

Экономический вектор



Санкт-Петербург
2023

"Экономический вектор"

№ 3(34)2023

Учредитель:

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)" (СПбГТИ(ТУ))

Главный редактор

Табурчак Алексей Петрович, д.э.н., проф

Зам. главного редактора

Салько Д.Ю., к.э.н., доцент

Научный редактор

Воронов А.А., к.э.н., доцент

Ответственный секретарь

Пилипенко К.В.;

Корректор

Воронова Т.Б.

Редакционная коллегия:

Цацулин А.Н., д.э.н., проф.,
почётный работник высшего
профессионального образования РФ;

Любарская М.А., д.э.н., проф.;

Полярус А.В., д.э.н., проф.;

Дорошенко Ю.А., д.э.н., проф.;

Ходос Д.В., д.э.н., доц.;

Воронов А.А., к.э.н., доцент;

Синицына А.А. (Севергина А.А.), к.э.н., доцент;

Дудырева О.А., к.э.н., доцент;

Салько Д.Ю., к.э.н., доцент

Зелезинский А.Л., к.п.н., доцент

Хайдаров А.Г., к.т.н., доцент

Maurer Thomas, Ph.D. in solid state physics, Professor

Moutinho Nuno Filipe, Ph.D. in economics, Professor

Elioglu Svetlana, Ph.D. in economics, Associate Professor

Fernandes Paula Odete, Ph.D. in economics, Professor

Индекс журнала в Объединённом каталоге
"Пресса России" – 93604

Журнал включён в базу данных "Российский индекс научного цитирования" (РИНЦ), размещаемой на платформе Научной электронной библиотеки на сайте <http://elibrary.ru/>

Журнал включён в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные результаты диссертаций на соискание учёной степени кандидата наук, учёной степени доктора наук (Перечень ВАК)

При перепечатке ссылка на журнал обязательна

Точка зрения редакции может не совпадать с мнением авторов статей

© Издательство СПбГТИ(ТУ), 2023

© Коллектив авторов, 2023

Периодическое издание

"Экономический вектор"

№ 3(34)2023

Главный редактор

Табурчак Алексей Петрович, д.э.н., проф

Ответственный секретарь, Пилипенко К.В.

тел. (812) 316-47-01, e-mail: info@economicvector.ru

Подписано в печать 15.09.2023. Сдано в набор 25.09.2023.

Печать цифровая. Формат 60x80/8.

Объём 14.18 усл. л. Бумага офсетная. Тираж 300 экз.

Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС77-60619 от 20 января 2015 года
Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзором)

Издательство Санкт-Петербургского государственного технологического института
(технического университета), 190013, Санкт-Петербург, Московский пр., 26.
Тел. (812) 316-47-01

Отпечатано: Типография "С-ПРИНТ", СПб., ул. Обручевых, д. 7

Содержание

I. ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Куликов А.В. Совершенствование государственной политики в области консалтинговых услуг в современных условиях	5
Полушкина Т.М., Шлямов А.Е. Здравоохранение в системе формирования человеческого капитала региона	9

II. ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА. ЛОГИСТИКА

Драбенко В.А., Драбенко Д.В., Захаров С.Н., Ключев В.К., Ключева Д.О. Методика определения экономических показателей проекта при AGILE структуре команды	14
Малихина О.В., Волкова Т.В. Роль железнодорожного транспорта в восстановлении логистических цепочек поставок	20
Плотников В.А., Шамина О.А. Проблемы и тенденции функционирования печатных СМИ в условиях современного мегаполиса	25

III. ЭКОНОМИКА ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЭКОНОМИКА ТРУДА. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛЕВЫХ КОМПЛЕКСОВ И РЕГИОНАЛИСТИКИ

Любарская М.А., Киктенко А.В. Влияние механизма расширенной ответственности производителей на состояние индустрии вторичных материалов в регионах России	32
Путинцева Н.А., Глясс Е.В. Сокращения образования твёрдых коммунальных отходов – ключевой фактор решения проблем в сфере обращения с отходами в Санкт-Петербурге	37
Черноморец А.Б., Шевченко А.В. Нишевые и уникальные туристские продукты как актуальный тренд развития и брендинга туристских дестинаций в регионах России	44

IV. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

Жижиков А.В., Зелезинский А.Л., Архипова О.В. Программы лояльности как инструмент развития ESG-практик на предприятиях гостеприимства в ситуации трансформации рынка	50
Любарская М.А., Роганович И.Б. Сотрудничество заинтересованных сторон как залог успеха при инвестировании в гостиничную инфраструктуру региона	56
Талисман М.Г. DentTech: цифровая трансформация рынка стоматологических услуг	61

V. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ. МОДЕРНИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Грицай Ю.К., Николаев В.В. Концепция ESG в российской практике развития брендов	68
---	----

Козюра О.П., Зелезинский А.Л., Архипова О.В. Роль инвестиционного банковского кредита как источника финансирования инноваций в срезе сегмента предприятий МСП.....	74
VI. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ. ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ И СТАТИСТИКА	
Черненко В.А., Воронов А.А., Шандров С.С. Финансовая парадигма развития российской экономики.....	85
VII. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ. БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА	
Александров А.В., Гуляев Г.В. Анализ информационно-аналитического обеспечения развития рынка промышленного туризма в РФ.....	93
Балукова В.А., Осипенко А.В. Государственное регулирование процессов цифровой трансформации экономической деятельности в сфере проектирования.....	98
Синицына А.А., Табурчак А.П. Стохастическое доминирование в акциях инновационных компаний на российском фондовом рынке.....	103
Цацулин А.Н. Анализ результативности деятельности предприятия в концепциях "золотого правила" экономики и сбалансированной системы показателей.....	108

I. ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

УДК 338.24

A.V. Kulikov

IMPROVING THE STATE POLICY IN THE FIELD OF CONSULTING SERVICES IN MODERN CONDITIONS

The consulting services market has become an important and highly visible sector of the service economy in terms of the scale of ongoing transactions, the internal market structure, the complexity of the technological process of providing services, and the range of services offered. In this regard, the formation of a management system for the organization of consulting services, both at the state level and at the level of individual organizations and enterprises, is of particular relevance. In this study, the emphasis is placed, to a greater extent, at the macro level and examines in more detail the aspects of planning consulting activities and the role of consulting in the strategic management of companies in various industries, taking into account current trends in the Russian consulting market.

The article considers the main directions of state policy in the field of managing the strategic and operational development of the consulting services market in our country, taking into account the influence of the uncertainty factor. Attention is paid to such aspects of state regulation as administrative and, in part, economic support for the consulting services market by the state, the greening of economic activity as an object for providing consulting support and information and analytical support from the state, planning consulting activities and a number of other relevant areas.

Keywords: management consulting, service sector, state regulation, consulting services market, planning of consulting activities, public policy in the service economy.

А.В. Куликов¹

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рынок консалтинговых услуг стал важным и весьма заметным сектором сервисной экономики с точки зрения масштаба проводимых сделок, внутренней рыночной структуры, сложности осуществления технологического процесса оказания услуг, спектра предлагаемых услуг. В связи с этим особую актуальность приобретают вопросы формирования системы управления организацией консалтинговых услуг как на государственном уровне, так и на уровне отдельных организаций и предприятий. В данном исследовании акцент сделан, в большей степени, на макроуровне и более подробно рассматривает аспекты планирования консалтинговой деятельности и роли консалтинга в стратегическом управлении компаний различного отраслевого профиля с учётом современных тенденций российского рынка консалтинга.

В статье рассмотрены основные направления государственной политики в области управления стратегическим и оперативным развитием рынка консалтинговых услуг в нашей стране с учётом влияния фактора неопределённости. Уделено внимание таким аспектам государственного регулирования как административная и, частично, экономическая поддержка рынка консалтинговых услуг со стороны государства, экологизация экономической деятельности как объект для оказания консалтинговой поддержки и информационно-аналитического сопровождения со стороны государства, планирование консалтинговой деятельности и ряду других актуальных направлений.

Ключевые слова: управленческий консалтинг, сфера услуг, государственное регулирование, рынок консалтинговых услуг, планирование консалтинговой деятельности, государственная политика в сервисной эко-

¹ Куликов А.В., преподаватель Петровского колледжа Санкт-Петербурга, соискатель кафедры экономики и управления в сфере услуг; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Kulikov A.V., Teacher of the Petrovsky College of Saint-Petersburg, Applicant of the Department of Economics and Management in the Service Sector; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg
E-mail: a.kulikov@petrocollege.ru

| номике.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-5-8

В рамках существующей теории и практики консалтинга, многие консалтинговые услуги изначально направлены на решение чётких и обособленных бизнес-проблем и вызовов, обычно охватывающих несколько управленческих функций и процессов, отражающих новые возможности и ограничения для бизнеса, которые требуют творческого и инновационного подхода. В этих случаях консультант может предоставить глубокие знания, опыт и методы решения конкретной проблемы, а также помочь разработать и применить подход для эффективного решения проблемы с учётом особенностей и ресурсных возможностей самого клиента.

Однако, в современных условиях консалтинговая деятельность испытывает огромное влияние целого ряда разнообразных факторов, что приводит к её значительной трансформации и частично меняет традиционные подходы к организации консалтинга. В связи с этим, при разработке мер экономической поддержки и нормативного регулирования сферы консалтинга в РФ необходимо учитывать ряд новых тенденций на рынке консалтинговых услуг, характерных для международного уровня.

Следует отдельно подчеркнуть, что на рынке первоначально доминировал промышленный консалтинг, что соответствовало высоким темпам индустриализации и той позиции, которую занимала промышленность в формировании ВВП отдельных стран и регионов. Сегодня консалтинг для сферы услуг, как правило, является наиболее динамично развивающимся. В данную область консалтинга входят специализированные отраслевые услуги в банковской сфере, страховании, коммунальных услугах, телекоммуникациях, транспорте, государственном управлении, образовании, здравоохранении и т.д.

