочая сила, которая, по мнению Бычина В.Б., Андреева К.Л., является трудовым потенциалом работника до момента его занятости. Соответственно логично предположить, как только работник приступает к реализации трудовых функций (становится занятым) его трудовой потенциал полностью исчерпывает себя, становясь его рабочей силой, что представить сложно. Трудовой потенциал, представляя собой совокупность скрытых, нереализованных личных качеств, навыков и профессиональных умений работника, существует вне зависимости от его использования полностью или частично в трудовом процессе.

В работе авторского коллектива в составе Адамчука В., Ромашова О., Сорокиной М.Е. трудовой потенциал рассматривается как совокупность всех способностей человека к труду. При этом особое внимание уделяется уровню предприятия. По определению авторов, «трудовой потенциал – это предельная величина возможного участия трудящихся в производстве с учетом их психофизиологических особенностей, уровня профессиональных знаний и накопленного

опыта» [1]. Трудовой потенциал согласно данному подходу рассматривается как предел максимального использования работника в производстве с учетом особенностей его профессионализма, опыта и психофизиологических характеристик. Следовательно, трудовой потенциал может выступать индивидуальной характеристикой развития способностей максимального участия работника в производственном процессе, одновременно изменяясь с изменением уровня развития профессионализма, опыта и психофизиологических особенностей человека.

Однако, рассмотрение трудового потенциала в качестве основной характеристики трудовых ресурсов общества свойственно макроэкономическому подходу. Большинство авторов, занимающихся проблемами экономики труда и управлением персоналом на предприятии, оперируют такими понятиями, как «потенциал человека», «трудовой потенциал человека», «творческий потенциал человека». В научной и учебной литературе, посвященной проблемам управления персоналом, категория «трудовой потенциал» рассматривается преимущественно к конкретному работнику [14]. В плановой экономике нередко трудовой потенциал рассматривался как категория, близкая к трудовым ресурсам.

Сводить трудовой потенциал к трудовым ресурсам, как ресурсно-личностному фактору, используемому в производстве, неправомерно, поскольку на практике находит применение лишь часть полезных качеств труда работника. Другая часть остается какое-то время невостребованной и может быть реализована по мере развития научно-технического прогресса, производительных сил и системы отношений, побуждающих людей к более активному участию в процессе труда и общественной деятельности [4, с. 118].

Наиболее верной представляется позиция Шаталовой Н.И. [7], которая рассматривает трудовой потенциал как самостоятельную социальную категорию, как синергетический эффект взаимодействия людей в процессе труда между собой и организацией. Такой подход в наибольшей степени соответствует современному представлению о роли человеческого фактора в организации и её производственной деятельности. При его использовании элементами трудового потенциала считают не только состав

и структуру трудовых ресурсов, но и систему формирования, обучения и повышения квалификации персонала, стимулирования трудовой деятельности и обслуживания работников на предприятии [2].

Трудовой потенциал выражается через конкретный результат в виде полезного эффекта, который проявляется и отражает, с одной стороны, интересы экономики и общества в целом, с другой – интересы отдельного работника. Представляя собой, совокупность природных, сформированных и накопленных свойств, запасов, ресурсов человека, которые нельзя отделить от человеческого организма, трудовой потенциал приводится в движение только живыми силами человека. Трудовой потенциал является составной частью экономического потенциала общества, совокупной способностью производить материальные блага и услуги.

Таким образом, если предположить, что трудовой потенциал опредмечивает себя лишь через конкретные результаты в форме эффекта от проделанной работы, где качество конкретного результата определяет степень развития трудового потенциала индивида, то согласиться полностью с подобным пониманием сущности трудового потенциала сложно, потому что, если трудовой потенциал не реализует и не опредмечивает себя через конкретные результаты деятельности – это еще не значит, что его нет. В определенный момент трудовой потенциал может не использоваться, например, в связи с невозможностью осуществления трудовой функции работником по причине болезни, будучи безработным определенное время, и это не значит, что трудовой потенциал отсутствует. А о степени его развития можно судить, если не по конкретным конечным результатам, то по сумме тех усилий и затрат, которые были связаны с его накоплением и развитием в предыдущие периоды времени и жизни работника.

Попытаемся сформулировать основополагающее представление относительно трудового потенциала, к которому сводится большинство мнений авторов. Оно состоит в том, что трудовой потенциал определяет возможности, как отдельного работника, так и различных групп работников участвовать в трудовой деятельности, используя совокупность комплекса профессиональных и личностных способностей и качеств: знаний, умений, профессиональных навыков,

нравственных качеств, психологических свойств личности.

Однако, большинство определений категории «трудовой потенциал» имеют один недостаток, они не берут во внимание социальные, технические и экономические аспекты его развития посредством которых он только и может быть реализован. Полагая, что трудовой потенциал работника представляет собой возможность достижения определенного результата деятельности, можно отметить, что при равных условиях работы эти результаты могут варьироваться, таким образом, понимание трудового потенциала предполагает наличие таких непосредственных атрибутов как условия его реализации, а также полнота использования. В противном случае, не может идти ни какой речи о рациональном использовании трудового потенциала работников.

Трудовой потенциал включает в себя совокупность свойств, умелое управление которыми помогает в полной мере трансформировать возможности, умения и навыки человека в способности воплощаться в производительную силу в процессе труда, увеличивающие, или, наоборот, сокращающие уровень производительности такого труда.

Множество интерпретаций понятия трудового потенциала, существующих в научной литературе, можно условно разделить на три подхода:

1. Статистический (Андреев К.Л., Буланов В., Бычин В.Б., Волгин Н.). Согласно данному подходу трудовой потенциал рассматривается в тесной связи с категорией трудовые ресурсы, определяется как численность трудовых ресурсов или попросту отождествляется с ними.

2. Социологический (Абдурахманов К.Х., Акимов А.К., Генкин Б.М., Журавлев П.В., Одегов Ю.Г.): трудовой потенциал определяется через степень развития факторов и компонентов трудового потенциала, опосредующих и степень развития рабочей силы работника. Трудовой потенциал сводится к потенциалу самого труда, связывая его с совокупным работником и с трудовым потенциалом организации в целом.

3. Экономический (Адамчук В., Колосова Р.П., Слезингер Г.Э., Сорокина М.Е.): трудовой потенциал определяется как экономическая категория и сводится к понятию «человеческий капитал». Трудовой потенциал рассматривается как обобщающая

характеристика количества и качества совокупных способностей к труду трудоспособного населения по участию в общественно полезной деятельности.

На основе анализа существующих представлений о трудовом потенциале можно выделить ряд положений, касающихся его содержания. Трудовой потенциал: является интегральной характеристикой количества, качества и меры совокупной способности к труду; представляет собой предельную величину возможного участия трудящихся в производстве; характеризуется совокупностью качеств и личностных характеристик человека.

Трудовой потенциал приводится в движение только живыми силами человека, он выражается через конкретный результат в виде полезного эффекта, который проявляется и отражает интересы отдельного работника. Таким образом, можно заключить, что неотъемлемой характеристикой трудового потенциала человека является рабочая сила, под которой понимается «способность к труду, совокупность физических и духовных сил, которыми располагает человек и которые используются им в процессе производства материальных благ» [5]. Именно посредством рабочей силы трудовой потенциал воплощается и материализуется в действительность, именно через рабочую силу мы можем заключить о степени развития и использования трудового потенциала через полезный эффект и результат от проделанной работы.

Если трудовой потенциал представляет собой возможности человека, которые могут все полностью или частично использоваться и воплощаться в производственной деятельности, то рабочая сила представляет собой только те физические и духовные силы, способности к труду, которые непосредственно используются в процессе трудовой деятельности.

Разница между возможностями человека, которые могут использоваться в трудовой деятельности, и теми, которые не используются, или не могут быть использованы в процессе труда, из-за несоответствующего уровня развития технологий, производства и потребностей общества, представляет собой реальные физические и духовные силы и способности человека, которые полностью используются в трудовой деятельности, то есть рабочую силу.

Однако, разница между возможностями и силами человека, которые могут использоваться в процессе осуществления рабочим своей трудовой функции и способностями человека, полностью использующимися в трудовой деятельности – не есть трудовой потенциал. Потому что трудовой потенциал, хотя и включает нереализованные возможности труда, но без рабочей силы он не существует, а если и существует, то не может воплощаться в действительности в форме полезного результата или эффекта от проделанной работы, а существует постольку, поскольку существует способность человека к труду, то есть рабочая сила. Трудовой потенциал представляет собой не только скрытые, нереализованные способности, которые могут дополнительно использоваться в труде, но и те, которые непосредственно в нем используются, т.е. рабочую силу.

В контексте логики данного анализа встает вопрос о необходимости введения аналитической категории, как «нереализованный трудовой потенциал» – не используемый резерв представляет собой простой остаток или результат разницы между величиной трудового потенциала работника и величиной его способностей к труду (рабочей силой).

Таким образом, трудовой потенциал работника представляет собой сумму, с одной стороны, физических и духовных сил, которыми располагает человек и которые непосредственно и полностью используются им в трудовой деятельности, то есть рабочей силы и, с другой стороны, совокупность скрытых и нереализованных возможностей непосредственно не задействованных в труде, но которыми обладает индивид, то есть нереализованного трудового потенциала.

Заключение

Трудовой потенциал является сложной социально-экономической категорией, состоящей из компонентов, совокупность которых можно классифицировать по признакам, каждый из которых имеет свои особенности, например, каждый компонент

характеризуется специфическими способностями людей в сфере трудовой деятельности, в связи с чем определение трудового потенциала должно не только в полной мере характеризовать понятие «потенциал», но и оставаться ресурсной категорией, фактором любого процесса по производству товаров или услуг.

С учетом всех выше приведенных условий сформулируем авторское определение данной категории.

По-нашему мнению трудовой потенциал представляет собой совокупность, основанных на профессиональных знаниях, практических навыках и личностных характеристиках, способностей и скрытых, нереализованных возможностей работников, которые могут сверх необходимых формальных требований дополнительно использоваться в трудовом процессе для достижения целей организации при соответствующем уровне материально-технического, информационного и организационного обеспечения трудового процесса.

Данное определение: раскрывает смысловое содержание понятия «потенциал», характеризующего скрытые возможности, которые могут быть использованы для решения какой-либо задачи или достижения определенной цели; соответствует пониманию трудового потенциала как ресурсной категории, включающей в себя необходимые для функционирования и развития системы трудового потенциала различные характеристики работников; представляет собой целостное выражение совокупной возможности трудового коллектива для решения поставленных перед ним организационных задач, то есть отражает способности работников выполнять эффективную трудовую деятельность; отражает сложную структуру трудового потенциала, включающую совокупность различных качеств работников, а также позволяет уточнить и дополнить по своему содержанию концептуальные аспекты определения данной научной категории в современной экономике труда.

Библиографический список

1. Адамчук В.В., Ромашов О.В. и Сорокина М.Е. Экономика и социология труда: учебное пособие. М.: ЮНИТИ, 1999. 407 с.

2. Генералова С.В. Концептуальные основы управления. Формирование конкурентного потенциала с помощью метода бэнчмаркинга // Проблемы теории и практики управления. 2007. № 1. С. 16-21.
3. Генкин Б.М. Экономика и социология труда: учебник для вузов. 6-е изд., доп. М.: Норма, 2006. 462 с.
4. Герасимова В.В. Резервы экономического роста в регионе. Саратов: Поволжская академия государственной службы им. П.А. Столыпина, 2004. 204 с.
5. Козлов Г.А. Краткий экономический словарь. М.: Политическая литература, 1958. 391 с.
6. Колосова Р.П. Трудовой потенциал промышленности. М., 1987. 161 с.
7. Логиновская О.А., Ташев А.К. Основы формирования и использования трудового потенциала на промышленном предприятии // Вестник ЮУрГУ. 2004. № 10. С. 319-322.
8. Маркс К. Сочинения. 2-е издание. Том 23. М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. 907 с.
9. Одегов Ю.Г., Журавлев П.В. Управление персоналом: учебник. М.: Финстатинформ, 1997. 877 с.
10. Радько С.Г. Теоретические основы управления трудовым потенциалом: учеб. пособие. СПб.: филиал изд-ва «Просвещение», 2007. 316 с.
11. Рынок труда: учебник / под ред. В.С. Буланова и проф. Н.А. Волгина. М.: Экзамен, 2000. 478 с.
12. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Соцэкгиз, 1962. 684 с.
13. Труд и заработная плата в СССР: словарь-справочник / сост. и общ. ред. З.С. Богатыренко. 2-е изд., доп. и перераб. М.: Экономика, 1989. 446 с.
14. Цыганков В.В. Трудовой потенциал: условия эффективного использования // Человек и труд. 2006. № 6. С. 41-42.
15. Экономика труда: (социально-трудовые отношения) / под ред. Н.А. Волгина, Ю.Г. Одегова. М.: Экзамен, 2003. 736 с.