Данное обстоятельство подтверждается весьма очевидным фактом – рост предприятий и организаций сферы услуг напрямую коррелируется с необходимостью дополнительной консалтинговой поддержки для обеспечения устойчивого развития бизнес-деятельности. Об этом свидетельствуют и статистические данные по 10 самым распространённым видам деятельности (ОКВЭД) на территории РФ (Рис. 1).

Лидирующие позиции в рамках предпринимательства в сфере услуг занимает деятельность автомобильного грузового транспорта (15,5%) и строительство жилых и нежилых зданий (15%).

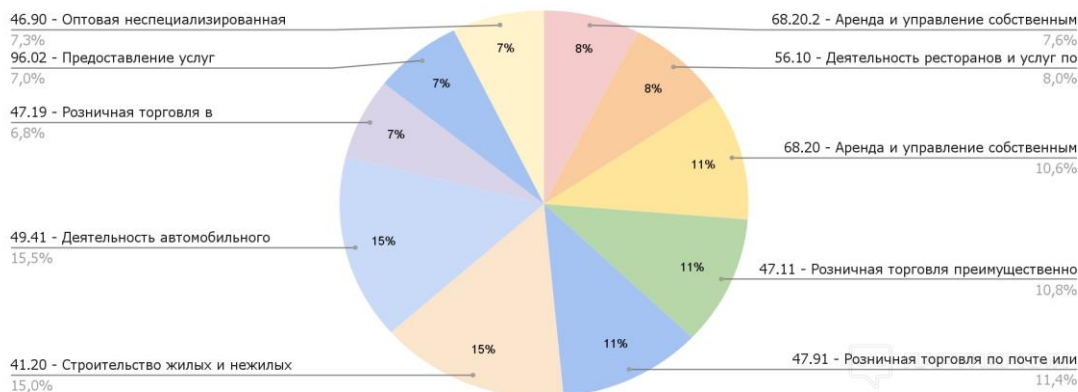


Рис. 1 – 10 самых распространённых ОКВЭД на территории Российской Федерации [10]

Отраслевые специализированные услуги могут охватывать любую из областей консалтинга – от вопросов стратегии и трансформации компании до операционной деятельности и эффективности, и могут предоставляться в сочетании с услугами, которые не являются исключительно консультационного характера (например, разработка программ аутсорсинга для лечебного заведения по ряду направлений деятельности и т.п.). Несмотря на некоторые очевидные преимущества, полная отраслевая специализация услуг может привести к конфликту интересов при обслуживании клиентов, которые конкурируют друг с другом в рамках одного и того же сектора.

Многие консалтинговые фирмы в настоящее время осуществляют аутсорсинговую, ИТ-, административную, коммерческую, финансовую или иную деятельность для клиентов и по поручению клиентов. Таким образом, консалтинговая индустрия движется к превращению в более широкий сектор бизнес-услуг, где консалтинг остаётся важным, но

другие услуги также предлагаются, когда это технически осуществимо, юридически и этически приемлемо и финансово привлекательно как для консультанта, так и для клиента.

Среди наиболее распространённых вариантов предложения дополнительных услуг, как указано в научной литературе по исследуемой тематике ([2], [3], [4], [6], [8]), консалтинговыми фирмами в российских условиях можно обозначить: техническую и управленческую подготовку отдельных категорий персонала; производство и распространение обучающих информационных программ различного уровня; сбор и распространение деловой информации, в том числе в контексте информационно-аналитической поддержки российских производителей на рынках дружественных стран; издание книжной продукции; психологическое тестирование по заказу клиента, в том числе в рамках проведения маркетинговых исследований на новых рынках; опросы общественного мнения; опросы потребительских предпочтений; осуществление рекламной деятельности, управление и надзор за инвестиционными проектами; операции с недвижимостью и т.п.

Реализация процесса проектирования и оказания консалтинговых услуг представляет собой законченное управленческое действие, которое должно быть строго регламентировано как со стороны самой консалтинговой организации (посредством принятия соответствующих внутренних локальных актов и ориентации на требования органов государственного контроля исходя из специфики и вида консалтинга), так и со стороны предприятия (организации) -клиента (посредством формирования необходимой договорной документации и последующих отдельных соглашений, определяющих процедуру консалтинга в практических условиях). Соответственно, управленческий процесс предусматривает выполнение ключевых функций менеджмента с целью обеспечения эффективности оказания консалтинговых услуг.

Одной из ключевых управленческих функций государства в сфере консалтинга следует признать планирование, посредством которого происходит выстраивание взаимодействия клиента и консалтинговой организации в рамках оговорённого временного периода. Важность процесса планирования не теряет своей актуальности и с точки зрения процесса государственного регулирования данного сектора сферы услуг [7]. В условиях планирования особенно необходимо учитывать тот факт, что может произойти игнорирование уникальности состояния клиента и механическое внедрение решений, которые сработали в других организациях, что является одним из недостатков современного консалтинга не только в РФ. Участие клиента в планировании действий должно быть ещё более активным, чем на этапе диагностики или принятии итогового решения со стороны заказчика [5].

В связи со значительными и быстрыми изменениями в сфере промышленного консалтинга и технологического менеджмента инноваций возникает непосредственная необходимость в привлечении консалтинговых организаций к модернизации всего военно-промышленного комплекса при одновременном обеспечении гарантии безопасности и учёта особенностей допуска к государственной тайне. Значительные финансовые вливания в данный сектор также предполагают потенциальный рост спроса на услуги консалтинговых организаций, специализирующихся в сфере налогового и финансового консалтинга [1]. Не менее важным представляется и направление консалтинга в сфере менеджмента персонала, на что указывают диспропорции в кадровом обеспечении различных предприятий, связанных с деятельностью военно-промышленного комплекса.

Ещё одним важным новым направлением стратегического управления в сфере оказания консалтинговых услуг следует признать экологизацию экономической деятельности как объекта для оказания консалтинговой поддержки и информационно-аналитического сопровождения со стороны государства. Данное обстоятельство обусловлено как внутренними факторами, так и проводимой государственной политикой в области экологии и окружающей среды, которая направлена на рост экологического развития Российской Федерации (Табл. 1).

Таблица 1 – Показатели экологического развития Российской Федерации [9]

Наименование показателей	2013 г. (факт)	2020 г. (факт)	2030 г. (прогнозное значение)
Объём выбросов загрязняющих веществ от стационарных источников на единицу ВВП, т/млн руб. ВВП	0,38	0,3	0,22
Количество городов с высоким и очень высоким уровнем загрязнения атмосферного воздуха, ед.	126	50	34
Объём образованных отходов всех классов опасности на единицу ВВП, т/млн руб. ВВП	90	73,4	33,8
Инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов, в % к уровню 2007 г.	108	150	203
Объём выбросов парниковых газов, в % к уровню 1990 г.	70	75	70

Как показывает практический опыт, некоторые, даже весьма крупные, корпоративные клиенты могут нуждаться в руководстве, чтобы стать более осведомлёнными об изменениях экологического законодательства или инновациях в области экологизации и, таким образом, осознать, что текущие или прогнозируемые изменения в данной сфере могут иметь далеко идущие последствия для их бизнеса. Другие клиенты могут быть осведомлены о масштабах и глубине изменений в контексте современных тенденций экологизации экономической деятельности, но им не хватает навыков и ресурсов, необходимых для сбора необходимой информации и формирования правильных управленческих выводов из её анализа.

Новые внутрикорпоративные правила и регламенты, касающиеся качества выпускаемой продукции или оказываемых услуг, обеспечения безопасности на производстве, в том числе новые подходы к организации труда, и её охране, или защиты окружающей среды имеют длительный период разработки, в то время как другие управленческие решения принимаются относительно быстро по времени. С другой стороны, новые правила или регламенты также открывают дополнительные возможности для фирм, которые могут адаптировать свою продукцию быстрее, чем их конкуренты, или которые разрабатывают новые продукты или услуги, специально предназначенные, например, для повышения безопасности или снижения загрязнения окружающей среды. В связи с этим важной задачей внешнего консалтинга, с точки зрения эффективной государственной политики в данной сфере, является обеспечение определённой синхронизации управленческих решений в целях устойчивого роста и инновационного развития предприятия – клиента с учётом соблюдения требований и норм российского законодательства.

Список использованных источников

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации. – М.: Юристъ, 2021. – 411 с.
2. Иванова В.В. Рынок консалтинговых услуг в современных условиях мировой экономики / В.В. Иванова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 2(84). – С. 55-57.
3. Кужева С.Н. Операционный консалтинг в управлении производством / Инновационная экономика и общество. – 2020. – № 2(28). – С. 8-15.
4. Мальцева Е.С., Оришев А.Б. Консалтинговые услуги в России и практический опыт организаций / Бизнес и дизайн ревю. – 2022. – № 3(27). – С. 77-90.
5. Песоцкая Е.В., Русецкая О.В., Трофимов В.В., Трофимова Л.А. Менеджмент в 2 ч. Часть 1. – Учебник / Москва, 2017. Сер. 58. Бакалавр. Академический курс (2-е изд., испр. и доп.). – 349 с.
6. Фоменко Г.А., Фоменко М.А. Профессиональный консалтинг, планирование и проектирование пространственного развития при нарастании неопределённости и рисков / Стратегические решения и риск-менеджмент. – 2020. – Т. 11. – № 4. – С. 366-377.
7. Drucker P.F., The Practice Competitive of Management. – London, 1968, p. 58.
8. Porter M., Kramer M. Strategy and society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility // Harvard Business Review. – 2006. – № 84(12). – P. 78-92.
9. Показатели экологического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: udact.ru/law/prognoz-dolgosrochnogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiia-rossiiskoi-federatsii-na/prognoz/8/okhrana-okruzhaiushchei-sredy/pokazateli-ekologicheskogo-razvitiia-rossiiskoi-federatsii/-(дата обращения: 29.05.2023).
10. Статистика и показатели предпринимательства в России в 2023 году – исследование по отраслям". [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://f.partnerkin.com/blog/allinfo/izmenenie_v_biznes_sfere(дата обращения: 29.05.2023).

УДК 338.2

Т.М. Polushkina, A.E. Shlyamov

HEALTHCARE IN THE SYSTEM OF HUMAN CAPITAL FORMATION IN THE REGION

The article examines the role of healthcare in the system of formation of human capital in the region using the example of the Republic of Mordovia. The analysis of the development of healthcare in the region is carried out. An attempt has been made to develop proposals for its improvement.

Keywords: human capital, healthcare, social deficits, management mechanisms, financing.

Т.М.Полушкина¹, А.Е.Шлямов²**ЗДРАВООХРАНЕНИЕ В СИСТЕМЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА РЕГИОНА**

В статье на примере Республики Мордовия рассмотрена роль здравоохранения в системе формирования человеческого капитала региона. Проведён анализ развития здравоохранения в регионе. Предпринята попытка выработки предложений по его совершенствованию.

Ключевые слова: человеческий капитал, здравоохранение, социальные дефициты, механизмы управления, финансирование.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-9-13

Нобелевский лауреат по экономике 1998 г. Амартье Сен отмечает, что устойчивый и быстрый экономический рост создаётся здоровым и грамотным населением [1].

Последние годы мирового экономического развития отличаются значительной турбулентностью. Прогресс в экономике при отсутствии безопасности не приводит к повышению уровня и качества жизни населения. Неопределённости снижают психическое и физическое здоровье людей. Индекс человеческого развития уменьшается на протяжении последних трёх лет.

Человеческий капитал, развитию которого уделяют так много внимания, и от качества которого зависит будущее стран и регионов, отраслей их экономики, нуждается в современном мире в особом внимании. Регулирующие функции современного государства должны быть направлены, прежде всего, на преодоление социальных дефицитов в сфере здравоохранения. Социальный контекст его деятельности позволит органам государственного управления вовремя реагировать на возникающие неопределённости.

В Российской Федерации, согласно Конституции, сохранение здоровья населения является важнейшей обязанностью государства. Среди элементов системы здравоохранения нашей страны можно выделить государственную (федеральный и региональный уровни), а также муниципальную и частную [2].

К государственной системе управления здравоохранением федерального уровня относятся Минздрав России (Министерство здравоохранения РФ), ФМБА (Федеральное медико-биологическое агентство), Роспотребнадзор (Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека), РАМН (Российская академия медицинских наук) и др. К региональному уровню относятся Министерства здравоохранения и социального развития региона. Государственной системой здравоохранения регионального уровня управляют органы государственной власти субъектов РФ. Она, в свою очередь, подчиняется федеральному уровню.

Задачами федерального уровня управления здравоохранением являются определение стратегии развития здравоохранения в стране, разработка и исполнение федеральных целевых программ, разработка нормативно-правовой базы данной системы, координация деятельности органов государственной власти по решению вопросов здравоохранения, контроль обращения лекарственных средств.

Задачи регионального уровня – развитие системы здравоохранения с учётом региональных особенностей, разработка и исполнение территориальных целевых программ

¹ Полушкина Т.М., профессор кафедры статистики и информационных технологий в экономике и управлении, доктор экономических наук, профессор; НИ ФБГОУ ВО "МГУ им. Н.П. Огарева", г. Саранск

Polushkina T.M., Professor of the Department of Statistics and Information Technologies in Economics and Management, Doctor of Economics, Professor; National Research Mordovian State University, Saransk
E-mail: polushkinatm@gmail.com

² Шлямов А.Е., аспирант кафедры статистики и информационных технологий в экономике и управлении; НИ ФБГОУ ВО "МГУ им. Н.П. Огарева", г. Саранск

Shlyamov A.E., Postgraduate of the Department of Statistics and Information Technologies in Economics and Management; National Research Mordovian State University, Saransk
E-mail: polushkinatm@gmail.com

здравоохранения и программ государственных гарантий по обеспечению граждан бесплатной медицинской помощью на территории субъектов Российской Федерации [3].

Государственное регулирование здравоохранения РФ основывается не только на Конституции. К его законодательной базе можно отнести также ФЗ РФ от 21 ноября 2011 г. № 323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" [4], "О медицинском страховании", "О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения", "О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах", "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции". Помимо этого, организация и развитие здравоохранения в РФ регулируются программами государственных гарантий. Это прежде всего Программа государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи, которая утверждается сроком на три года (на очередной финансовый год и на плановый период) Правительством Российской Федерации. В рамках данной программы предоставляются: 1) первичная медико-санитарная помощь, в том числе доврачебная, врачебная и специализированная; 2) специализированная медицинская помощь, высокотехнологичная медицинская помощь, являющаяся частью специализированной медицинской помощи; 3) скорая медицинская помощь, в том числе скорая специализированная; 4) паллиативная медицинская помощь в медицинских организациях [5].

Данная законодательная база регулирует развитие системы здравоохранения не только на общегосударственном уровне. Она пролонгируется на региональный и муниципальный уровни. Так, Государственная программа Российской Федерации "Развитие здравоохранения" (утверждена постановлением Правительства 26 декабря 2017 г., уточнена 1 января 2023 г.) имеет своё продолжение на территории исследуемого нами региона – Республики Мордовия (далее – РМ) в виде государственной программы "Развитие здравоохранения Республики Мордовия" (с изменениями на 31 марта 2023 г.) [6].

Программа оказания государственных гарантий РФ соответственно представлена в каждом субъекте в виде территориальных программ. Так, в Республике Мордовия в 2023 г. была принята очередная "Республиканская территориальная программа государственных гарантий бесплатного оказания населению Республики Мордовия медицинской помощи на 2023 год и на плановый период 2024 и 2025 годов" [7]. Данная программа финансируется Территориальным фондом обязательного медицинского страхования региона.

Безусловно, развитие здравоохранения занимает значительную нишу в работе над повышением качества человеческого капитала не только на общегосударственном, но и на региональном уровне. В республике медицинскую помощь населению в настоящее время оказывают 6 республиканских больниц, 3 больницы (инфекционная, психиатрическая, офтальмологическая), 1 госпиталь (для ветеранов), 6 центральных районных больниц, 8 районных больниц, 9 амбулаторно-поликлинических учреждений.

Проведённая в регионе оптимизация системы здравоохранения привела к снижению числа больничных коек на 10000 населения, численности среднего медицинского персонала и пр. (Табл. 1). При этом имеет место рост числа фельдшерско-акушерских пунктов, которые по замыслу "реформаторов" должны восполнить пробелы с медицинским обслуживанием в связи с закрытием значительного числа районных больниц.

Основные показатели здравоохранения Республики Мордовия представлены в Табл. 1 [8].

Таблица 1 – Основные показатели здравоохранения Республики Мордовия [9]

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Число больничных организаций	33	33	32	32	32	32
Число больничных коек – всего	6511	6272	6282	6228	6274	6120
на 10000 чел. населения	81	78	79	79	81	79
Амбулаторно-поликлинические организации (самостоятельные и входящие в состав других организаций (юридических лиц))	84	104	98	99	99	106
Мощность амбулаторно-поликлинических организаций, посещений в смену – всего	20038	19716	20571	20981	21552	21455
на 10000 чел. населения	247,8	244,9	258,6	265,5	276,7	278,4
Число фельдшерско-акушерских пунктов	488	486	485	486	503	509
Число коек (врачебных и акушерских) для беременных женщин и рожениц	308	281	295	280	298	238
Численность врачей всех специальностей – всего, чел.	4330	4290	4258	4222	4251	4315
на 10000 чел. населения	53,6	53,3	53,5	53,4	54,6	56,0
Численность среднего медицинского персонала – всего, чел.	9115	9170	8918	8588	8490	8297
на 10000 чел. населения	112,7	113,9	112,1	108,7	109,0	107,7

Следует отметить, что в Республике Мордовия существует острая нехватка врачей и среднего медицинского персонала. Об этом свидетельствуют многочисленные вакансии, отражённые на сайте Министерства здравоохранения региона [9].

Проблемы в сфере оказания медицинских услуг: большая удалённость больниц от населённых пунктов, их перегруженность, слабая оснащённость районных больниц современным оборудованием, недостаток врачей (особенно узких специалистов) и среднего медицинского персонала приводят, в том числе, к ухудшению демографических показателей и, как следствие, к снижению человеческого потенциала региона.

С 2010 по 2021 г. смертность населения Республики Мордовия выросла с 15,7 до 18,6 на 1000 населения. Величина показателя общей смертности населения республики выше, чем в среднем по Российской Федерации, на 13,1%. Основными причинами высокой смертности являются болезни системы кровообращения (25,3% от общего числа умерших), на втором месте – нервные болезни (13,9%), на третьем месте – коронавирусная инфекция (12,2%). До 2020 г. третье место стабильно занимали онкологические заболевания [9]. Данные представлены на Рис. 1.



Рис. 1 – Основные причины смертности населения региона, 2021 г., %

С рождаемостью в Республике Мордовия ситуация также выглядит весьма неблагоприятной. Так, в 2020 г. показатель рождаемости составил 7,1 на 1000 населения (на 5,3% меньше, чем в предыдущем году). В РФ этот показатель – 9,8 на 1000 населения.

Анализируя систему здравоохранения Мордовии, можно обратиться к рейтингу регионов РФ по её эффективности (сравнение уровня ожидаемой продолжительности жизни и затрачиваемых расходов на здравоохранение). В 2021 г. республика находилась на 23 месте в России (индекс эффективности 58%, что на 4 позиции выше по сравнению с 2020 г.) [10]. Среди субъектов Приволжского Федерального округа Мордовия отстаёт от Кировской области (17 место в РФ), Республики Марий Эл (10 место), Чувашской Республики (11 место), Удмуртской Республики (19 место) и Республики Татарстан (22 место). По объёмам финансирования здравоохранения регион занимает 10-ю позицию в ПФО.