УДК 339.9:001.895

Г. В. Третьякова

ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ», Москва,
e-mail: gvtretyakova@fa.ru

К. А. Лебедев

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», Москва,
e-mail: Lebedev.ka@rea.ru

ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИННОВАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Ключевые слова: инновации, потенциал, интеграция, сотрудничество, технология, экономическая система, эффект, реструктуризация, рынок, коммерциализация.

Установлено, что формирование действенной государственной политики с учетом реальных потребностей общества и экономики является необходимым требованием развития национальных инновационных систем. Важность определения приоритетов инновационной деятельности обусловлено тем, что наличие стратегии инновационной деятельности определено обязательным условием получения финансирования из структурных фондов на реализацию инновационных проектов. Выявлено, что определение на основе зарубежного опыта приоритетных направлений инновационной деятельности позволит обеспечить соответствие базовой государственной стратегии экономического развития и инновационной стратегии государства, результатом чего станет полноценная реализация инновационного потенциала страны. Доказано, что исходя из приоритетности для Российской Федерации промышленного вектора инновационного развития ключевое значение имеет создание национальной технологической платформы по примеру ЕС, которая будет представлять собой дифференцированные секторальные объединения усилий (инновационно-производственные сети) промышленных предприятий с университетами, научно-исследовательскими организациями, международными институтами, построенные на принципах децентрализации, функционирования «снизу вверх», взаимовыгодного партнерства, поддержки инициативы всех заинтересованных сторон. В этом случае важность определения приоритетов инновационной деятельности обусловлено тем, что наличие стратегии инновационной деятельности определено обязательным условием получения финансирования из структурных фондов на реализацию инновационных проектов.

G. V. Tretyakova

Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: gvtretyakova@fa.ru

K. A. Lebedev

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: Lebedev.ka@rea.ru

FORMATION OF NATIONAL INNOVATION SYSTEMS

Keywords: innovation, potential, integration, cooperation, technology, economic system, effect, restructuring, market, commercialization.

It is established that the formation of an effective state policy taking into account the real needs of society and the economy is a necessary requirement for the development of national innovation systems. The importance of determining the priorities of innovation activity is due to the fact that the availability of an innovation strategy is determined as a prerequisite for obtaining funding from structural funds for the implementation of innovative projects. It is revealed that the identification of priority areas of innovation activity based on foreign experience will ensure compliance with the basic state strategy of economic development and the innovation strategy of the state, which will result in the full implementation of the country's innovation potential. It is proved that, based on the priority of the industrial vector of innovative development for the Russian Federation, the creation of a national technology platform, following the example of the EU, is of key importance, which will represent differentiated sectoral associations of efforts (innovation and production networks) of industrial enterprises with universities, research organizations, international institutions, built on the principles of decentralization, bottom-up functioning, mutually beneficial partnership, support for the initiative of all interested parties. In this case, the importance of determining the priorities of innovation activity is due to the fact that the availability of an innovation strategy is determined as a prerequisite for obtaining funding from structural funds for the implementation of innovative projects.

В условиях глобальной конкурентной борьбы на первое место выходит ориентированность страны на инновационную деятельность, что обуславливает необходимость эффективного использования имеющегося потенциала инновационных систем в процессе интеграции в международное инновационное сотрудничество с целью получения эффекта от коммерциализации и реализации новейших технологий на рынке. Как демонстрирует мировой опыт, инновации являются наиболее действенным катализатором оживления экономики, всесторонне способствуя экономической реструктуризации и росту производительности экономической системы, и выступая одним из важнейших источников экономического роста.

Соответственно, Российской Федерации необходимо осуществить качественный технологический прорыв: на первом этапе – путем привлечения и освоения новых технологий, на следующем – благодаря развитию потенциала усвоения, генерировать и распространять собственные инновации, для чего необходимо развивать собственный сектор перерабатывающей промышленности и вести активную промышленную политику, тесно интегрированную с инновационной, научно-технической и образовательной политикой.

Для успешного развития инновационной системы предлагается опираться на опыт зарубежных стран, адаптируя его к российским реалиям. При этом необходимо понимать, что инновационная сфера зависит от экономических возможностей и эффективных инструментов государственного стимулирования. В то же время создание действенного механизма инновационной системы позволит обеспечить стране высокий процент коммерциализации конкурентоспособных инновационных продуктов и войти в число инновационно развитых государств, которые используют потенциал возможностей пятого технологического уклада.

Различным проблемам построения национальных инновационных систем посвящены труды Е.С. Гаврилюка [1], В.С. Горбунова [2], Е.В. Капраловой [3], Д.В. Карпова [4], Е.Е. Коноваловой [5], Н.В. Косаревой [7], З.Л. Муратовой [10], В.В. Смирнова [11], М.С. Соколова [13] и др. Однако, анализ научных исследований свидетельствует о важности формирования национальных

инновационных систем с учетом зарубежного опыта.

Исследования позволили выделить особенности инновационного развития в некоторых странах, а также выделить факторы их успешного развития (таблица).

Для определения возможностей имплементации зарубежного опыта построения национальных инновационных систем можно выделить группу скандинавских стран (Дания, Финляндия, Швеция), немецкоязычных стран (Германия, Австрия, Швейцария). Выбор стран обусловлен тем, что их технологический уровень существенно выше по большинству показателей по сравнению с Российской Федерацией [6, 9, 14].

Указанные страны мира лидерских позиций в инновационном развитии достигли по-разному. Так, США сделали ставку на высокие затраты в высокотехнологических отраслях промышленности. Дания и Финляндия – через внедрение мер по росту секторов с высокой добавленной стоимостью и относительно низкими затратами на инновации.

В Швеции на государственном уровне поддерживается инновационная деятельность крупных компаний, в Германии – сектор малых и средних предприятий, которые имеют ограниченные возможности создания и внедрения инноваций по сравнению с крупными компаниями.

В рамках международного сотрудничества ряд стран предоставляют преференции, как составляющую государственной политики, исключительно своим предприятиям (Тайвань, Израиль), а другие (в частности, Финляндия) на государственном уровне способствуют экспорту, инвестициям национальных компаний за рубеж и международному научно-техническому сотрудничеству. При этом Тайвань на государственном уровне не только разработал стратегию развития инновационной деятельности, но и осуществляет государственное финансирование исследовательской сферы, уделяя значительное внимание коммерциализации разработок.

Государство осуществляет финансирование инновационных проектов и создание фондов венчурного капитала в таких странах, как Финляндия и Израиль. Кроме того, в Финляндии и Дании при финансировании инноваций интенсивно используется инструмент государственно-частного партнерства.

Особенности инновационного развития ряда стран

Страна	Особенности инновационного развития	Фактор успешного развития инновационной системы
Швейцария	Сетевые компетенции в составе прикладных университетов. Повышение ценности знаний. Поощрение взаимодействия между наукой и обществом, которые выступают как основа развития науки и экономики. Прямые государственные инвестиции не требуют коммерциализации инновационных разработок. Инструменты инновационной политики ориентированы на научные исследования	Последовательность инновационной политики и международная направленность предприятий.
Швеция	Стабильная экономическая система, которая способствует становлению инновационной деятельности. Хорошо организованная работа государственных институтов при внедрении инновационных процессов. Высокий уровень квалификации и постоянное обновление персонала в сфере инновационных технологий и процессов. Значительное количество университетов и студентов, которые предлагают и внедряют инновации. Инновационная идея принадлежит исследователю. Университеты ориентированы на внедрение исследований и реализацию их продуктов на рынок, то есть имеют предпринимательский характер	Долговременные масштабные вложения в развитие науки и совершенная система университетского образования, что дает возможность стране оказаться в рейтинге самых инновационных стран мира
Нидерланды	Преобладающее место в развитии инновационных процессов принадлежит региональному уровню. Активное участие в международных программах инновационного сотрудничества, которые координируются министерствами и агентствами. Привлечение предприятий к участию в международных инновационных проектах. Развернутая система трансфера технологий и научных университетов	Поддержка ключевых инновационных регионов, сформированный научно-образовательный комплекс, включающий систему поддержки студентов и исследователей
США	Тесное взаимодействие государства и частного бизнеса. Особое внимание уделяется передаче федеральных технологий. С помощью крупномасштабных целевых проектов осуществляется государственное регулирование инноваций в направлении стимулирования создания венчурных фирм и исследовательских центров	Целенаправленное создание условий по поддержке предпринимательства
Великобритания	Существование значительного количества инновационных центров. Поощрение регионального развития инвестиционных процессов	Ориентация на самостоятельную инициативу

Источник: составлено авторами.

В Швейцарии государство почти не вмешивается непосредственно в регулирование инновационной деятельности, поскольку государственные усилия направлены, прежде всего, на создание условий по повышению уровня конкурентоспособности и активизацию предпринимательства как инновационного фундамента развития экономики страны. Такие страны, как Германия, Австрия, Швейцария, опираясь на высокий уровень образования и культуры труда, встраивают инновационную деятельность компаний в конкретную социально-экономическую модель страны, основанную на консенсусе и высоких общечеловеческих ценностях, а собственно инновации понимаются как новый способ решения социальных задач и проблем [8, 12].

Так, в США интенсивно привлекают из-за рубежа ведущих ученых для осуществления инновационной деятельности в научных учреждениях. Тайвань и Израиль обеспечивают государственную поддержку исследований в промышленности, в том числе в направлении международного сотрудничества со странами, которые продуцируют инновации. Эстония и Словения на основе диагностики своих возможностей сосредоточились на тех направлениях инновационного развития, в которых они имеют преимущества (в случае Эстонии – это развитие информационного общества, биотехнологии и медицинские технологии, в случае Словении – развитие промышленных кластеров).

Действенную систему государственной поддержки в сфере науки и инноваций демонстрирует Германия, обеспечивая благоприятный инвестиционный климат для негосударственных инвестиций, и таким образом способствуя росту национальной экономики и развитию инновационной системы. Кроме того, быстрый экономический рост за короткий период продемонстрировала Япония, которая в результате эффективной реализации инновационной политики и способности эффективно внедрять данную политику достаточно быстро стала инновационным лидером среди стран мира.

Приоритетной особенностью инновационной политики Японии является обеспечение долгосрочной перспективы роста доходности при поддержке исследователей, модернизация научно-технической базы, увеличение финансирования научной сферы, поддержка научно-технического сотрудничества на международном уровне, повышение качества образования, поощрение сотрудничества между университетами и частным сектором.

В то же время Инновационная политика ЕС направлена на создание Инновационного союза с целью достижения таких целей: создание Европейского научного пространства, разработка программ стратегических исследований; улучшение рамочных условий для инновационного бизнеса; внедрение партнерства в инновационной сфере между ЕС и национальными уровнями для технологического развития [15, 16].

Исходя из приоритетности для Российской Федерации промышленного вектора инновационного развития ключевое значение для развития инновационной деятельности имеет создание национальной технологической платформы по примеру ЕС, которая будет представлять собой дифференцированные секторальные объединения усилий (инновационно-производственные сети) промышленных предприятий с университетами, научно-исследовательскими организациями, международными институтами, построенные на принципах децентрализации, функционирование «снизу вверх», взаимовыгодного партнерства, поддержки инициативы всех заинтересованных сторон.

Поэтому формирование действенной государственной политики с учетом реальных потребностей общества и экономики является необходимым требованием развития инновационной деятельности. Важность определения приоритетов инновационной деятельности обусловлено тем, что наличие стратегии инновационной деятельности определено обязательным условием получения финансирования из структурных фондов ЕС на реализацию инновационных проектов, и определение на основе зарубежного опыта приоритетных направлений инновационной деятельности позволит обеспечить соответствие базовой государственной стратегии экономического развития и инновационной стратегии государства, результатом чего станет полноценная реализация инновационного потенциала страны.

Библиографический список

1. Гаврилюк Е.С., Капралова Е.В., Рухмакова В.В. Опыт создания и развития национальных инновационных систем в различных странах // Экономика и управление: проблемы, решения. 2019. Т. 1. № 4. С. 39-45.
2. Горбунов В.С. К вопросу о внедрении системы инноваций на территории восточных регионов России // Региональная экономика: теория и практика. 2020. Т. 18. № 2 (473). С. 315-332.
3. Капралова Е.В. Малые формы инновационного предпринимательства, их понятие, характеристика // Современные научные исследования и разработки. 2019. № 1 (30). С. 505-508.
4. Карпов Д.В. Национальная инновационная система России как основа экономической безопасности // Экономика и предпринимательство. 2019. № 2 (103). С. 103-105.
5. Коновалова Е.Е., Кожина В.О., Агамирова Е.В., Лебедев К.А. Оптимизация развития международного туризма в условиях глобализации // Экономика и предпринимательство. 2017. № 3-2 (80). С. 43-47.
6. Коновалова Е.Е., Мартынова Р.Ф., Лебедев К.А. Совершенствование управления международной конкурентоспособностью предприятия // Экономика и предпринимательство. 2017. № 4-1 (81). С. 515-518.
7. Косарева Н.В., Агамирова Е.В., Лебедева О.Е. Перспективы развития спортивного туризма в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-2 (89). С. 1098-1101.

8. Лебедев К.А. Совершенствование территориальной организации рекреационных комплексов // Экономические и гуманитарные науки. 2015. № 5 (280). С. 90-97.
9. Лебедева О.Е. Повышение конкурентоспособности туристских услуг // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2016. Т. 9. № 2. С. 62-69.
10. Муратова З.Л. Особенности национальной инновационной системы России // Научно-практические исследования. 2020. № 1-1 (24). С. 79-81.
11. Смирнов В.В., Мулендеева А.В. Проектирование российской национальной инновационной системы // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2020. Т. 16. № 1 (382). С. 111-131.
12. Смирнов Е.Н., Лукьянов С.А. Формирование и развитие глобального рынка систем искусственного интеллекта // Экономика региона. 2019. Т. 15. № 1. С. 57-69.
13. Соколов М.С., Айвазов С.Ю. Развитие молодежного инновационного предпринимательства в условиях формирования единого научно-технологического пространства союзного государства // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2019. Т. 8. № 1 (26). С. 298-301.
14. Kosevich A.V., Matyunina O.E., Zhakevich A.G., Zavalko N.A., Lebedev K.A. Methodology to estimate the financial market condition // Journal of Advanced Research in Law and Economics. 2016. Vol. 7. № 7. P. 1749-1753.
15. Nikolskaya E.Yu., Pasko O.V., Volkova I.A., Anikina E.N., Lebedeva O.E. Modeling the competitive advantage of companies within the hotel industry in a region // International Journal of Engineering and Technology(UAE). 2018. Vol. 7. № 3.15. P. 293-295.
16. Vinogradova E.V., Mukhlynina M.M., Mukhlynin D.N., Solovyeva N.V., Lebedeva O.E. Economic and legal aspects of environmental safety // Journal of Environmental Management and Tourism. 2018. Vol. 9. № 1 (25). P. 144-150.

УДК 332.1

Н. В. ШарповаФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
Екатеринбург, e-mail: sharapov.66@mail.ru**А. О. Шипанов**ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»,
Екатеринбург, e-mail: anton.schipanov@gmail.com

ОЦЕНКА ОТРАСЛИ ТОРГОВЛИ ПО ЦЕНОВОМУ СЕГМЕНТУ

Ключевые слова: сегментация, SWOT-анализ, карта стратегических групп, конкурентоспособность, ценовой сегмент.

В статье рассмотрены особенности сегментации рынка торговли по ценовому признаку. Для многих компаний 2020 год был крайне убыточным, поскольку в большинстве регионов примерно на полгода власти приняли решение закрыть торговые центры на неопределенный срок, чтобы избежать распространения новой коронавирусной инфекции. И сейчас, в 2021 году компании постепенно начали компенсировать убытки с открытием торговых центров. Но при этом, конкуренция стала еще более высокой, так как каждая из компаний хочет как можно скорее вернуться к показателям как минимум 2019 года. Для анализа выделены четыре основные сегментные группы, на основе имеющейся информации о показателях в отрасли торговли и финансовых показателях некоторых компаний составлена карта стратегических групп, которая позволила сделать вывод о преимущественном преобладании низко ценового сегмента. Однако, более высокие показатели рентабельности характерны для среднего и высокого ценовых сегментов. Рассматриваются основные группы сегментации как основы для формирования стратегии отдельно взятых продавцов на целевом рынке. Исследование заключается в проведении SWOT-анализа рассматриваемых четырех целевых групп отрасли торговли.

N. V. Sharapova

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, e-mail: sharapov.66@mail.ru

A. O. Shchipanov

Ural State University of Economics, Yekaterinburg, e-mail: anton.schipanov@gmail.com

EVALUATION OF THE SECTOR OF TRADE BY PRICE SEGMENT

Keywords: segmentation, SWOT analysis, map of strategic groups, competitiveness, price segment.

The article discusses the features of the segmentation of the trading market by price. For many companies, 2020 was an extremely unprofitable year, since in most regions for about six months, the authorities decided to close shopping centers indefinitely in order to avoid the spread of the new coronavirus infection. And now, in 2021, companies have gradually begun to compensate for losses with the opening of shopping centers. But at the same time, the competition has become even higher, as each of the companies wants to return to the indicators of at least 2019 as soon as possible. For the analysis, four main segment groups were identified, based on the available information on the indicators in the trade industry and the financial performance of some companies, a map of strategic groups was drawn up, which made it possible to conclude that the low-price segment predominates. However, higher rates of profitability are typical for the middle and high price segments. The main segmentation groups are considered as the basis for the formation of the strategy of individual sellers in the target market. The study consists in conducting a SWOT analysis of the four target groups of the trade industry under consideration.

Введение

На сегодняшний день в индустрии моды выделяют следующие сегменты: массовые марки, средний ценовой сегмент и высокая мода.

По данным 2020 года уровень продаж одежды сократился на 8,8%. На снижение уровня продаж оказали влияние такие факторы как: снижение уровня доходов населе-

ния, закрытие магазинов в период локдауна. При этом рост продаж через онлайн-магазины не позволили еще более усилить данное падение. Интернет продажи в 2020 году относительно 2019 года увеличились на 15-30%. Сравнивая ценовые сегменты можно сделать вывод, что в основном снижение уровня продаж произошло в среднеценовом сегменте, менее всего пострадал люк-

совый сегмент. Так, исследование Fashion Consulting Group (FCG) свидетельствует о сокращении оборота российского рынка одежды с 2,29 трлн рублей в 2019 году до 1,7 трлн рублей в 2020 году.

Цель исследования: на основе проведенного SWOT-анализа определить какая из рассматриваемых стратегических групп занимает лидирующую позицию на рынке торговли.

Материалы и методы исследования

Существует достаточно большое количество методов, которые позволяют проводить оценку сегментации рынка. Мы в данной статье рассматриваем применение swot-анализа, как метода позволяющего оценить влияние на отрасль торговли как внутренних так и внешних факторов. Источниками данных для применения данного метода стала документация рассматриваемых организаций, размещенная в открытых интернет-источниках [2].

Результаты исследования и их обсуждения. Рассмотрим экономические показатели ведущих компаний среди торговых сетей по продаже одежды (таблица 1).

В таблице 1 мы рассмотрели финансовые показатели представителей нижнего, среднего и высшего ценовых сегментов. Учитывая тот факт, что 2020 год для большинства коммерческих компаний был проблемным и убыточным, анализируя данные таблицы, можно сказать, что несколько компаний не только уменьшили убытки, но и превзошли показатели 2019 года. Например, торговые сети масс-маркета «Твое» и «Vefree», которые увеличили свою выручку на 6,9% и 10,3% соответственно в 2020 году, их успех можно объяснить тем, что они продвинули интернет-продажи, на которые был основной спрос у потребителей. Нижний ценовой сегмент составляет около 60% рынка.

Выделим для анализа стратегические группы [1] (таблица 2).

Таблица 1

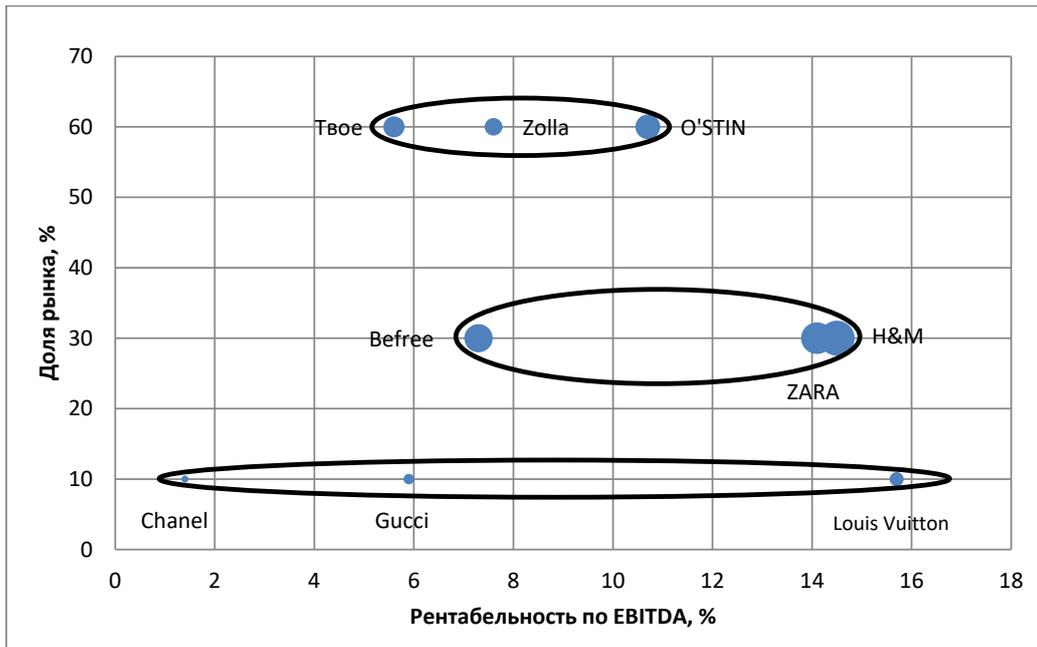
Финансовые показатели ведущих розничных сетей по продаже одежды в РФ

Компания	Выручка, млрд руб.			ЕБИТДА, млрд руб.			Рентабельность, %		
	2020	2019	2018	2020	2019	2018	2020	2019	2018
Zolla	16,04	20,04	18,79	1,62	2,02	0,51	9,9	10,1	2,7
O'STIN	36,55	43,23	40,81	3,77	3,96	5,19	10,3	9,2	12,7
Твое	13,76	12,86	10,60	0,99	0,63	0,49	7,2	4,9	4,6
H&M	49,51	49,08	42,49	6,73	5,53	6,78	13,6	13,8	16,0
ZARA	39,59	40,36	34,95	3,23	6,95	5,93	8,2	17,2	17,0
Befree	25,05	22,71	17,27	1,99	1,65	1,17	7,9	7,3	6,8
Chanel	12,08	13,09	13,73	-0,71	0,62	0,76	-5,9	4,7	5,5
Louis Vuitton	12,41	11,66	9,36	2,43	1,64	1,25	19,6	14,1	13,4
Gucci	2,80	2,94	3,38	0,08	0,17	0,30	2,9	5,8	8,9

Таблица 2

Стратегические группы по ценовому сегменту

Первая группа «Массовый рынок»	Торговля не брендованным товаром; не имеют сайтов, нет активной рекламой политики; потребители – население с низким и средним уровнем дохода. Цена имеет приоритет перед качеством товаров.
Вторая группа «Бренды розничного продавца»	Реклама направлена на подчеркивание низкой цены. Товары схожи по дизайну одежды с более дорогими производителями.
Третья группа «Фабричные бренды»	Покупатели – люди со средним уровнем доходов. Стремятся к вертикальной ценовой диверсификации
Четвертая группа «Люксовая одежда»	Потребители – население с высоким уровнем доходов; делает уникальные модели; применяет ручную работу; применяет дорогую рекламную политику.



Карта стратегических групп на рынке торговли (составлено авторами)

Таким образом, имея в своем распоряжении информацию о показателях в отрасли и финансовых показателях некоторых компаний, построим карту стратегических групп (рисунок).

По рисунку можно сделать вывод о том, что более половины рынка принадлежит компаниям низкого ценового сегмента, однако, рентабельность выше у компаний, которые относят к среднему и верхнему ценовому сегменту. Это можно объяснить тем, что руководители компании среднего и верхнего сегмента имеют более продуманный долгосрочный стратегический план и персонал их компаний знает, чем привлечь клиентов, а также, как свести к минимуму издержки. В данном конкретном примере мы разобрали по три компании из каждого ценового сегмента, и у каждой компании отличаются данные рентабельности, что приводит нас к мысли о том, что рынок торговли нестабилен и постоянно совершенствуется, а руководству компаний необходимо с каждым годом более тщательно продумывать стратегии во всех аспектах, в том числе, и кадровую стратегию, так как именно линейный персонал магазинов – это прямые представители компании для потенциальных покупателей.

Помимо этого, стоит отметить, что чем более тщательно продумана кадровая стратегия в компании, тем выше будет рентабельность в итоге, так как продажи в первую очередь зависят от качества работы персонала, товар сам себя не продаст.

Следующим шагом на пути к формулировке стратегии, является написание SWOT-анализа, начнем с первой стратегической группы в таблице 3.