Проведённые исследования позволяют заключить о недостаточном развитии здравоохранения в Республике Мордовия, призванном играть значительную роль в формировании человеческого капитала региона. Для улучшения ситуации в этой области следует задействовать все известные механизмы государственного регулирования [11], [12].

Первый аспект развития здравоохранения, безусловно, должен быть связан с увеличением его финансирования, с внесением изменений в механизм финансового обеспечения здравоохранения. Следует более активно использовать инструменты финансирования отрасли, направленные на создание мотивационных функций у лечебно-профилактических учреждений в оказании запланированного объёма медицинской помощи надлежащего качества и обеспечивающего развитие тех учреждений, услуги которых востребованы. Это позволит расширить перечень оказываемых медицинских услуг, а также создать дополнительные стимулирующие и мотивирующие выплаты медицинским работникам. Медицина в регионе должна постепенно становиться высокотехнологичной. И не только в столице региона, но и на уровне муниципальных районов республики. Кро-

ме того, важно обеспечить доступность медицинской помощи всем гражданам, независимо от места их проживания.

Думается, важно способствовать развитию государственно-частного партнёрства в здравоохранении, это позволит повысить качество оказываемой помощи. Одной из форм подобного участия является подключение большего количества частных медицинских учреждений к реализации программ ОМС. К сожалению, очень малое число частных клиник Республики Мордовия оказывают услуги по данной программе. Здесь имеется ряд проблем, которые достаточно трудно преодолеть. С одной стороны, для частных медицинских учреждений работа в системе ОМС не выгодна, поскольку за счёт данных средств сложно окупить содержание здания, эксплуатацию и ремонт оборудования. Эта проблема решаема, если, например, предоставить медицинским учреждениям, работающим по системе ОМС, определённые льготы. С другой стороны, негосударственным медицинским учреждениям сложно получить доступ к системе ОМС. Государство всё же чаще отдаёт предпочтение бюджетным учреждениям, даже при их низкой эффективности с целью упрощения контроля за их деятельностью.

Взаимодействие частных медицинских организаций с государственными учреждениями может помочь реализации различных целей. Так, например, они могут разделить между собой спектр оказываемых услуг. Частные учреждения должны оказывать услуги, которые невозможно полноценно осуществить в государственных учреждениях, или услуги, которые мало востребованы. Тратить дополнительные средства государственного учреждения на покупку дополнительного оборудования для их оказания нецелесообразно. Частные клиники в таком случае могут покупать у государственных учреждений те услуги, которые не могут оказать самостоятельно. Это особенно касается специализированных лабораторных исследований.

Особое внимание необходимо уделить развитию сельского здравоохранения, поскольку в регионе значительная часть населения проживает в сельской местности (36,2%) [13]. Сельское здравоохранение должно быть дифференцировано в зависимости от компактности проживания населения, величины населённых пунктов, транспортной доступности до центров муниципальных районов. Требуется создание условий для оказания своевременной высококвалифицированной помощи. В этом могут помочь мобильные комплексы, предназначенные для большей доступности медицинской помощи. Также в районные больницы необходимо закупить новое оборудование, которое позволит сделать первичную диагностику качественнее.

Для привлечения в регион молодых специалистов необходимы льготы и создание рабочих мест, где бы начинающий профессионал смог развиваться. Студентам медицинских вузов стоит предоставлять больше целевых бюджетных мест на обучение. Это сможет положительно повлиять на укомплектованность кадрами медицинских учреждений по всей республике, включая районные больницы.

Таким образом, социальный контекст деятельности государства должен быть направлен на повышение качества человеческого капитала, в том числе и при помощи развития системы здравоохранения, создания доступной и высокотехнологичной медицины, совершенствования первичного звена здравоохранения. В особой поддержке государства нуждается сельское здравоохранение.

Статья опубликована при финансовой поддержке внутривузовского научного гранта НИ ФБГОУ ВО "Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева" "Разработка модели развития человеческого капитала аграрной сферы экономики региона" № ГБ 25-23.

Список использованных источников

1. Sen A.K. Ethics and Economics. Oxford: Basil Blackwell, 1987 (русский перевод, Амартье Сен. Об этике и экономике. – М., Наука, 1996).
2. Российская Федерация. Указы. О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года: Указ президента Российской Федерации от 6 июня 2019 г. № 254 – Текст: электронный // КонсультантПлюс [информационно-правовой портал]. [Электронный ресурс]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_326419/942772dce30cfa36b671bcf19ca928e4d698a9283.
3. Вишняков Н.И. Общественное здоровье и здравоохранение: учебн. для студентов / Н.И. Вишняков, О.А. Гусев, Л.В. Кочорова, Е.Н. Пенюгина, С.Н. Пузин. – 9-е изд., испр. и доп. – Москва: МЕДпресс-информ, 2018. – 880 с.

4. Российская Федерация. Законы. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации: Федеральный закон № 323-ФЗ: текст с изменениями и дополнениями на 1 октября 2020 г.: [принят Государственной думой 1 ноября 2011 г.: одобрен Советом Федерации 5 ноября 2011 г.]. – Текст: электронный // КонсультантПлюс: [справ.-правов. система]. – [Электронный ресурс]: <http://www.consultant.ru/>. – Режим доступа: по подписке.

5. Федеральный закон от 21.11.2011 N 323-ФЗ (ред. от 28.04.2023) "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" // [Электронный ресурс]: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_121895/d3162427a7e8305d6b6b1582927e76217c3ce45d/.

6. Постановление Правительства Республики Мордовия от 31 марта 2023 года N 168 "О внесении изменений в Государственную программу "Развитие здравоохранения Республики Мордовия" // [Электронный ресурс]: <https://kodeks.karelia.ru/api/show/406596554>.

7. Территориальная программа государственных гарантий Республики Мордовия [Электронный ресурс]: <file:///D:/Документы/Downloads/1300202301180003.pdf>.

8. Портал для руководителей здравоохранения | Оргздрав Эксперт // Оргздрав Эксперт. – [Электронный ресурс]: <HTTPS://WWW.ORGZDRAV.COM/>.

9. Статистический ежегодник Республики Мордовия 2021 год. – Текст: электронный // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Мордовия. – 2022 – [Электронный ресурс]: <https://mrd.gks.ru/folder/25240>.

10. Министерство здравоохранения Республики Мордовия [Электронный ресурс]: Официальный сайт Минздрава РМ. – [Электронный ресурс]: <http://minzdravrm.ru/>.

11. Комягин А.В. Сущность и роль социально-экономических факторов, влияющих на функционирование и развитие системы муниципального здравоохранения. [Электронный ресурс]: <http://old.tisbi.org/science/vestnik/2011/issue1/Komagin.pdf>.

12. Полушкина Т.М. Развитие теории и методологии государственного регулирования аграрной сферы экономики: специальность 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством: автореф. дис.... докт. экон. н. / Полушкина Татьяна Михайловна. – Саранск, 2010. – 39 с.

13. Полушкина Т.М. Устойчивое развитие сельских территорий через становление органического сельского хозяйства // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2016. – Т. 12. – № 6(339). – С. 22-32.

II. ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА. ЛОГИСТИКА

УДК 004(075.8)

V.A. Drabenko, D.V. Drabenko,
S.N. Zakharov, V.K.Klyuev, D.O. KlyuevaВ.А. Драбенко¹, Д.В. Драбенко²,
С.Н.Захаров³, В.К.Клюев⁴, Д.О.Клюева⁵

METHODOLOGY FOR DETERMINING THE ECONOMIC INDICATORS OF A PROJECT WITH AGILE TEAM STRUCTURE

МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОЕКТА ПРИ AGILE СТРУКТУРЕ КОМАНДЫ

The article considers a combination of Time Driven Activity Based Costing techniques, coupled with a Commitment point strategy in conditions of a high degree of uncertainty, to objectify the assessment of aspects of project activity. The description and formalized structuring of the hybrid strategy in the context of small and medium-sized organizations is formulated. The article analyzes modern practices in determining the methodological models of project evaluation, related strategies and the possibility of practical application for the effective economic activity of organizations.

В статье рассматривается сочетание методик Time Driven Activity Based Costing в совокупности с Commitment point стратегией в условиях высокой степени неопределённости для объективизации оценки аспектов проектной деятельности. Сформулировано описание и формализованное структурирование гибридной стратегии в разрезе малых и средних организаций. В статье проанализированы современные практики в определении методологических моделей проектной оценки, связанных с ней стратегий и возможность практического применения для эффективной хозяйственной деятельности организаций.

Keywords: project management, assessment methodology, ABC method, project, digital economy, hybrid systems, Agile.

Ключевые слова: проектное управление, методика оценки, метод ABC, проект, цифровая экономика, гибридные системы, Agile.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-14-19

В современных динамически меняющихся условиях рынка организации вынуждены адаптироваться к изменениям и вызовам, формируя новые методики и подходы, иногда даже образуя гибриды двух или более подходов. Особенную сложность представляют нематериально ориентированные организации (консалтинговые, ИТ, сервисные). Их основная сложность в методе оценки собственной эффективности и попытках прогнозирования прибыли по окончании проекта или стадии процесса.

Оборот Российского сегмента ИТ-рынка по итогам 2022 г., согласно данным Минцифры РФ, составил 19,1 млрд долл. США или более 1,3 трлн руб. Для сравнения расходная часть бюджета Российской Федерации на 2023 г. утверждена на уровне 29 трлн руб. ИТ-рынок продолжает развиваться, несмотря на временный спад и отдельных "чёрных лебедей".

¹ Драбенко В.А., профессор кафедры Мил СПбГУПТД ВШТЭ, д.т.н., к.э.н., профессор
Drabenko V.A., Professor of the Department of MiL SPbGUPTD HSE, Doctor of Technical Sciences, PhD in Economics, Professor

E-mail: drv@rshu.ru

² Драбенко Д.В., научный сотрудник ФГБУ "ААНИИ", к.т.н., магистр природопользования
Drabenko D.V., Researcher of the Federal State Budgetary Institution "AARI", PhD in Technical Sciences, Master of Environmental Management

E-mail: drv@rshu.ru

³ Захаров С.Н., ведущий специалист финансово-экономической службы; АО РОСТЕРМИНАЛУГОЛЬ
Zakharov S.N., Leading Specialist of Financial and Economic Service, JSC ROSTERMINALUGOL

E-mail: Serg_zakh@bk.ru

⁴ Клюев В.К., Генеральный директор; ArticMedia
Klyuev V.K., CEO; ArticMedia

E-mail: vladimir@klv.me

⁵ Клюева Д.О., бухгалтер по расчётам с поставщиками; ООО Джи Ти Ай Россия

Klyueva D.O., Supplier Accountant; GTI Russia LLC

E-mail: kliueva.daria@gmail.com

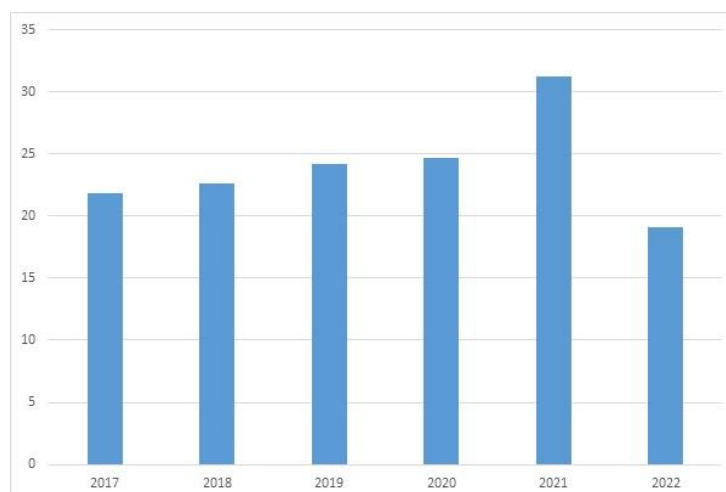


Рис. 1 – Годовой оборот Российского ИТ-рынка за 2017–2022 гг.

Говорить о цифровом рынке России как о едином систематизированном организме некорректно, скорее это набор стихийно растущих и видоизменяющихся элементов классических сегментов рынка: производство, коммерция, логистика, услуги. Последовательная интеграция привела к синергетическому эффекту, особенно заметно это в маркетинговой сфере.

Современные вызовы требуют разработки новых методик по определению справедливой стоимости проекта. В мировой практике чётко выражен ориентир на индивидуализацию процессов под клиента с параллельной стандартизацией частей (модульный подбор заказа). Ярким примером является опыт завода Nissan в г. Санкт-Петербурге, в рамках которого осуществлялись внутренние проектно-конструкторские разработки. Невозможность определения полного объёма работ вынуждало вводить элементы ограничений-маркёров, которые являлись точками соглашения менеджмента с прогнозными расходами и потенциальным экономическим эффектом. Также, обращаясь к аналитическим отчётам за 2021–2022 гг. Мировых лидеров по разработке цифровых продуктов (SAP, Oracle), можно заметить тренд на трансформацию бизнеса в сторону наборных решений и гибких структур, позволяющих быстро комплектовать необходимые по составу команды из собственных или привлечённых сотрудников.

Целесообразность рассматриваемого подхода обусловлена требованием рынка формализовать настоящий подход к ценообразованию и определению стоимости отдельного взятого динамического проекта. Прогнозирование классическими методами не позволяет получить объективную оценку и принять во внимание скрытые драйверы и расходы (такие как степень уникальности запроса). Само распределение времени каждого отдельного сотрудника возможно только условно, с необходимостью обработки массива данных, переведённых через очень чёткое ограничение по времени на каждую задачу. Подобный подход несёт в себе дополнительные затраты, но позволяет снизить риск заведомо заниженной стоимости выполнения работ.

Исходя из последних значимых перемен стоит судить о пересмотре к применению инструментов проектного управления. Одним из самых значимых инструментов является формирование необходимой структуры организации с возможностью её развития и преобразования. Так, мировая практика перешла от статичных фиксированных структур к Agile – малым командам из 5-10 (иногда более) человек, привлечённых для реализации отдельного проекта (комплекса проектов). С другой стороны, в чистом теоретически описанном виде Agile не применяется ввиду наличия у компании бизнес процессов, относящихся к внутренним и циклическим (постоянным): работа с отчётностью, складские операции, наладка внутренней инфраструктуры (в том числе информационной и документальной) и т.д. Применение подобных гибридных структур позволяет не прерывать основные процессы хозяйственной деятельности предприятия и реализовывать проекты различного уровня (Рис. 2) [4].



Рис. 2 – Графическое описание Agile структуры команды

Организация, основным продуктом которой является нематериальный или уникальный результат (цифровой продукт, информационный продукт, научно-конструкторский), на сегодняшний день является одной из самых сложных тем для моделирования, так как существует целый ряд переменных, влияющих на понимание экономического эффекта:

- неопределённость финансовых ожиданий Заказчика;
- невозможность фиксированного нормирования умственного труда сотрудников;
- прогнозная неопределённость объёма и трудозатрат по продукту.

Все вышеперечисленные факторы влияют на итоговую себестоимость и экономическую эффективность продукта [1].

В решении данного вопроса необходимо определиться с методологическим подходом к ценообразованию проекта и прогнозированию его эффекта. Отягощающим фактором может являться заинтересованность Заказчика в непрямом экономическом эффекте. Так, заказывая рекламный цифровой продукт, направленный на повышение репутации и узнаваемости бренда и/или фирмы, заказчик не в состоянии спрогнозировать продажи ввиду неопределённости влияния узнаваемости на покупательские ожидания потребителя.

Определяя стратегию ценообразования проекта для получения ожидаемой экономической эффективности, можно спроецировать следующую область, заключённую в три основных вектора (Рис. 3):

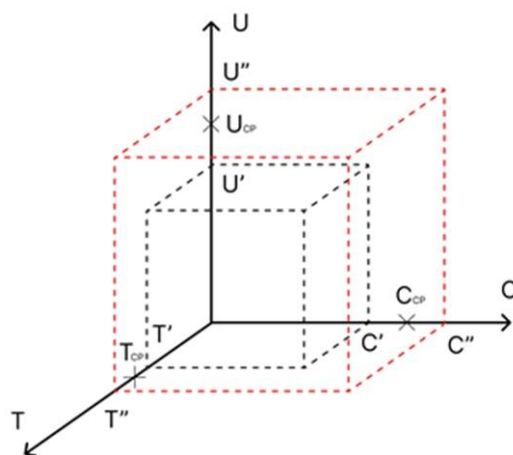


Рис. 3 – Векторное изображение объёмного поля определения стоимости проекта

Точкой согласия (commitment point) (далее – C_p) является уравновешенное соглашение, основанное на ценовых ожиданиях Заказчика и Исполнителя. В момент поиска C_p производится ряд следующих мероприятий [2]:

- проводится стартовое совещание для определения цели Проекта (задача продукта). На данном этапе переформируется и уточняется Техническое задание для попытки его унификации и выявления критериев оценки уникальности продукта;

- анализ техническими специалистами возможности выполнения задач и оценка необходимости привлечения дополнительных ресурсов: человеческих, технологических, производственных. В рамках выделенного этапа оценивается техническая возможность исполнения проекта с учётом текущих технологий и загрузки персонала. При необходимости привлекаются субподрядчики или арендуются дополнительные мощности, возможно приобретение оборудования для тестирования;

- согласование итогового технического задания с утверждёнными показателями с возможностью их изменения в результате изменения каждого отдельного параметра.

Таким образом, получаем объёмное поле, областью в котором будет являться результат в рамках следующей формулы:

$$P_{fc} = (T' * U * C_d' + C_p') * R,$$

где: P_{fc} – прогнозная стоимость проекта; T' – количество чел.-часов; U – коэффициент уникальности; $C(d)'$ – прямые затраты, выраженные в составе чел.-часа в рублях (усреднённые по команде); $C(P)'$ – сумма косвенных затрат на проект; R – коэффициент покрытия управленческих рисков и экономических ожиданий исполнителя.

Для определения C_p по каждому пункту используются различные методы и подходы. Так, количество требуемых чел.-часов определяется либо на основе сложившегося опыта (реализация аналогичных проектов), либо путём дробления проекта на идентифицируемые операции с возможностью оценки каждой части. Степень дробления зависит от характера проекта и возможностей организации. Так, при разработке цифрового решения могут взять часть операций, уже реализованных ранее (например, время на подготовку экрана вывода результата), оценить известные части и путём умножения на условный прогнозный коэффициент добавить неизвестную часть.

Коэффициент уникальности (U) предполагает собой наличие аналогов на рынке на момент согласования ТЗ. Его предлагается принять как коэффициент от 1 до 9 в зависимости от градации (Табл. 1).

Таблица 1 – Предлагаемые значения коэффициента уникальности

Количество аналогов на рынке	Значение показателя
Отсутствие аналогов	3
Наличие 1 аналога	2,5
Наличие от 2 до 10 аналогов	1,8
Наличие от 11 до 50 аналогов	1,3
Более 50 аналогов (стандартная операция)	1

Прямые затраты, выраженные в стоимости чел.-часа команды, при Agile элементах структуры требуют формирования очень чёткого и разграниченного тайм-менеджмента и оценки распределения ресурсов каждого участника команды. Для этого возможен подсчёт прямых часов посредством ПО (например, Битрикс24). Получается следующее выражение:

$$C_d' = \sum \frac{C_j * K_p}{T_j},$$

где: C_j – сумма расходов на работника; K_p – коэффициент занятости работника в проекте (за вычетом служебных обязанностей по процессному управлению внутри организации); T_j – сумма чел.-часов в проекте для данного работника.