Сильной стороной не брендированных магазинов в первую очередь является низкая цена товара, которая привлекает клиентов любого возраста и социального положения. Среди слабых сторон стоит выделить отсутствие бренда у подобного рода магазинов, так как покупатели верят, что если вещь брендированная, то и качественная. Возможность, которая увеличит прибыль – расширение ассортимента, так как чем больше ассортимент, тем больше вероятность того, что клиент найдет то, что ищет. Главными угрозами являются сложная экономическая ситуация в стране и некачественное обслуживание клиентов, две данные проблемы приводят к отсутствию прибыли.

Проанализируем с точки зрения SWOT-анализа вторую стратегическую группу предприятий на рынке продаж одежды в таблице 4.

Таблица 3

SWOT-анализ стратегической группы №1

<p>Сильные стороны S1: Низкая цена товара; S2: Низкий уровень затрат на аренду и покупку изделий; S3: Расположение в жилых домах – клиенты ближайших домов; S4: За счет малого количества товаров, персонал знает товар и может проконсультировать</p>	<p>Слабые стороны W1: Низкое качество товара; W2: Ассортиментный ряд скорее всего, что маленький W3: Презентацию товара в магазине невозможно; W4: Отсутствие бренда у вещей; W5: Отсутствие интернет-магазина; W6: Отсутствие рекламы.</p>
<p>Возможности O1: Расширение ассортимента, который увеличит выбор у клиентов; O2: Проведение различных акций; O3: Поиск методов снижения стоимости аренды; O4: Продвижение магазина в социальных сетях в сети Интернет.</p>	<p>Угрозы T1: Отсутствие денежных средств у покупателей из-за сложной экономической ситуации в России; T2: Открытие аналогичных магазинов на ближайшей территории, потеря клиентов; T3: Рост цен на продукцию со стороны производителей; T4: Отток клиентов из-за некачественного обслуживания; T5: Банкротство.</p>

Примечание: составлено авторами.

Таблица 4

SWOT-анализ стратегической группы №2

<p>Сильные стороны S1: Широкий ассортимент; S2: Узнаваемые бренды; S3: Уровень цен; S4: Репутация на рынке.</p>	<p>Слабые стороны W1: Низкая квалификация персонала; W2: Высокая текучесть кадров; W3: Отсутствие заинтересованности линейного персонала в развитии; W4: Отсутствие гибкости (реакции на изменения);</p>
<p>Возможности O1: Поиск новых поставщиков качественной и недорогой одежды; O2: Увеличение спроса; O3: Развитие и продвижение бренда на Интернет-ресурсах; O4: Ухудшение положения конкурентов; O5: Совершенствование процесса продажи.</p>	<p>Угрозы T1: Уменьшение доходов населения из-за новой волны эпидемии; T2: Рост безработицы; T3: Появление новых аналогичных зарубежных игроков на рынке России; T4: Изменение уровня цен.</p>

Примечание: составлено авторами.

Организации из данной стратегической группы можно отнести к тем, которые используют стратегию ограниченного роста. На наш взгляд, самой сильной стороной является сочетание бренда и уровня цен в данной стратегической группе, так как компании, которые находятся на рынке более 10 лет (например, торговая сеть Zolla с 2004 года в России, а первый магазин торговой сети O'Stin был открыт в 2003 году), завоевали доверие потребителей, создан имидж, который позволяет конкурировать и существовать на рынке. Среди слабых сторон хочется отметить низкую квалификацию персонала и высокую текучесть кадров,

именно данный момент мешает дальнейшему развитию компании, так как затраты, которые связаны с текучестью кадров всегда высокие. Поиск новых поставщиков – главная среди возможностей, на наш взгляд, поскольку компании из данной стратегической группы, как правило имеют договор с поставщиками из Китая, однако, за пределами Китая есть не менее дорогие поставщики, с которыми можно заключить договор (например, Вьетнам или Тайвань). Изменение уровня цен – самая главная угроза, будь она внешней или внутренним решением, это повлечет отток постоянных покупателей и отсутствие интереса других покупателей,

которые либо не имеют достаточных материальных средств, либо предпочтут купить необходимый товар у конкурентов.

Проанализируем следующую стратегическую группу в таблице 5.

Сильной стороной стратегической группы №3 является интернет-магазины, которые в 2020 году были очень актуальны и потребители перешли от оффлайн-формата к онлайн-покупкам. Компании, у которых развитие интернет-продаж было на постоянной основе, смогли минимизировать убытки от закрытия розничных магазинов. Анализируя данные из таблицы 3, можно отметить компанию H&M, которая не только уменьшила убытки, но и увеличила показатель прибыли, по сравнению с прошлым годом примерно на 430 миллионов рублей. Среди слабых сторон хочется

отметить зависимость от курса валют, поскольку руководители европейских магазинов следят за экономической ситуацией в России, и в случае, когда рубль «слабеет» продолжительное время, аналитики понимают, что недополучают прибыль, и цены растут на одежду. Главная возможность – создание новых технологий, поскольку компании уже устоялись на рынке и располагают достаточными ресурсами, чтобы улучшить не только качество продаваемых вещей, но и привлечь новых покупателей новинками из эко-материалов. Негативные события, которые могут очернить престиж бренда – это главная угроза.

Перейдем к анализу последней стратегической группы, которая является для потребителей самой дорогой в сфере одежды и моды, мы рассмотрим её в таблице 6.

Таблица 5

SWOT-анализ стратегической группы №3

<p>Сильные стороны S1: Широкий ассортимент; S2: Регулярные акции; S3: Развитые интернет-сайты с доставкой; S4: Презентация товаров в зале продумана и анализируется на постоянной основе; S5: Обучение персонала.</p>	<p>Слабые стороны W1: Зависимость цен в России от курса валют; W2: Магазины самообслуживания (отсутствие консультантов); W3: Одежда «евро-зима» не подходит для жителей России в зимний период; W4: Низкое качество обуви.</p>
<p>Возможности O1: Развитие индустрии моды; O2: Создание новых технологий производства; O3: Выход крупных игроков; O4: Проведение акций.</p>	<p>Угрозы T1: Появление новых сильных конкурентов, которые заберут часть постоянных клиентов; T2: Снижение доходов у населения; T3: Ужесточение регулирования со стороны государства; T4: Негативные события, способные очернить бренд.</p>

Примечание: составлено авторами.

Таблица 6

SWOT-анализ стратегической группы №4

<p>Сильные стороны S1: Узнаваемость зарекомендовавших себя брендов; S2: Квалифицированный персонал; S3: Финансовое положение; S4: Выгодное расположение в торговых центрах.</p>	<p>Слабые стороны W1: Высокая зависимость от экономической ситуации в стране; W2: Зависимость от потребителей, чаще от постоянных клиентов; W3: Товар продается медленнее, чем поступают новые коллекции; W4: Ориентация исключительно на слой населения с высоким доходом.</p>
<p>Возможности O1: Развитие брендов в регионах; O2: Увеличение доли рынка; O3: Развитие брендов в социальных сетях; O4: Новые клиенты за счет увеличения доходов у населения.</p>	<p>Угрозы T1: Отсутствие покупательской способности в России; T2: Рост налогов и пошлин на импортные товары; T3: Зависимость от курса валют; T4: Технологические разработки конкурентов.</p>

Примечание: составлено авторами.

Хочется отметить среди сильных сторон в четвертой стратегической группе квалифицированный персонал, так как именно от качества консультации в дорогой категории магазина будет зависеть, будет ли готов покупатель приобрести вещь, или нет. Среди слабых сторон выделяется высокая зависимость от экономической ситуации в стране, поскольку в магазины данной категории приходят исключительно небольшая доля населения, и если в стране создается сложная экономическая ситуация, то и продажи будут на минимальном уровне, даже скорее компания будет работать в убыток. Главной возможностью является развитие брендов в регионах, поскольку открытие филиала даже с ограниченным ассортиментом, может принести большую прибыль, поскольку выбор, как правило в регионах невелик. Поскольку в России нет производства товаров категории люкс, хочется в угрозах выделить именно рост налогов и пошлин на ввозимые вещи, поскольку ассортимент небольшой и достаточно дорогой, что может сильно сказаться на компании, вплоть до ухода с российского рынка.

После анализа четырех стратегических групп можно сделать вывод о том, что в отрасли торговли одеждой в России компании объединяют следующие моменты:

а) зависимость цен от курса валют;

б) покупательская способность любого слоя населения;

в) среди сильных сторон – бренд, которому доверяют покупатели;

г) технологические разработки любой компании – угроза для конкурентов;

д) необходимость в квалифицированном персонале.

Здесь мы переходим к главному выводу: руководители компаний не могут повлиять на внешние факторы, они могут приспособиться к ним и минимизировать убытки компании, однако внутренний фактор тоже требует постоянного внимания – это персонал, которому необходима четкая и грамотная кадровая стратегия, которая позволит избежать высокой текучести персонала. Исходя из анализа стратегических групп было установлено, что наиболее сильные позиции на отечественном рынке занимает третья стратегическая группа, так как хоть представители данной группы и заняли 30% рынка, но финансовые показатели из таблицы 3 нам показывают, что именно компании из данной категории получают наибольшую прибыль и популярны среди потребителей. Третья стратегическая группа – золотая середина для потребителя, где есть качество и низкая цена.

Библиографический список

1. Гафарова Д.А. Тенденции российского рынка мужской и женской одежды // Торгово-экономический журнал. 2017. Т. 4. № 1. С. 9-20.
2. Шарапова Н.В., Борисов И.А., Лагутина Е.Е. Стратегический анализ, или с чего начать? // Экономика и предпринимательство. 2017. № 4-1 (81). С. 634-637.

УДК 330.43:519.24

С. Ю. Ширнаева

ФГАОУ ВО «Самарский Государственный экономический университет», Самара,
e-mail: shirnaeva_sy@mail.ru

ЧИСТЫЙ ЭКСПОРТ ТОВАРОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: СТАТИСТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ

Ключевые слова: чистый экспорт, временной ряд, стационарность, автокорреляция, моделирование. В работе исследуется один из важнейших показателей внешнеторгового оборота – чистый экспорт товаров

Российской Федерации, проанализирована динамика данного показателя, свойства и структура его временного ряда, выявлены факторы, оказывающие влияние на чистый экспорт товаров РФ. Применение метода Фостера – Стюарта и метода сравнения средних уровней ряда подтвердило гипотезу о тенденции роста временного ряда чистого экспорта товаров РФ за период с января 1999 г. по апрель 2021 г. Для моделирования чистого экспорта была использована модель авторегрессии и распределенного лага *ADL*. Выбор в пользу модели *ADL* был сделан в соответствии со следующими причинами: 1) данные модели позволяют учесть влияние на исследуемую зависимую переменную других социально-экономических показателей; 2) для устранения автокорреляции в модель включаются лаговые значения зависимой переменной. В качестве независимых переменных рассматривались показатели, характеризующие различные аспекты социально-экономического развития страны: курсы доллара и евро, индексы цен, показатели рынка труда, торговли, строительства, грузооборота, средние цены на энергоносители и др. По результатам эконометрического моделирования подтверждена высокая степень зависимости чистого экспорта товаров Российской Федерации от курса доллара и цен на энергоресурсы и продукты нефтепереработки.

S. Yu. Shirnaeva

Samara State University of Economics, Samara, e-mail: shirnaeva_sy@mail.ru

NET EXPORT OF GOODS TO THE RUSSIAN FEDERATION: STATISTICAL RESEARCH AND ECONOMETRIC MODELING

Keywords: net export, time series, stationarity, autocorrelation, modeling.

The paper examines one of the most important indicators of foreign trade turnover – the net export of goods of the Russian Federation, analyzes the dynamics of this indicator, the properties and structure of its time series, identifies factors that affect the net export of goods of the Russian Federation. The use of the Foster – Stewart method and the method of comparing the average levels of the series confirmed the hypothesis of the growth trend in the time series of net exports of goods of the Russian Federation for the period from January 1999 to April 2021. An autoregressive and distributed lag model *ADL* was used to simulate net exports. The choice in favor of the *ADL* model was made in accordance with the following reasons: 1) these models make it possible to take into account the influence of other socio-economic indicators on the investigated dependent variable; 2) to eliminate autocorrelation, the lagged values of the dependent variable are included in the model. Indicators characterizing various aspects of the country's socio-economic development were considered as independent variables: dollar and euro exchange rates, price indices, labor market indicators, trade, construction, freight turnover, average energy prices, etc. Based on the results of econometric modeling, a high degree of dependence of the net export of goods of the Russian Federation on the dollar exchange rate and prices for energy resources and petroleum products has been confirmed.