Накладные расходы предлагается применять по методике Time Driven Activity Based Costing (TD ABC), выраженные как усреднённые расходы функционального подразделения, делённые на множество чел.-часов, количество работников в команде и коэффициент фактической выработки [1]. Данный подход позволяет гибко и адаптивно распределять постоянные расходы фирмы между проектами и более объективно подходить к ценообразованию. С другой стороны, данный подход является сложным в практической реализации, так как требует перехода организации к унифицированному документообороту и пересчёту всех показателей относительно драйвера времени, что может вызвать необходимость внутренних преобразований бизнес-процессов. Для более удобного применения подхода ABC предлагается использовать модификацию, разработанную Р.С. Капланом [3. С. 63].

Формульный вид данное выражение имеет следующее:

1. Определение затрат в пересчёте на драйвер времени:

$$T = \frac{C(\text{организации})}{N * D * H * K_{эф}},$$

где: Т – затраты на единицу рабочего времени; С – затраты организации; N – количество сотрудников; D – число рабочих дней в году; Н – число рабочих часов в день; Кфв – коэффициент фактической выработки, обычно устанавливается на уровне 0,8-0,9.

2. Определение себестоимости операции на базе единицы рабочего времени при помощи драйвера затрат (CO):

$$CO = T * OT,$$

где: CO – стоимость операции; Т – стоимость единицы рабочего времени; OT – время выполнения операции.

3. Определение себестоимости проекта на базе себестоимости операций (CP):

$$CP = \sum CO.$$

Коэффициент риска R рассчитывается исполнителем исходя из ожидаемых усилий по реализации и волатильности рынка. Он определяется на основании статистических данных и анализа рынка, а также экономических ожиданий Исполнителя. Может быть скорректирован Заказчиком в ходе итогового согласования стоимости проекта.

При организации сразу нескольких проектов с различным составом проектных команд формируется матрица с распределением ресурсов между ними. Это крайне ресурсозатратный метод, реализуемый прежде всего в малых и средних организациях. Для примера смоделируем малую организацию N с количеством сотрудников в 11 человек:

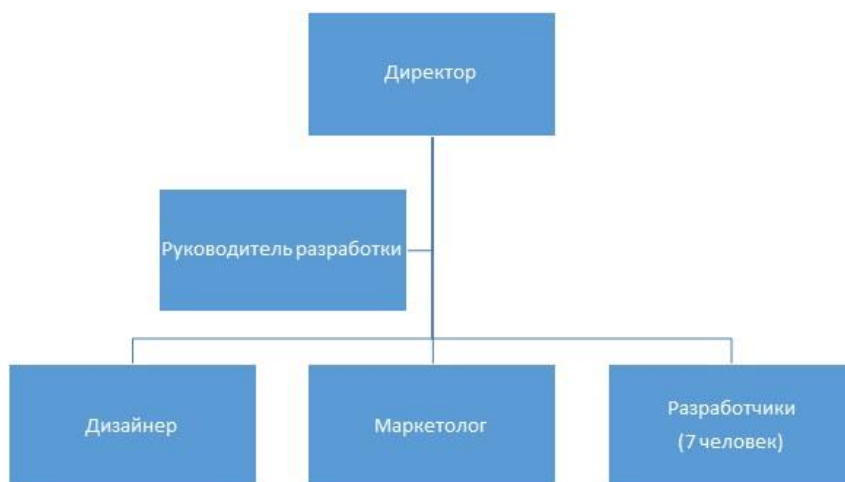


Рис. 4 – Условная структура малой организации, занятой в ИТ-сфере

Для удобства внешние функции, такие как бухгалтерское сопровождение, финансовые функции, выведены в аутсорсинговые фирмы с зафиксированной ставкой за период. При этом, предположим, что фирма N реализует 3 проекта гибкими командами с привлечением в один из них субподрядчика. Оценочное распределение занятости персонала приведено в Табл. 2.

Таблица 2 – Распределение занятости работников фирмы

Наименование должности	Сумма ежемесячных расходов	Доля занятости, %				
		Итого	Проект 1	Проект 2	Проект 3	Процессинговая деятельность
1	2	3	4	5	6	7=3-4-5-6
Директор	150 000	100	10	8	16	66
Руководитель разработки	100 000	100	15	19	17	49
Дизайнер	85 000	100	35	0	25	40
Маркетолог	65 000	100	0	45	0	55
Разработчик 1	75 000	100	80	0	0	20
Разработчик 2	72 000	100	10	75	10	5
Разработчик 3	80 000	100	25	30	10	45
Разработчик 4	71 000	100	0	60	35	5
Разработчик 5	69 000	100	20	35	25	20
Разработчик 6	73 000	100	0	15	70	15
Разработчик 7	76 000	100	15	15	25	45

Для примера остановимся на потенциальном Проекте 1.

Условия его реализации после предварительной оценки следующие. Проект является рядовым (не уникальным) и реализуется посредством привлечения внутреннего

персонала с общей оценочной нагрузкой в 2300 чел.-часов. Данная цифра была согласована с Заказчиком и далее будет применяться в расчётах стоимости проекта. Предварительная оценка прогнозировала стоимость проекта через чел.-час по усреднённой ставке 3150 руб./час на сумму 7 245 000 руб.

Общая сумма накладных распределяемых расходов на момент обсуждения ТЗ равна 1 630 000 (Один миллион шестьсот тридцать тысяч) руб. 00 коп. в месяц.

Сумма всех затрат на персонал в месяц составляет 916 000 (Девятьсот шестидесять тысяч) руб. 00 коп. в месяц.

Сумма распределяемых затрат равна сумме накладных плюс остаток нераспределённых затрат на персонал, выраженных во времени:

$$T = \frac{1\,630\,000 + 334\,850}{11 * 21 * 8 * 0,8} = \frac{1\,964\,850}{1\,478,4} = 1\,329,04 \text{ руб./час}$$

Далее вычисляем стоимость затрат по драйверу времени:

$$CO = 1\,329,04 * 2\,300 = 3\,056\,787,74$$

В нашем случае CO = CP, поэтому переходим к следующему этапу.

Индекс R определяем на уровне деловой практики в размере 16% рентабельности +3% риск менеджмента; итого R = 1,19.

Исходя из данных Табл. 2 получаем прогнозное распределение, и при расчёте, например, Проекта 1 получаем следующее:

$$\begin{aligned} P_{fc} &= \left(2300 * 1 * \sum \frac{C_j * K_p}{T_j} + 3\,056\,787,74 \right) * 1,19 \\ &\approx (2300 * 1\,024,70 + 3\,056\,787,74) * 1,19 \\ &= (2\,356\,815,48 + 3\,056\,787,74) = 6\,442\,187,83 \text{ руб.} \end{aligned}$$

Итого, стоимость проекта от ожидаемых 7,3 млн руб. изменилась и снизилась до 6,4 млн руб. Это значительно отражается на ожидаемом экономическом эффекте проекта как для Заказчика, так и для Исполнителя. Одновременно с этим подтверждая коммерческую выгоду для обоих участников сделки.

По данной методике, посредством дополнительного согласования цены можно корректировать итоговую стоимость проекта, находя Commitment point по каждому разделу.

Итогом данных расчётов является прозрачная структура формирования цены по драйверу времени, что позволяет снизить риски завышения или занижения стоимости аналогичных проектов.

Список использованных источников

1. Артемьев Андрей Васильевич. ABC-costing как способ оптимизации затрат промышленного предприятия // АНИ: экономика и управление. – 2012. – № 1.
2. Волкова О.Н. Управленческий учёт: учебник и практикум для вузов / О.Н. Волкова. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – С. 81-99. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-10748-7.
3. Сапожников П.А., Коложвари Ю.Б. Применение метода TIME DRIVEN ACTIVITY BASED COSTING (TD ABC) в IT-компаниях в целях оценки эффективности проектной деятельности // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2021. – Том 10. – № 4. – С. 62-66.
4. Agile Project Management Software User Report: 2020 // Capterra. URL: <https://blog.capterra.com/agile-project-management-software-user-report/>.

УДК 656.01

O.V.Malikhina, T.V. Volkova

THE ROLE OF RAIL TRANSPORT IN THE RESTORATION OF LOGISTICS SUPPLY CHAINS

The article examines the current problems that have arisen in the field of logistics against the background of the military operation in Ukraine and the subsequent wave of sanctions, defines the role of rail transport in the conditions of a sharp reduction in sea and air transport. The dynamics of the market of transportation of various goods, additional measures to ensure precisely adapted logistics transportation, as well as the development of new supply lines are reflected.

Keywords: logistics processes, rail transportation, supply chain, transport corridor, sanctions.

O.B.Малихина¹, Т.В. Волкова²**РОЛЬ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА В ВОССТАНОВЛЕНИИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕПОЧЕК ПОСТАВОК**

В статье рассматриваются актуальные проблемы, возникшие в сфере логистики на фоне специальной военной операции в Украине и последующей волны санкций, определена роль железнодорожного транспорта в условиях резкого сокращения перевозок морским и воздушным транспортом. Отражена динамика рынка перевозок различных товаров, дополнительные меры обеспечения точно адаптированных логистических перевозок, а также развитие новых направлений поставок.

Ключевые слова: логистические процессы, железнодорожные перевозки, цепочка поставок, транспортный коридор, санкции.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-20-24

Транспортные связи между Россией и остальным миром резко изменились за последние полтора года на фоне специальной военной операции в Украине и последующей волны санкций, которые затронули все сектора российской экономики.

Санкции практически полностью перекрыли воздушное сообщение с "недружественными странами" и напрямую затронули морской и автомобильный транспорт. Погрузка на железной дороге также начала снижаться, например, в марте 2022 г. она сократилась на 2,4%. Основной причиной снижения стало прекращение перевозок в Украину и через Украину. Однако уже по итогам января и февраля 2023 г. перевозки по железнодорожной сети в России составили 1123,4 тыс., что уже на 4,4% выше, чем за аналогичный период прошлого года. Особо следует отметить значительный рост перевозок зерна – в 2 раза, угля – в 1,9 раза, минеральных и химических удобрений – в 4,4 раза [1].