Введение

В настоящее время в условиях глобализации внешнеторговый оборот является важнейшим показателем развития Российской экономики и находится в зоне повышенного внимания государства. Правительством РФ принята Государственная программа «Развитие внешнеэкономической деятельности» [1]. Одна из целей програм-

мы – укрепление Российской Федерации в мировой экономической системе и повышение эффективности внешнеэкономической деятельности, которая является показателем благосостояния страны, увеличивает объем инвестиций, способствует повышению уровня жизни населения.

Для достижения целей программы необходим регулярный мониторинг или ком-

плексный статистический анализ внешне-торгового оборота страны и его составляющих, в том числе чистого экспорта. Это в значительной степени определяет актуальность выбранной темы исследования.

Анализ научных работ по статистическому исследованию и моделированию внешне-торгового оборота показал разнообразие подходов к данной проблеме. Авторы используют различные статистические и эконометрические инструменты: кластерный анализ [2], факторный анализ [3], индексный метод [4], гравитационные модели [5], многофакторные регрессионные модели [6], модели *ARIMA*, *ARMAX* [7], *VEC* [8], системы одновременных уравнений [9], и др.

В качестве объектов исследования в работах выступает экспорт, импорт, внешне-торговый оборот в целом. Но такому показателю, как чистый экспорт, уделено крайне мало внимания [9], что также определяет актуальность выбранной темы.

Таким образом, **целью** работы является статистическое исследование и эконометрическое моделирование одного из показателей внешне-торгового оборота Российской Федерации – чистого экспорта товаров. Задачи исследования: проанализировать динамику данного показателя, свойства и структуру его временного ряда, выявить факторы, оказывающие влияние на чистый экспорт товаров РФ.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу работы составляют статистические и эконометрические методы исследования и моделирования временных рядов, корреляционно-регрессионный анализ, методы оценки качества эконометрических моделей.

Информационной базой исследования являются официальные данные Федеральной службы государственной статистики РФ – краткосрочные экономические показатели Российской Федерации (в том числе показатели экспорта и импорта), представленные в виде временных рядов в месячной динамике за период с января 1999 г. по апрель 2021 г. [10].

Для реализации поставленных задач в работе использовались пакеты прикладных программ Excel и Gretl.

Результаты исследования и их обсуждение

Одним из показателей внешне-торгового оборота страны является чистый экспорт

товаров или сальдо торгового баланса – разность между экспортом и импортом. Это показатель внешне-торговых сделок страны. Положительное сальдо (превышение экспорта над импортом) означает, что экспортируемые страной товары пользуются спросом на мировом рынке. В этом случае местный производитель имеет преимущества, растут объемы производства, и, как следствие, растет экономика страны в целом. Положительное сальдо может означать также, что имеется переизбыток производимого товара. Отрицательное сальдо (превышение импорта над экспортом) или дефицит торгового баланса означает в стране кроме своих товаров потребляются и импортные товары. Собственные товары в этом случае неконкурентоспособны, а экономика страны является слаборазвитой, что может привести к неспособности расплачиваться с импортерами и девальвации национальной валюты. Положительной стороной дефицита торгового баланса является возможность сдерживания инфляции и поддержка высокого уровня жизни в стране.

По итогам 2019 и 2020 гг. Россия занимала 3-е место после Китая и Германии по величине чистого экспорта товаров (табл. 1). Лидерство Китая объясняется большими объемами экспорта электроники, одежды, текстиля, некоторых видов оборудования и др. Кроме того, в 2020 г. в связи с пандемией коронавируса Китай значительно увеличил экспорт медикаментов. Самый большой в мире отрицательный чистый экспорт имеют Соединенные Штаты Америки, при этом валовый внутренний продукт в этой стране самый большой. Подобный торговый дисбаланс сдерживается свободным рынком посредством корректировок обменного курса. Таким образом, наличие отрицательного сальдо не всегда негативно сказывается на экономической ситуации государства.

Российский чистый экспорт в 2020 г. сократился по сравнению с 2019 г. на 44,46%, что связано, прежде всего, с падением цен на нефть и пандемией. Впервые за два десятилетия на экспорт энергоносителей (нефть, газ, уголь) пришлось меньше половины общего российского экспорта (49,6%) [11]. Одновременно с сокращением экспорта энергоносителей в 2020 г. увеличился экспорт продовольствия, сельскохозяйственного сырья, текстиля, обуви и драгоценных металлов.

Таблица 1

Чистый экспорт товаров стран мира, млрд долларов США (фрагмент)

Страна	2019	2020	Темп прироста (%)
Китай	429,62	535,01	24,53
Германия	253,37	211,43	-16,55
Россия	165,3	91,8	-44,46
Италия	62,79	73,33	16,79
Нидерланды	61,93	68,83	11,14
Южная Корея	38,91	45,21	16,19
Сингапур	31,36	45,22	44,20
Мексика	5,41	34,85	544,18
Бельгия	-6,72	-2,98	-55,65
Канада	-7,28	-15,88	118,13
Япония	-15,23	5,88	-138,61
Испания	-38,27	-17,66	-53,85
Гонконг	-42,88	-21,55	-49,74
Франция	-86,84	-94,21	8,49
Индия	-155,63	-92,49	-40,57
Великобритания	-224,17	-231,6	3,31
США	-923,22	-975,13	5,62

Источник: расчеты автора на основе [12].

На рис. 1 представлен график временно-го ряда чистого экспорта Y (млрд долларов

США), рассчитанный как разность экспорта и импорта товаров РФ в соответствующие месяцы. По графику можно предположить неустойчивую тенденцию роста значений чистого экспорта на промежутке с 1999 г. по 2021 г.

Так как графический метод является приближенным, разведочным, то далее использовались более точные статистические методы для проверки наличия тенденции: метод Фостера – Стюарта [13] и метод, основанный на сравнении средних уровней ряда.

По результатам применения метода Фостера-Стюарта гипотеза об отсутствии тренда отвергается на 5%-ном уровне значимости для всех рассмотренных временных рядов (наблюдаемое значение метода составило 6,60 при критическом значении 1,96). По результатам применения метода сравнения средних уровней ряда получено, что гипотеза о равенстве средних отвергается на 5%-ном уровне значимости (наблюдаемое значение критерия составило -10,58 при критическом значении 1,65). Применения перечисленных методов подтвердило гипотезу о тенденции роста временного ряда чистого экспорта товаров РФ.

В табл. 2 представлены основные выборочные характеристики и показатели динамики временного ряда чистого экспорта.

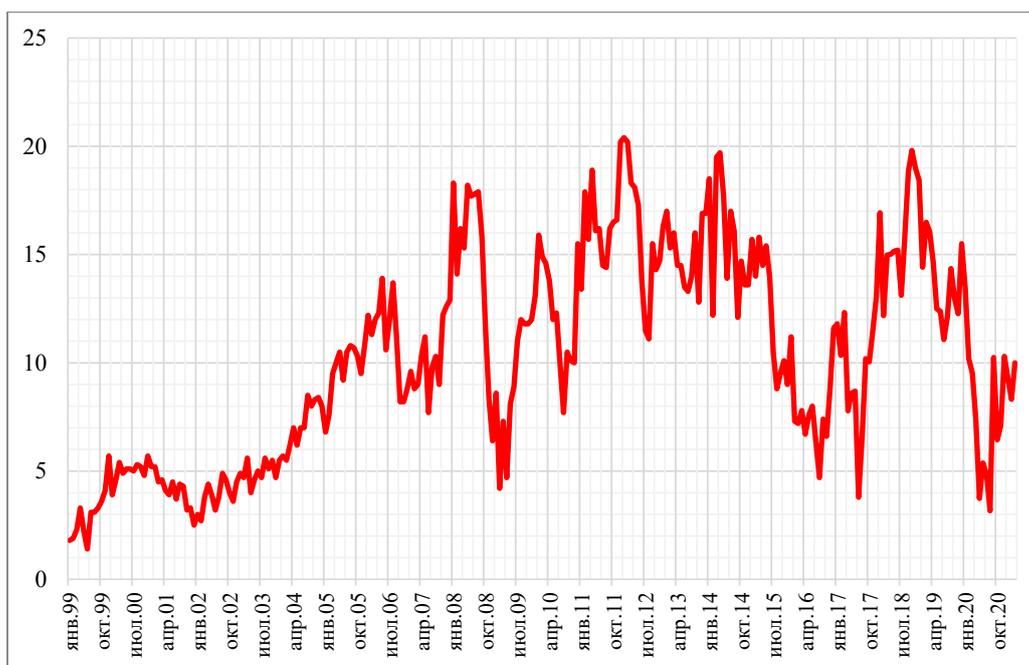


Рис. 1. Динамика чистого экспорта товаров РФ за период с января 1999 г. по апрель 2021 г.

Таблица 2

Выборочные характеристики и показатели динамики временного ряда чистого экспорта товаров РФ (Y)

	Средний уровень (\bar{Y})	Среднее квадратическое отклонение (σ)	Коэффициент вариации (V)	Средний абсолютный прирост (Δ)	Средний темп роста (\bar{T}_p)	Средний темп прироста (\bar{T}_{np})
Y	10,25	4,79	46,70	0,03	100,64	0,64

Источник: расчеты автора.

Таблица 3

Результаты тестирования временного ряда чистого экспорта (Y) на стационарность с помощью расширенного ADF -теста

Показатель	Исходные уровни (тест с константой и трендом)	Первые разности (тест с константой)
Y	-2,44 (0,1294)	-4,84 (0,0000)

Источник: расчеты автора (в скобках указаны соответствующие p -значения).

Коэффициент вариации превышает 33%, что говорит о неоднородности совокупности и может быть связано с наличием сезонных колебаний в структуре временного ряда исследуемого показателя.

По результатам проведенных расчетов получено, что средний темп роста (\bar{T}_p) для показателя Y составляет 100,64%. Таким образом, величина чистого экспорта в рассматриваемом периоде ежемесячно увеличивается в среднем на 0,64%.

При исследовании на стационарность с помощью расширенного теста Дики-Фуллера (расширенного ADF -теста) получено, что временной ряд чистого экспорта является стационарным в первых разностях, то есть является интегрированным первого порядка (табл. 3).

Вывод о коррелированности уровней временного ряда чистого экспорта был сделан на основании анализа графиков автокорреляционной ($АКФ$) и частной автокорреляционной ($ЧАКФ$) функций для данного ряда (рис. 2). Два первых значимых коэффициента автокорреляции на графике частной автокорреляционной функции позволяют предположить, что анализируемый временной ряд подчиняется автокорреляционной схеме второго порядка $AR(2)$.

Значимый коэффициент автокорреляции 12-го порядка означает наличие сезонной компоненты в структуре ряда (сезонная компонента мультипликативная, так как сезонные колебания имеют непостоянную

амплитуду (см. рис. 1)). Для целей исследования сезонная компонента была устранена.

Учитывая выявленные ранее свойства, для моделирования чистого экспорта товаров РФ была использована модель авторегрессии и распределенного лага ADL . В данном случае использовалась модель $ADL(p, r, s)$, где p – число лагов зависимой переменной, r – число лагов независимых переменных, s – число независимых переменных [14]. Выбор в пользу модели ADL был сделан в соответствии со следующими причинами:

- данные модели позволяют учесть влияние на исследуемую зависимую переменную других социально-экономических показателей;
- для устранения автокорреляции в модели включаются лаговые значения зависимой переменной.

В качестве независимых переменных рассматривались показатели, характеризующие различные аспекты социально-экономического развития страны: курсы доллара и евро, индексы цен, показатели рынка труда, торговли, строительства, грузооборота, средние цены на энергоносители и др. (всего 20 показателей).

Временные ряды всех показателей исследовались на наличие сезонной компоненты (которая была устранена в случае обнаружения) и на стационарность. Для моделирования использовались только переменные, имеющие с зависимой переменной Y одинаковый порядок интегрированности.