Логистическая отрасль является одной из наиболее пострадавших от введенных запретов отраслей экономики России. Так, повысились цены на железнодорожные перевозки, многие крупные компании покинули российский рынок, а также разорвались цепочки поставок как на импорт, так и на экспорт грузов в Европу автомобильным, железнодорожным, морским и авиатранспортом. С одной стороны, введение санкций пагубно отразилось на экономике России, а именно:

1. Уменьшился объем перевозок.
2. Появились санкционные списки товаров:
 - 1) списки из Европы и США;
 - 2) список РФ товаров, запрещенных к экспорту из РФ.
3. Отказы контейнерных линий.

¹ Малихина О.В., доцент кафедры бизнес-информатики, кандидат экономических наук; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Malikhina O.V., Associate Professor of the Department of Business Informatics, PhD in Economics; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: lesya265@gmail.com

² Волкова Т.В., доцент кафедры экономической безопасности, кандидат экономических наук, доцент; Федеральное государственное казенное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации", г. Санкт-Петербург

Volkova T.V., Associate Professor of the Department of Economic Security, PhD in Economics, Associate Professor; Federal State Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg University of the Ministry of the Interior of Russia, Saint-Petersburg

E-mail: volktv@bk.ru

4. Закрыто воздушное пространство:
 - 1) запрет иностранным компаниям летать в и над территорией РФ;
 - 2) запрет российским авиакомпаниям летать в Европу и США;
 - 3) конфискация самолётов, запрет продаж и обслуживания.
5. Рост курса валют к рублю и многое другое.

С другой стороны, любой кризис – это реализация новых возможностей. Для России данная ситуация способствовала переориентации на другие рынки и снижению зависимости от стран Европы, а также разработке новых логистических путей цепочек поставок, которыми ранее не пользовались или не брались во внимание.

У России до введения ограничений было два главных товаропроводящих коридора, а именно "запад–восток" и "север–юг", причём именно в этих направлениях товары перемещались с запада на территорию РФ, далее в сторону дальнего востока и Китая. Что касается северного коридора, то грузы перемещались из Санкт-Петербурга в Москву, далее в южные регионы и страны среднего востока.

В связи с санкциями Запада было принято решение развивать восточное направление. Оно всегда было перегружено: проблема "пробок" постоянно обсуждалась и до вмешательства геополитических форс-мажоров в структуру транспортных потоков, а сейчас она становится ещё острее. Для того чтобы раздвинуть сужения восточного полигона в условиях растущих пробок, правительство решило докапитализировать РЖД, выделив 250 млрд руб. из Фонда национального благосостояния. По данным "РЖД Бизнес Актив", в январе 2022 г. на западное направление приходилось 60% перевозок, на восточное – 35%, на южное – 5%. В марте соотношение западного и восточного направления изменилось до 46%/50%, а доля южного направления осталась примерно на том же уровне – 4%.

Уже в начале 2023 г. российская экономика в значительной степени сместилась в направлении восток–юг. Российские железные дороги полностью перестроили систему грузовых перевозок. Изменения коснулись инфраструктуры линий, локомотивов, диспетчерских служб и логистики в целом. С 2022 г. Российские железные дороги бьют собственные рекорды по объёму и скорости грузовых перевозок.

На сегодняшний день с учётом всех имеющихся запретов основными экспортёрами нашей страны являются Китай, Индия и Турция, и именно из этих трёх стран поступают товары на территорию РФ, т.е. мы можем наблюдать, что фактически транспортные коридоры развернулись в другую сторону, поэтому компании, отвечающие за доставку и перевозку грузов, изобретают новые цепи поставок.

Одна из ключевых задач ОАО "РЖД" с начала 2022 г. – обеспечение точно адаптированных логистических перевозок. Для сохранения производства и рабочих мест в сложной экономической ситуации созданы новые маршруты восточного направления для более чем 700 российских компаний. Всего было запущено 989 поездов весом от 7,1 до 21 тыс. тонн. С 2022 г. объём перевозок тяжеловесных грузов увеличился почти вдвое, а оборот в секторе контейнерных перевозок вырос на 43% [2].

Всё чаще стала использоваться технология виртуальной сцепки. Это инновационная технология управления интервалом между поездами, которая позволяет сократить время в пути следования с 12 до 6-8 минут за счёт обмена информацией о схеме движения между двигателями главного и подчинённого поездов по цифровому радиоканалу. В целом, объём перевозок с использованием технологии "виртуальной сцепки" увеличился в 3,4 раза. Этих результатов удалось достичь благодаря обновлению локомотивного парка с учётом сложности климатических и территориальных условий БАМа и Транссибирской магистрали.

Так, в настоящее время развиваются новые маршруты из Юго-Восточной Азии транзитом через Китай в Россию. Также конкурентными становятся ускоренные поезда на Россию, как по сроку доставки, так и по стоимости. Наряду с ускоренными поездами в Москву осуществляется доставка грузов в Новосибирск и Екатеринбург, транзитный срок доставки в пути которых составляет 20-25 дней.

Также продолжается создание новых транспортных коридоров, таких как коридор Европа–Турция–Азербайджан–Дагестан. Грузовые перевозки неуклонно растут. В 2022 г. была открыта станция Забайкальск на стыке с Маньчжурией в Китае. Теперь все грузы, поступающие из Китая, можно перегружать здесь, существенно увеличивая скорость обработки вагонов, сокращая время практически на четверть. Увеличение провозных мощностей позволило увеличить не только стабильность работы, но и объёмы грузоперевозок.

Уже в марте 2022 г. был введён в эксплуатацию транспортно-логистический комплекс, который обеспечивает перевалку практически всех видов грузов, поступающих из Китая. После снятия жёстких ограничений объём грузов из Китая, перевозимых через по-

граничный переход на станции Забайкальск, увеличился на 68%. Кроме того, продолжается поток товаров из Китая напрямую через Казахстан. Китайские железные дороги достаточно быстро подстроились под потребности рынка, и появились новые возможности, а именно:

1. Возможность отправки парных контейнеров 20'DC.
2. Возможность отгрузки опасных грузов.
3. Возможность отправки жидких грузов.
4. Согласование отправки тяжёлых грузов.
5. Отправка из Юго-Восточной Азии транзитом через Китай.

Уже в конце апреля 2022 г. компанией "STS LOGISTICS" был запущен прямой поезд из Китая на Казань, транзитный срок доставки которого составил 22 дня (Рис. 1).



Рис. 1 – Маршрут ускоренного контейнерного поезда из Китая в Казань

Известно, что рынок логистических услуг РФ тесно связан с мировым рынком, поэтому, в связи с ограничениями наблюдается искусственный разрыв связей. Практически отрезан от мировой торговли порт Новороссийск и Санкт-Петербург, т.е. всё, что касается морских перевозок грузов, поэтому логистическими компаниями были разработаны альтернативные пути доставки товаров. Так, был запущен новый поездной сервис из Дуйсбурга в Санкт-Петербург и обратный сервис в Европу, Германию, Италию, Нидерланды и Бельгию. Также стал пользоваться спросом маршрут транзитом через Иран с перегрузкой контейнеров на железнодорожные пути. Однако проблемой стало то, что немногие поставщики готовы отгружать через него, поскольку это санкционная страна, но имеется решение в виде выпуска мультимодальных документов, которые выдаются перевозчиком груза грузовладельцу, в которых не будет указываться порт Иран, а будет указан весь маршрут перевозки.

Ещё одним путём доставки грузов железнодорожным транспортом является маршрут транзитом через Турцию, как видно из Рис. 2.



Рис. 2 – Транспортный ж/д коридор Баку, Тбилиси, Карс

На сегодняшний день развитие транспортных коридоров из Турции является одной из приоритетных задач. Ещё в 2019 г. главы ОАО "РЖД" и железнодорожных компаний Турции и Азербайджана подписали соглашение о сотрудничестве и развитии железнодорожных перевозок. Данное соглашение предусматривает совместные действия для обеспечения регулярных железнодорожных перевозок по маршруту Баку, Тбилиси, Карс, поэтому текущая геополитическая ситуация будет только способствовать развитию данного транспортного коридора.

Таким образом, можно заметить, что железная дорога на сегодняшний день является основным способом перевозки грузов, что объясняет высокий рост цен на перевозку данным транспортом. В то же время можно заметить и снижение использования железнодорожного транспорта в связи с прекращением сотрудничества с многими компаниями, которые ввели ограничения против нашей страны. Следовательно, перестали осуществляться экспорт и импорт грузов, а то, что должны были доставить самолётом или морским судном, перебросили на поезда, что увеличило срок доставки из-за пробок и заторов на железнодорожных путях.

В текущем периоде также рассматриваются маршруты через Монголию. Постоянно ведётся работа по развитию транспортного коридора Север–Юг. Также планируется продолжить обновление подвижного состава и открыть новый маршрут к Мурманскому транспортному узлу, новому порту Лавна.

Всё это имеет свои недостатки, поскольку время пересечения границы резко увеличилось, а пункты пересечения границы стали пограничными пунктами. Из-за возросшего железнодорожного трафика не все станции могут справиться с таким оборотом [3].

Наличие контейнеров также стало проблемой. Ещё в 2021 г. ощущалась острая нехватка контейнеров, а после того, как два крупнейших контейнерных перевозчика фактически отказались от сотрудничества с Россией, ситуация стала ещё хуже. Были привлечены логистические службы из дружественных стран.

Уже в 2023 г. РЖД договорились с железнодорожными администрациями Ирана, Казахстана и Туркменистана о снижении транзитного тарифа для привлечения дополнительного объёма грузов.