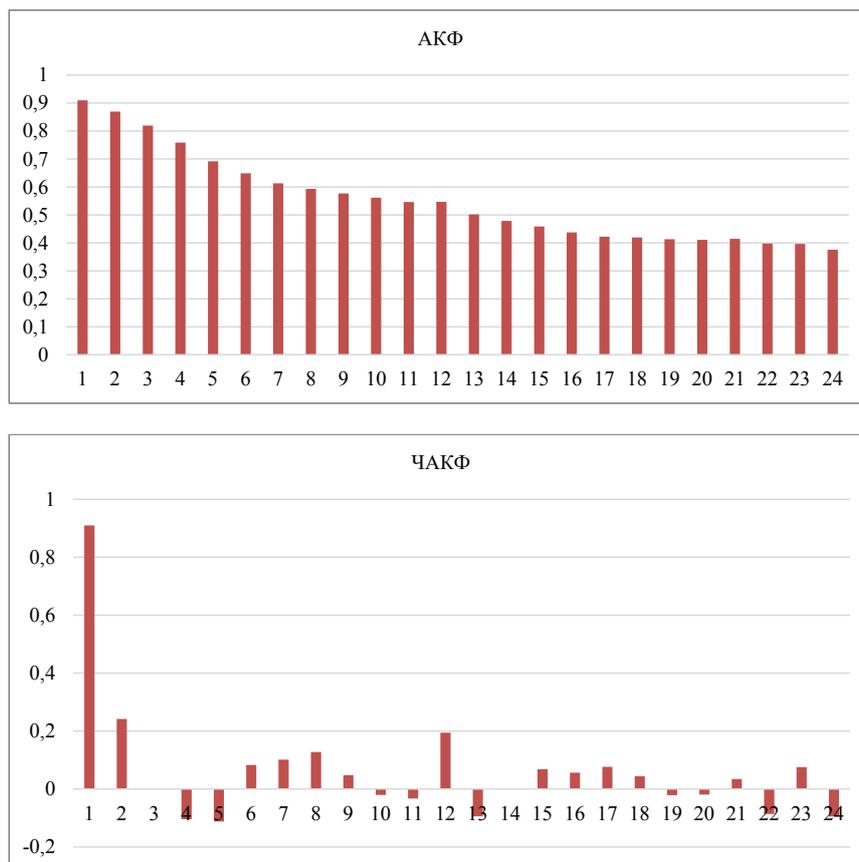


Рис.2. Графики автокорреляционной (АКФ) и частной автокорреляционной (ЧАКФ) функций временного ряда чистого экспорта товаров РФ (Y)

Таблица 4

Результаты оценки параметров модели (1)

	Коэффициент	Стандартная ошибка	P-значение
const	0,57	4,77	0,9055
Y_{t-1}	0,58	0,06	<0,0001
Y_{t-2}	0,34	0,06	<0,0001
X_2	0,03	0,01	0,0015
X_{14}	-0,52	0,111	0,0485
X_{17}	0,0003	0,00	<0,0001
X_{18}	0,002	0,00	0,0365
R^2		0,8844	

Источник: расчеты автора.

Результаты моделирования чистого экспорта показали, что наилучшими свойствами обладает модель $ADL(2, 1, 4)$ следующего вида ($t = 1; 268$):

$$\hat{Y}_t = 0,57 + 0,58Y_{t-1} + 0,34Y_{t-2} + 0,03X_{2,t} - 0,52 X_{14,t} + 0,0003X_{17,t} + 0,002X_{18,t}, \quad (1)$$

где X_2 – коммерческий грузооборот транспорта (млрд тонно-км),

X_{14} – уровень безработицы в возрасте 15-72 лет (%),

X_{17} – средние цены производителей на нефть сырую (рублей за тонну),

X_{18} – средние цены производителей на уголь (рублей за тонну).

Значения критериев качества модели (1) представлены в табл. 4.

Построенная модель обладает хорошей объясняющей способностью, так как коэффициент детерминации R^2 составил 88,4%. Оценки параметров модели (кроме константы) статистически значимы на 5%-ном уровне значимости.

Остатки модели (1) обладают следующими свойствами:

- остатки стационарны по результатам теста Дики-Фуллера с константой $-16,59$ ($0,000$);

- остатки не коррелированы по результатам Q -теста Льюинга-Бокса $Q = 11,25$ ($0,3387$).

Таким образом, на величину чистого экспорта товаров РФ за период с января 1999 г. по апрель 2021 г. помимо собственных значений с лагом в 1 и 2 месяца, оказывают влияние грузооборот транспорта, состояние рынка труда и средние цены на энергоресурсы и продукты нефтепереработки

Заключение

Российский внешнеторговый оборот, его структура и динамика существенным образом зависят от мировой экономической и политической ситуации, что нашло подтверждение в работе при построении эконометрической модели чистого экспорта РФ. По результатам эконометрического моделирования на рассматриваемом временном промежутке остается высокая степень зависимости чистого экспорта нашей страны от цен на энергоресурсы и продукты нефтепереработки.

По результатам проведенного исследования, чистый экспорт России, не смотря на современную санкционную политику, пандемию, существенное сокращение в 2020 г., характеризуется положительной динамикой развития. Свойства временного ряда чистого экспорта (структура, порядок интегрированности и др.) схожи со свой-

ствами временных рядов показателей экспорта и импорта РФ [15].

В сложившихся условиях мировой экономической нестабильности наиболее эффективной для государства становится политика импортозамещения. Это способствует повышению конкурентоспособности отечественных производителей (особенно в сфере сельского хозяйства), стабилизирует ситуацию на рынке труда за счет появления новых рабочих мест, увеличивает объемы производства и укрепляет актуализированную пандемией продовольственную безопасность страны.

В экспортной политике наиболее перспективной является увеличение доли высокотехнологичной продукции (например, перестройка автомобильной промышленности с переориентацией на экспорт [16]).

В целом, для увеличения объема внешнеторгового оборота, среди необходимых государственных мер можно выделить: привлечение иностранных технологий и инвестиций, совершенствование таможенного законодательства, укрепление курса рубля по отношению к доллару и евро.

Исследование может быть продолжено с целью усовершенствования построенной эконометрической модели, уточнения набора независимых переменных. Также перспективным направлением дальнейшего исследования представляется применение других методов моделирования показателей внешнеторгового оборота (например, построение модели *GARCH* (обобщенная авторегрессионная условная гетероскедастичность) для описания временного ряда чистого экспорта товаров РФ).

В дальнейшем, при наличии соответствующей статистической информации, интересным представляется исследование влияния пандемии коронавируса на свойства и динамику временного ряда чистого экспорта товаров Российской Федерации.

Библиографический список

1. Развитие внешнеэкономической деятельности. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.03.2019 № 349. Портал Госпрограмм РФ [Электронный ресурс]. – URL: <https://programs.gov.ru/Portal/programs/subActionsList?gpId=27&pgpId=35B2AD11-15E1-43FF-9C07-A1FE9A742E80> (дата обращения: 07.06.2021).
2. Оганнисян Э.Г., Шаталова А.С. Классификация стран мира по показателям экспортно-импортных операций // *Фундаментальные исследования*. 2019. № 1. С. 46-52.

3. Глебкова И.Ю., Качанова Н.Н. Факторный анализ показателей внешней торговли // Евразийский союз ученых. 2015. № 2-1 (11). С. 56-59.
4. Ускова Т.В., Асанович В.Я., Дедков С.М., Селименков Р.Ю. Внешнеэкономическая деятельность регионов СЗФО и республики Беларусь: состояние и методологические аспекты моделирования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2010. № 4 (12). С. 118-130.
5. Keogh G.A Gravity Model Analysis of Irish Merchandise Goods Exports under Brexit // Journal of the statistical and social inquiry society of Ireland. 2019. Vol. 48. P. 41-70.
6. Лапин А.В. Построение эконометрических моделей и анализ факторов экспорта и импорта Санкт-Петербурга // Молодой ученый. 2016. № 13. С. 44-46. [Электронный ресурс]. URL: <https://moluch.ru/archive/117/32290/> (дата обращения: 09.06.2021).
7. Го Х. Прогнозирование динамики логистических факторов в развитии внешнеторгового товарооборота России и Китая. // Логистика и управление цепями поставок: сборник научных трудов. Санкт-Петербург, 2019. С. 35-38.
8. Суханова Е.И., Ширнаева С.Ю. Различные подходы к моделированию и прогнозированию макроэкономических процессов // Фундаментальные исследования. 2015. № 12-2. С. 406-411.
9. Суханова Е.И., Ширнаева С.Ю. Типологизация показателей, отражающих стабилизационные процессы экономики России, по критериям устойчивости // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 5 (91). С. 103-109.
10. Краткосрочные экономические показатели Российской Федерации. М., 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://gks.ru/compendium/document/50802> (дата обращения: 1.07.2021).
11. Как изменилась за год торговля России с другими странами. Главное. РБК. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru/economics/15/02/2021/6028f9c79a794754fdb4362ehttps://www.rbc.ru/economics/15/02/2021/6028f9c79a794754fdb4362e> (дата обращения: 06.07.2021).
12. Базы данных торговли по странам (экспорт и импорт). TrendEconomy. [Электронный ресурс]. URL: <https://trendeconomy.ru/trade> (дата обращения: 09.06.2021).
13. Фахрова Д.В. Анализ наличия тренда в уровнях ряда динамики по методу Фостера-Стюарта // Инновация в АПК: стимулы и барьеры: сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. (Рязань, 21 июня 2017 г.). М.: ООО Издательство: «Научный консультант», 2017. С. 358-363.
14. Калугин Т.Р., Ким А.К., Петрусевич Д.А. Анализ моделей ADL(p, q), используемых для описания связей между временными рядами // Российский технологический журнал. 2020. № 8 (2). С. 7-22. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rtf-mirea.ru/jour/article/view/207> (дата обращения: 25.06.2021).
15. Ширнаева С.Ю. Эконометрическое моделирование и прогнозирование показателей экспорта товаров Российской Федерации // Фундаментальные исследования. 2020. № 6. С. 172-177.
16. Итоги внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в 2019 году. [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/itogi_vneshneekonomicheskoy_deyatelnosti_rossiyskoy_federacii_v_2019_godu.html (дата обращения: 01.06.2021).

УДК 343.229

Д. Л. Никишин

Институт Академии ФСИН России, Рязань

Д. О. Орешкова

Академия ФСИН России, Рязань, e-mail: fuf62@mail.ru

ПОНЯТИЕ, РЕГУЛИРОВАНИЕ И ЗНАЧЕНИЕ ИНСТИТУТА ОШИБКИ В УГОЛОВНОМ ПРАВЕ РОССИИ

Ключевые слова: ошибка в уголовном праве России, классификация ошибок в уголовном праве России, юридическая ошибка, фактическая ошибка, ошибка в предмете преступления, ошибка в содержании совершаемого деяния, ошибка в наступивших последствиях, ошибка в развитии причинно-следственной связи.

Существенное место в науке уголовного права занимает институт ошибки. Ошибкой в уголовном праве принято считать неверное представление субъекта, совершившего преступление о действительных юридических и фактических обстоятельствах содеянного. В зависимости от характера заблуждения лица выделяются два вида ошибок – юридическая и фактическая ошибки. Юридическая ошибка подразумевает неверную оценку лицом юридического содержания или правовых последствий совершаемого деяния. Под фактической ошибкой понимается неправильная оценка субъектом объективных обстоятельств совершаемого деяния, имеющих значение для квалификации содеянного. Юридические и фактические ошибки имеют свою собственную классификацию. В частности, выделяют ошибки в предмете преступления, ошибки в содержании совершаемого деяния, ошибки в развитии причинно-следственной связи и др. Цель данной статьи заключается в рассмотрении определения понятия и анализе значения института ошибки в уголовном праве. Методологическую основу исследования составляет диалектический метод познания. В работе также применялись различные методы научного исследования: сравнительно-правовой, логико-исторический, социологический, системный и др. Авторами данной статьи рассмотрено определение института ошибок в уголовном праве, проанализирована их классификация, приведены конкретные примеры ошибок, подтвержденные нормами Уголовного кодекса РФ.

D. L. Nikishin

Institute of the Academy of Law Management of the Federal Penitentiary Service of Russia, Ryazan

D. O. Oreshkova

Academy of Law Management of the Federal Penitentiary Service of Russia, Ryazan, e-mail: fuf62@mail.ru

DEFINITION, REGULATION AND SIGNIFICANCE OF THE INSTITUTE OF THE ERROR IN THE CRIMINAL LAW OF RUSSIA

Keywords: error in the criminal law of Russia, legal error, actual error, error in the subject of the crime, error in the content of the committed act, error in the consequences that occurred, an error in the development of a cause-and-effect relationship.

The institution of the error occupies an essential place in the science of criminal law. The error in criminal law is considered to be the misconception of the subject who committed the crime about the actual legal and factual circumstances of the deed. Depending on the nature of the person's delusion, two types of errors are distinguished – legal and factual errors. A legal error implies an incorrect assessment by a person of the legal content or legal consequences of the act committed. A factual error is understood as an incorrect assessment by the subject of the objective circumstances of the committed act, which are important for the qualification of the act. Legal and factual errors have their own classification. In particular, they highlight errors in the subject of the crime, errors in the content of the act being committed, errors in the development of a causal relationship, etc. The purpose of this article is to review the definition of the concept and to analyze the significance of the institution of the error in the criminal law. The methodological basis of the research is the dialectical method of cognition. In this article were used various methods of scientific research: comparative legal, logical-historical, sociological, systemic, etc. Authors of this article considered the definition of the institution of the error in criminal law, analyzed their classification, provided specific examples of errors confirmed by the norms of the Criminal Code of the Russian Federation.

Институт ошибки занимает значимое место в системе уголовного права. Рассматриваемый уголовно-правовой институт получил непосредственное отражение в трудах многих ученых-правоведов.

Цель данной статьи заключается в рассмотрении определения понятия и анализе значения института ошибки в уголовном праве.

Методологическую основу исследования составляет диалектический метод познания. В работе также применялись различные методы научного исследования: сравнительно-правовой, логико-исторический, социологический, системный и др.

В общепринятом смысле под ошибкой в уголовном праве России понимается заблуждение лица относительно фактических обстоятельств или юридической оценки совершаемого общественно-опасного деяния (действия или бездействия). В определённом ряде случаев совершение деяния под влиянием ошибки непосредственным образом влияет на квалификацию содеянного, что в свою очередь влечёт за собой иные правовые последствия, и в силу чего существенное значение приобретает ситуация правильного понимания и юридического оценивания данного уголовно-правового института.

В национальной науке уголовного права принято выделять два вида ошибок: юридические и фактические.

Под *юридической ошибкой* устанавливается и понимается неверная оценка лицом юридического содержания или правовых последствий совершаемого деяния.

Первым видом юридической ошибки является неправильное представление о совершаемом деянии как неприступном (хотя в действительности оно предусмотрено в уголовном законодательстве). В данных случаях уголовная ответственность не исключается, так как виновное лицо понимает, что совершает общественно-опасное деяние и тем самым причиняет вред (ущерб) охраняемым уголовным законом общественным отношениям [1, с. 513].

Вторым видом юридической ошибки признаётся неправильное представление о совершаемом деянии как о преступном, в то время как фактически оно не предусмотрено уголовным законом, а стало быть, и не может являться преступлением. Указанный вид ошибки не порождает уголовно-правовых последствий, в виду того, что

отсутствует обязательный признак преступления – противоправность. Помимо этого, мнимое преступление не является общественно опасным деянием и не причиняет какого-либо значимого вреда (ущерба) охраняемым уголовным законом общественным отношениям.

Иным вариантом рассматриваемого вида ошибки является неправильная квалификация виновным совершаемого преступления. Например: лицо считает, что совершает насильственный грабёж, а в действительности содеянное содержит в себе все признаки разбоя.

Рассмотрим другой пример: неверное понимание и представление относительно наступления правовых последствий совершенного преступления. В данном случае лицо рассчитывает, что за совершение преступления оно будет осуждено условно, в то время как назначенное наказание, применённое к нему, – реальное. Подобное заблуждение не влияет на квалификацию содеянного и не исключает уголовной ответственности.

Под *фактической ошибкой* понимается неправильная оценка субъектом объективных обстоятельств совершаемого деяния, имеющих значение для квалификации содеянного.

Данный вид ошибки может выражаться в ошибочном представлении относительно предмета посягательства, содержания самого деяния, преступных последствий содеянного, а также причинно-следственной связи между деянием и последствиями [2, с. 319].

Ошибка в предмете преступления имеет место тогда, когда виновное лицо заблуждается в отношении фактических свойств предмета, на который осуществляется посягательство. Например, приобретая порошкообразное вещество, лицо ошибочно предполагает, что это героин, однако фактически оказывается, что вместо наркотиков в пакете находится меловая пыль. В этом случае содеянное квалифицируется в зависимости от направления умысла виновного, а именно как покушение на незаконный оборот наркотических средств по ст. 228 УК РФ.

Разновидностью рассматриваемого вида ошибки является заблуждение относительно личности потерпевшего. Следует учитывать, что, если свойства потерпевшего имеют юридическое значение, данная ошибка может повлиять на квалификацию содеянного.

Так, ст. 116 УК РФ («Побои») не предусматривает специальных признаков потерпевшего. На этом основании, если виновное лицо, причиняя побои, ошибочно считает, что потерпевший – несовершеннолетний, хотя фактически он достиг восемнадцатилетия, такое заблуждение не будет влиять на правовую оценку указанных действий [3, с. 113].

В тоже время согласно ч. 2 ст. 117 УК РФ («Истязание») совершение данного вида преступления в отношении несовершеннолетнего является квалифицирующим признаком. По этой причине, если виновный истязает лицо, достигшее совершеннолетия, неверно полагая, что ему не исполнилось 18 лет, содеянное квалифицируется как покушение на истязание несовершеннолетнего [4, с. 355].

Ошибка в содержании совершаемого деяния означает, что виновное лицо добросовестно заблуждается относительно фактического характера и общественной опасности совершаемых действий или бездействий.

Первым вариантом данного вида фактической ошибки признаются ситуации, при которых субъект не осознаёт общественной опасности совершаемого деяния. К примеру, по просьбе знакомого перевозит посылку с видеоаппаратурой, в которой на самом деле оказывается огнестрельное оружие, о наличии которого он не знал. В этом случае лицо не осознаёт общественной опасности содеянного и, следовательно, не подлежит уголовной ответственности.

Вторым вариантом ошибки в содержании совершаемого деяния являются случаи, когда субъект полагает, что действие или бездействие является общественно опасным, хотя фактически никакого вреда охраняемым уголовным законом общественным отношениям они не причиняют. В данном случае содеянное следует квалифицировать как покушение в зависимости от направленности умысла. Например, виновное лицо считает, что страдает венерическим заболеванием и пытается заразить другое лицо, однако впоследствии оказывается, что на самом деле он здоров. В данном случае реально действия субъекта не представляют общественной опасности, однако в силу того, что он имел умысел на причинение вреда охраняемым уголовным законом общественным отношениям, он будет привлечён к уголовной ответственности за покушение на преступление.

Кроме того, виновный может не осознавать отдельные юридически значимые обстоятельства совершаемого преступления. В данном случае вменяться в вину могут только те признаки, которые охватывались его умыслом. Например, п. «д» ч. 2 ст. 105 УК РФ предусматривает ответственность за убийство, совершенное с особой жестокостью. При этом, как указывается в Постановлении пленума Верховного Суда РФ, для признания убийства совершенного с особой жестокостью необходимо установить, что умыслом виновного лица охватывался факт причинения в процессе убийства особых физических или психических страданий потерпевшего. Если в результате действий виновного потерпевшему причиняются особые мучения, при этом он не осознаёт указанного обстоятельства, то п. «д» ч. 2 ст. 105 УК РФ не применяется, и содеянное при отсутствии иных отягчающих обстоятельств квалифицируется по ч. 1 ст. 105 УК РФ [5].

Существенное значение для квалификации содеянного может иметь *ошибка в наступивших последствиях*, которая имеет место в случаях, когда виновное лицо предполагает причинить определённый вид общественно опасных последствий, однако фактически наступает вред (ущерб) другого размера или характера. Например, виновный поджигает ферму с целью уничтожить находящихся в ней животных, но в результате пожара погибает человек, пытавшийся спасти животных. В данном случае, если субъект мог предвидеть наступление иных последствий, данный вид фактической ошибки существенным образом влияет на квалификацию.

Так, Ю., действуя из хулиганских побуждений, с целью убийства приставил к лицу К. заряженное охотничье ружьё и произвёл выстрел. К. успел уклониться, но стоявший позади него Б. был убит. В силу того, что Ю. предвидел возможность причинения смерти другому человеку и наступившие дополнительные общественно опасные последствия представляют повышенную юридическую значимость, то его действия были квалифицированы как покушение на убийство и умышленное убийство.

Однако следует учитывать, что если размер указанных последствий незначителен и не учитывается в статьях Особенной части УК РФ, то их наступление не влияет на уголовно-правовую оценку содеянного.

Ошибка в развитии причинно-следственной связи заключается в неверном представлении виновного лица относительно последовательности развития преступных событий, явившихся результатом совершенного им деяния.

Ошибка в развитии причинно-следственной связи не влияет на квалификацию содеянного, за исключением тех случаев, когда она влечёт за собой наступление иных последствий (как правило, более

тяжких), чем те, о которых предполагало виновное лицо.

Таким образом, в общепринятом смысле в уголовном праве России под ошибкой следует понимать заблуждение лица относительно фактических обстоятельств или юридической оценки совершаемого общественно-опасного деяния (действия или бездействия). В науке уголовного права принято классифицировать ошибки на юридические и фактические.

Библиографический список

1. Капинус О.С. и др. Уголовное право России. Особенная часть: в 2 т. Том 2: учебник для бакалавриата, специалитета и магистратуры / под ред. О.С. Капинус. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2019. 639 с.
2. Наумов А.В. и др. Уголовное право: в 2 т. Том 1. Общая часть: учебник для академического бакалавриата / отв. ред. А.В. Наумов, А.Г. Кибальник. 5-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2019. 410 с.
3. Лебедев В.М. и др. Комментарий к Уголовному кодексу РФ: в 4 т. Том 3. Особенная часть. Раздел IX / отв. ред. В.М. Лебедев. М.: Юрайт, 2021. 298 с.
4. Уголовный кодекс Российской Федерации с постатейными разъяснениями Пленума Верховного суда РФ / под ред. А.И. Чучаева. М.: Проспект, 2021. 784 с.
5. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27 января 1999 г. № 1 «О судебной практике по делам об убийстве (ст. 105 УК РФ)» (с изменениями и дополнениями) // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 1999. № 3 (с изменениями и дополнениями).

УДК 343.2/.7

Н. И. Пинтий

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Владивосток,
e-mail: pintii.ni@students.dvfu.ru

Н. С. Гилева

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Владивосток,
e-mail: gileva.ns@students.dvfu.ru

О. В. Кайгородова

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Владивосток,
e-mail: kaigorodova.ov@students.dvfu.ru

Е. А. Князева

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Владивосток,
e-mail: kniazeva.ea@dvfu.ru

ПОСТПЕНИТЕНЦИАРНЫЙ КОНТРОЛЬ И НАДЗОР ЗА ЛИЦАМИ, ОСВОБОЖДЕННЫМИ ИЗ МЕСТ ЛИШЕНИЯ СВОБОДЫ

Ключевые слова: рецидив преступления, СЭМПЛ, электронный контроль, личность рецидивиста.

В статье рассмотрены теоретические вопросы рецидива преступления и введения системы электронного мониторинга подконтрольных лиц. Актуальность исследования сводится к постепенной цифровизации общества и перевода практически всех сфер общества в электронную форму. Отслеживание лиц, отбывающих или отбывших наказание, способствуют отслеживанию лиц с помощью GPS/ГЛОНАСС, а также электронных браслетов, что приводит, исходя из статистических данных разных регионов России к снижению совершения повторного преступления и более добросовестному отбыванию наказания. Программа развития в сторону информационного и электронного контроля началась с 2010 г. и предполагалось ее проводить до 2020 г. Отсюда следует, что в настоящее время можно подвести итоги программы и выделить основные плюсы и минусы. Несомненными плюсам будет являться снижения уровня повторной преступности среди подозреваемых или обвиняемых; введение СЭМПЛ обеспечивает профилактику повторной преступности, оказывает психологическое воздействие на лиц, состоящих на учете, повышает их уровень ответственности. Минусами программы можно считать отсутствия законодательного закрепления некоторых положений об использовании электронных устройств, а также отсутствие знаний со стороны работников организаций.

N. I. Pintii

Far Eastern Federal University, Vladivostok, e-mail: pintii.ni@students.dvfu.ru

N. S. Gileva

Far Eastern Federal University, Vladivostok, e-mail: gileva.ns@students.dvfu.ru

O. V. Kaigorodova

Far Eastern Federal University, Vladivostok, e-mail: kaigorodova.ov@students.dvfu.ru

E. A. Knyazeva

Far Eastern Federal University, Vladivostok, e-mail: kniazeva.ea@dvfu.ru

POST-PENITENTIARY CONTROL AND SUPERVISION OF PERSONS RELEASED FROM PLACES OF DEPRIVATION OF LIBERTY

Keywords: recidivism, SAMPL, electronic control, recidivist identity.

The article deals with the theoretical issues of recidivism of crime and the introduction of an electronic monitoring system for controlled persons. The relevance of the research is reduced to the gradual digitalization of society and the transfer of almost all spheres of society into electronic form. Tracking of persons serving or having served a sentence contributes to tracking persons using GPS/GLONASS systems, as well as electronic bracelets, which leads, based on statistical data from different regions of Russia, to a decrease in the commission of repeated crimes and more conscientious serving of sentences. The program of devel-

opment towards information and electronic control began in 2010 and was supposed to be carried out until 2020. It follows that at present it is possible to summarize the results of the program and highlight the main pros and cons. The undoubted advantages will be a reduction in the level of repeated crime among suspects or accused; the introduction of SAMPLE provides prevention of repeated crime, has a psychological impact on persons who are registered, increases their level of responsibility. The disadvantages of the program can be considered the lack of legislative consolidation of some provisions on the use of electronic devices, as well as the lack of knowledge on the part of employees of organizations.

Цифровизация общества стремительно растёт с каждым годом. Постепенно каждая сфера общества переходит в электронный формат, так в трудовом праве были введены электронные трудовые книжки, а также переход на электронный кадровый документооборот. В гражданском праве происходят виртуальные сделки и решаются вопросы интеллектуального права в сети Интернет. Цифровизация в данном случае затронула также и уголовное право.

Целью нашего исследования является изучение положительных и отрицательных сторон применения СЭМПЛ системы на лиц, отбывающих или отбывших наказание.

Материалами исследования выступили научные труды Жарких Е. А., Тищенко Г.И., Осипова Л.А., Соколова И.В. Титаренко А.П., а также нормативная база Российской Федерации. Методами исследования стадии анализ, сравнение, синтез, изучение литературы и статистических данных.

Результатами исследования является анализ нормативной базы и теории, на основе чего были выявлены основные плюсы и минусы введения СЭМПЛ системы.

Рецидивная преступность в Российской Федерации составляет значительную долю в общей статистике преступности, поэтому общество не может не волновать ее присутствие. Например, за первое полугодие 2020 г., согласно статистическим данным Судебного департамента при Верховном Суде РФ, из 2 068 осужденных за убийство 671 (32,45%), имели неснятые и непогашенные судимости. При этом 301 (14,56) из этого количества были судимы два и более раза. Всего же за первое полугодие было совершено 234,227 преступлений, из них 89,076 осужденные имели неснятую или непогашенную судимости, что составляет 38,03% от всего числа осужденных. Таким образом, почти каждое 3 преступление совершает рецидивист.

Именно с рецидивом преступления многие ученые и практики связывают формирование профессиональной и организованной

преступности. Рецидивная преступность представляла и представляет особую опасность и для граждан, и для общества, является особо угрожающим симптомом для общества [1].

Термин «рецидив» заимствован из латинского языка и означает «возвращающийся, вновь упавший». В толковых словарях русского языка «рецидив» толкуется как «повторное проявление чего-нибудь отрицательного» [2]. Рецидивом преступлений признается совершение умышленного преступления лицом, имеющим судимость за ранее совершенное умышленное преступление [3]. К признакам рецидива принято относить: совершение последовательно двух и более преступлений; наличие судимости за ранее совершенное преступление; полное либо частичное отбывание назначенного судом наказания за предшествующее преступление; любой вид рецидива является умышленным преступлением; совершение рецидива совершеннолетним лицом.

Профессиональные преступники – рецидивисты являются самыми активными носителями и, естественно, распространителями уголовной субкультуры и традиций преступной среды. Данные субъекты негативно влияют на социально неустойчивых лиц, склоняя их к совершению преступлений. Профессиональная преступная деятельность характеризуется повышенной интенсивностью, значительной общественной опасностью и целенаправленностью.

Причинами рецидивной преступности может являться: недостатки системы исполнения наказаний, влияние криминальной субкультуры, низкая эффективность превентивного воздействия действующего законодательства, асоциальный образ жизни преступника и др. Также некоторые ученые выделяют, что важнейшим обстоятельством, влияющим на развитие рецидива со стороны конкретного преступника и других осужденных, является срок назначенного наказания и порядок его отбывания.

В настоящее время остается актуальным и открытым вопрос снижения рецидива преступления в уголовно-правовой сфере. Известно, что чем опасней рецидив, тем выше его общественная опасность, что является подтверждением того, что следует усилить учет при организации мер по предупреждению этого явления. В настоящее время свыше 46,3% осужденных отбывают наказание во второй раз и более, что свидетельствует об их устойчивой криминальной мотивации и нежелании вести законопослушный образ жизни.

На сегодняшний день в целях предотвращения рецидивной преступности действует институт административного надзора. Административный надзор в науке административного права является особой формой исполнительной власти, осуществляющей функции по обеспечению законности и соблюдению конституционных прав и свобод граждан, общественных организаций и юридических лиц, а также безопасности в деятельности организационно неподчиненных государственных органов власти и их должностных лиц [4].

В 2010 г. Правительство Российской Федерации выпускает распоряжение от 14 сентября 2010 г. №1772-р «Концепция развития уголовно-исполнительной системы Российской Федерации до 2020 года», в котором ставит задачи совершенствования деятельности учреждений и органов, исполняющих наказания с учетом международных стандартов и потребностей общественного развития, а также сокращение рецидива преступлений [5]. Для реализации поставленных задач было решено внедрить современные технологии и технические средства в практику исполнения наказаний.

Стоит отметить, что в декабре 2009 г. была изменена ст. 60 Уголовно-исполнительного кодекса, которая разрешила использовать аудиовизуальные, электронные и иные технические средства надзора и контроля [6]. Через три месяца было утверждено Постановление Правительства Российской Федерации от 31.08.2010 г. № 198 «Перечень аудиовизуальных, электронных и иных технических средств надзора и контроля, используемых уголовно-исполнительными инспекциями для обеспечения надзора за осужденными к наказанию в виде ограничения свободы». В данном постановлении были описаны средства персонального

надзора и контроля, которые бы позволяли отслеживать лиц осужденного к наказанию в виде ограничения свободы. Позднее в ноябре того же года Министерство Юстиции выпускает инструкцию по организации исполнения наказания в виде ограничения свободы [7]. В данной инструкции регламентировалось, что в целях осуществления надзора за соблюдением осужденных таких требований, как не покидать дом в определенное время суток, не посещать определенные места, расположенные в пределах территории соответствующего муниципального образования; не выезжать за пределы территории соответствующего муниципального образования; не посещать места проведения и иных мероприятий и не участвовать в указанных мероприятиях, а также не изменять место жительства или пребывания. Таким образом можно говорить, что с 2010 г. началось изменение действующего законодательства в сторону информационного и технического оснащения органов ФСИН для отслеживания лиц, отбывающих и отбывших наказания.

Система электронного мониторинга подконтрольных лиц или по-другому СЭМПЛ программа, которую в период с 2010 по 2012 г. начали вводить органы федеральной службы исполнения наказания. Данная программа была обозначена в Концепции развития УИС РФ до 2020 г. и являлась расширением сферы применения наказаний и мер, не связанных с лишением свободы. Как пишет Н.В. Помощникова «Одной из современных тенденций уголовной политики большинства развитых стран мира является активное применение наказаний, не связанных с изоляцией осужденного от общества. Представление о лишении свободы как об универсальном способе реагирования государства на любые преступления, независимо от характера и степени общественной опасности, уходит в прошлое».

Функция по осуществлению контроля за нахождением подозреваемого или обвиняемого в месте исполнения меры пресечения в виде домашнего ареста и за соблюдением им наложенных судом запретов и (или) ограничений была возложена на УИИ ФСИН России федеральным законом от 07.12.2011 № 420-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» в том чис-

ле, путем индивидуальной идентификации и проверки местонахождения в установленных местах (в том числе по сигналам GPS/ГЛОНАСС) постановлением Правительства Российской Федерации от 23.04.2012 № 360 «О некоторых вопросах деятельности уголовно-исполнительных инспекций».

СЭМПЛ является информационной системой наблюдения и отслеживания, созданной с целью осуществления мониторинга с использованием технологий GPS, ГЛОНАСС, средств телефонии, Интернета, специальных приемопередающих радиоприборов и индивидуальных средств идентификации лиц, имеющих ограничения свободы по решению суда.

В настоящий момент можно подвести итоги проведенного эксперимента и раскрыть его плюсы и минусы. Преимуществом введения СЭМПЛ можно считать, во-первых, снижение уровня повторной преступности среди подозреваемых или обвиняемых. Данная тенденция наблюдается в разных регионах России. Так, в Автозаводском районе г. Тольятти ФКУ УИИ ГУФСИН России по Самарской области за 2011 по 2014 год обнаружило отсутствие повторных преступлений лицами, отбывшими наказания с использованием системы электронного мониторинга подконтрольных лиц [8]. Аналогичная ситуация наблюдается и в Приволжском федеральном округе, где проанализировав статистические данные в период за 2012-2014 г. специалисты пришли к выводу о том, что с одной стороны применение СЭМПЛ к осужденным, которые мотивированы на исправление, приводит к снижению повторной преступности, а с другой, что с помощью СЭМПЛ стало больше выявляться преступлений, которые без применения СЭМПЛ оставались латентными [9].

Также применение СЭМПЛ способствует повышению меры ответственности осужденных, обеспечивает профилактику повторной преступности, оказывает психологическое воздействие на лиц, состоящих на учете, повышает их уровень ответственности, стимулируется право послушное поведение, дисциплинирует данную категорию осужденных.

Отрицательными характеристиками данной системы можно выделить пробле-

мы, связанные с технической недоработкой средств контроля. Так, например, п. «б» ч. 4 ст. 58 УИК РФ признает злостным уклонением от отбывания наказания ограничения свободы, но эта норма не носит исчерпывающий характер и не охватывает другие случаи злоупотребления осужденным обращения с электронными устройствами. На это акцентировалось внимание и в юридической литературе. Например, И. В. Соколов предлагал п. «б» ч. 4 ст. 58 УИК РФ изложить в следующей редакции: «б) осужденный, отказавшийся от использования в отношении него технических средств надзора и контроля, либо совершивший действия, направленные на повреждение, модификацию или несанкционированный съем технического средства контроля и надзора» [10]. Также в УИК не урегулированы вопросы, связанные с повреждением систем электронного мониторинга или их уничтожения [11].

Со стороны кадрового фактора выделяется невысокий (непрофессиональный) уровень подготовки сотрудников, выполняющих функции администраторов и операторов системы, слабым уровнем организации самого мониторинга, иногда формальным подходом к применению СЭМПЛ.

Несмотря на все недостатки введенной системы несомненным плюсами и преимуществами будет являться, во-первых, введение электронного мониторинга, за лицами отбывающими или отбывшими наказание, оказывает на них психологическое воздействие, а также повышает их уровень ответственности, стимулирует право послушное поведение, дисциплинирует категорию осужденных, во-вторых, применение СЭМПЛ способствует фиксации и доказыванию допущенных нарушений условий отбывания наказания, повышает меру ответственности осужденных, обеспечивает профилактику повторной преступлений.

В данном случае СЭМПЛ является перспективным направлением повышения эффективности контроля за осужденными, обеспечивает профилактику повторной преступности. Поэтому развитие и изучение СЭМПЛ требует дальнейшего развития, изучения, совершенствования и применения.

Библиографический список

1. Жарких Е.А. Институт рецидива преступлений: генезис понятия и трансформация системно-структурного и функционального-ролевого содержания: дис. ... канд. юр. наук. Краснодар, 2009. 189 с.
2. Ожегов С.И., Шведов Н.Ю. Толковый словарь русского языка / Рос. АН, Ин-т рус. яз., Рос. фонд культуры. М.: Азъ, 1992. 776 с.
3. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 года № 63-ФЗ / Принят Государственной Думой 24 мая 1996 года / Одобрен Советом Федерации 5 июня 1996 г. // Собрание законодательства РФ. 17.06.1996. № 25. Ст. 2954.
4. Тищенко Г.И. Административный надзор как функция органов исполнительной власти. // Вестник Уральского института экономики, управления и права. 2017. № 4. С. 70-74.
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 14 сентября 2010 г. № 1772-р «Концепция развития уголовно-исполнительной системы Российской Федерации до 2020 года» // Собрание законодательства РФ. 25.10.2010. № 43. Ст. 5544.
6. Федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с введением в действие положений Уголовного кодекса Российской Федерации и Уголовно-исполнительного кодекса Российской Федерации о наказании в виде ограничения свободы» от 27.12.2009 N 377-ФЗ (последняя редакция).
7. Приказ Минюста России от 11.10.2010 N 258 (ред. от 02.11.2016) «Об утверждении Инструкции по организации исполнения наказания в виде ограничения свободы» (Зарегистрировано в Минюсте России 21.10.2010 № 18780).
8. Осипова Л.А. Влияние применения оборудования СЭМПЛ на динамику повторной преступности // Назначение и исполнение наказаний, не связанных с лишением свободы, и иных мер уголовно-правового характера: материалы III Всероссийской научно-практической конференции под общ. ред. А.А. Вотинова (Самара, 27 марта 2015 г.). Самара: Издательство Самарский юридический институт ФСИН России, 2015. С. 130-132.
9. Озерский С.В., Попов И.В. Статистический анализ влияния применения сэмпл на уровень рецидивной преступности // Назначение и исполнение наказаний, не связанных с лишением свободы, и иных мер уголовно-правового характера: материалы III Всероссийской научно-практической конференции под общ. ред. А.А. Вотинова (Самара, 27 марта 2015 г.). Самара: Издательство Самарский юридический институт ФСИН России, 2015. С. 125-130.
10. Соколов И.В. Ограничение свободы как вид уголовного наказания: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. Самара, 2012. С. 11.
11. Титаренко А.П. Дисциплинарная ответственность осужденных к ограничению свободы за причинение материального ущерба в период отбывания наказания // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 369. С. 119-121.