Внутри страны пока не произошло никаких серьёзных изменений, но сразу же был задан новый тренд. Так, с начала 2023 г. объём грузов внутри России неуклонно растёт в контексте импортозамещения. Также возрастает роль распределительных центров, где будут храниться большие объёмы различных остатков. Сроки хранения также будут увеличены, чтобы минимизировать отсутствие продукции из-за увеличения времени доставки по новым коридорам. Между тем, изменение спроса и потребительских моделей будет стимулировать спрос на инновационные ИТ-решения для управления грузоперевозками и логистическими ресурсами [4].

Лесопромышленные компании предпочитают не говорить о логистических трудностях, ссылаясь на деликатность вопроса и постоянную работу по поиску выхода из ситуации, но они признают, что проблемы есть, и довольно серьёзные. Основные из них – перегруженные железнодорожные линии в восточном направлении, значительное увеличение логистических расходов, нехватка контейнеров и портовых мощностей. Объёмы перевозок древесины из европейской части России на Восток уже утроились. Общее число грузоотправителей лесоматериалов удвоилось и достигло 1150 компаний. В то же время западный экспорт сократился почти на 90% [3].

Проблема у железнодорожных перевозок заключается в том, что заявки лесопромышленных компаний на перевозку грузов удовлетворяются максимум на 50%, а в остальных случаях – на 25-30%. При этом цены на контейнеры выросли в полтора-два раза. Растёт нагрузка на структуру российских железных дорог до сухопутных пограничных переходов и дальневосточных портов, пропускная способность которых уже весьма ограничена. Объём декларируемых грузов значительно превышает пропускную способность. Значительная часть грузов через порт Новороссийск перегружается на "южные" экспортные рынки Турции, Египта и т.д.

Для расширения восточного направления бизнес-ассоциации просят государство обеспечить перевозку лесопродукции с приоритетным доступом к инфраструктуре Восточного полигона и наличием целевых лесотранспортных проектов, согласованных Россией и КНР, а также предоставить дополнительные контейнерные мощности, в том числе с участием китайских перевозчиков.

Все планы по развитию экспортного потенциала осуществимы. Оборот транспортных узлов в Восточной Аттике и Мурманске неуклонно растёт. ОАО "РЖД" получает запросы от крупных грузовладельцев, а также анализирует загрузку отдельных полигонов и

на основе этих данных формирует планы по улучшению всех аспектов железнодорожной логистики [5].

В течение 2022 г. появились новые транспортные планы. В частности, были разработаны транзитные перевозки из Юго-Восточной Азии по морю в Китай с дальнейшими железнодорожными перевозками в Россию и Беларусь.

Поэтому в ближайшее время на фоне затруднений с авиасообщением, морскими путями, автотранспортом и легализацией параллельного импорта положительный вклад в погрузку в 2022 г. внесли контейнерные перевозки с потребительскими товарами. Главный вопрос не в том, какая конкретно отрасль загрузит железную дорогу, а в том, откуда грузы будут приходить. С КНР увеличился оборот энергоносителей, в частности угля, а Казахстан поставляет товары в рамках схемы параллельного импорта.

Увеличение грузоперевозок способствовало появлению новых маршрутов для скоростных контейнерных поездов через менее популярные пограничные переходы, такие как Благовещенск и Краскино.

В 2023 г. ожидается стабилизация рынка, разделение сфер влияния и повышение роли железнодорожного транспорта в логистических цепочках поставок.

Список использованных источников

1. <https://seanews.ru/2023/03/01/ru-gruzы-rzhd-2-mesjaca-2023-pogruzka-na-seti-snizilas-na-2-4/> (дата обращения: 18.04.2023).
2. <https://lenta.ru/articles/2023/02/22/pnewrzd/> (дата обращения: 12.05.2023).
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-novoy-evolyutsionnoy-kontseptsii-uvelicheniya-gruzovoy-bazy-transportnyh-koridorov-vostok-zapad-sovremennoe-sostoyanie> (дата обращения: 12.05.2023).
4. <https://www.interfax.ru/amp/835549> (дата обращения: 19.05.2023).
5. <https://www.rzd-partner.ru/zhd-transport/interview/v-2023-godu-sushchestvennogo-rosta-konteynnykh-perevozok-po-seti-ozhidat-ne-stoit/> (дата обращения: 18.04.2023).

УДК 332.055.3

V.AI. Plotnikov, O.A. Shamina

PROBLEMS AND TRENDS OF FUNCTIONING OF PRINT MEDIA IN MODERN MEGAPOLISES

The article lists the functions of the metropolis; Threats for print media in St. Petersburg were identified: lack of sales opportunities for printed products, decline in popularity, emergence of similar niche media on the market, worsening of the general economic situation, intensification of rivalry from direct and indirect competitors, imitation of technologies for creating rating media by competitors, increasing demand for online publications; analyzed the advertising market of print media in St. Petersburg; estimated the volume of advertising in the means of its distribution in St. Petersburg over the past 12 years; describes the history of changes in the cost of print media; revealed the dynamics of development of enterprises in the industry; options for solving problems and neutralizing negative trends are proposed: increasing the revenue side of the print media budget by selling advertising space through an increase in demand for their products in the market, clearer segmentation of their target audience and, accordingly, developing an appropriate content strategy, increasing reader loyalty, increasing productivity through more detailed planning of the employee motivation system, income growth in the digital media segment, growth in the cost of services associated with limited supply.

Keywords: print media, metropolis, economic trends, development problems.

В.А.Плотников¹, О.А.Шамина²**ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПЕЧАТНЫХ СМИ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО МЕГАПОЛИСА**

В статье перечислены функции мегаполиса; выявлены угрозы для печатных медиа Санкт-Петербурга: недостаток возможностей сбыта печатной продукции, снижение популярности, появление аналогичных нишевых СМИ на рынке, ухудшение общей экономической обстановки, интенсификация соперничества со стороны прямых и косвенных конкурентов, имитация технологий создания рейтинговых медиа со стороны конкурентов, увеличивающийся спрос на сетевые издания; проанализирован рекламный рынок печатных СМИ Санкт-Петербурга; оценены объёмы рекламы в средствах её распространения в г. Санкт-Петербург за последние 12 лет; описана история изменения стоимости печатных медиа; выявлена динамика развития предприятий отрасли; предложены варианты решения проблем и нейтрализации негативных тенденций: увеличение доходной части бюджета печатных СМИ за счёт продажи рекламного места через увеличение спроса на свою продукцию на рынке, более чёткое сегментирование своей целевой аудитории и, соответственно, разработка соответствующей контент-стратегии, повышение лояльности читателей, повышение производительности труда через более детальное планирование системы мотивации работников, рост доходов в цифровом сегменте медиа, рост стоимости услуг, связанный с ограниченным предложением.

Ключевые слова: печатные СМИ, мегаполис, экономические тенденции, проблемы развития.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-25-31

Введение. Мегаполисами традиционно называют крупные города, в российской практике принято причислять к мегаполисам города с численностью населения более 1

¹ Плотников В.А., профессор кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли, доктор экономических наук, профессор; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Plotnikov V.AI., Professor of the Department of General Economic Theory and History of Economic Thought, Doctor of Economics, Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: plotnikov_2000@mail.ru

² Шамина О.А., старший преподаватель кафедры менеджмента массовых коммуникаций Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций, кандидат экономических наук; Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

Shamina O.A., Senior Lecturer of the Department of Mass Communications Management, Higher School of Journalism and Mass Communications, PhD in Economics; Saint-Petersburg State University, Saint-Petersburg

E-mail: shamina_oa@inbox.ru

млн чел. Мегалополисы, помимо значительной численности населения, концентрируют финансовые, трудовые, информационные и иные ресурсы, что способствует развитию в них медиаиндустрии, в частности – печатных средств массовой информации (СМИ). Следует подчеркнуть, что мегалополь для печатных СМИ является местом повышенной конкуренции, причём конкуренция эта имеет специфически-отраслевой характер.

Различные СМИ борются за свободное время людей – потребителей информации и развлечений. Одновременно медиаиндустрия непрерывно трансформируется под влиянием процессов медиаконвергенции – слияния традиционных и новых медиа на основе развития информационных технологий [1]. Таким образом, актуальным является рассмотрение проблем и тенденций функционирования печатных СМИ в современных условиях мегалополиса. Исследование выполнено на примере Санкт-Петербурга.

Обзор литературы. Ранее соавторы данной статьи уже обращались к поднимаемой в ней проблематике. В частности, Шамина О.А. разработала научно-методические основы формирования модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии, в том числе печатными СМИ [2]. Плотников В.А. с соавт. исследовали особенности организации стратегического менеджмента медиапредприятий в ситуации возрастания рисков и угроз экономической безопасности на различных уровнях отечественной экономики, спровоцированного текущим санкционным столкновением России и "коллективного Запада" [3], [4].

Арбузова Т.А. и Фоменко Н.М. исследовали эволюцию социально-экономической системы применительно к мегалополисам Российской Федерации. В результате проведённого анализа эти авторы установили, что в исследованиях действующей в мегалополисах модели социально-экономической системы не учитывается в достаточной степени её эволюция под влиянием реализуемой государственной политики [5].

Смеюха В.В. изучала вкусовые предпочтения потребителей медиапродукции в ситуации нарастания медиаконвергенции и происходящих процессов медиаглобализации, характерных также и для городов-миллионников. На примере сравнительного анализа медиапотребления в г. Ростов-на-Дону автор изучила тенденции и особенности изменений предпочтений потребителей медиапродукции [6].

Барташевич Д.А. и Ребрикова Н.В. рассматривали и анализировали рынки печатных медиа США, Великобритании и Российской Федерации в современных условиях, с учётом происходящих процессов повсеместной цифровизации. В результате проведённого анализа были выявлены причины спада, перспективы развития данных рынков в каждой из перечисленных стран. На основании рассмотрения статистических данных был сделан вывод о том, что эти сегменты медиарынка США и России переживают кризис в настоящее время, в отличие от Великобритании, где печатные СМИ демонстрируют небольшой рост. В завершении авторы представляют свои рекомендации по восстановлению рынка печатных СМИ в России [7].

Тем не менее, в проанализированных выше публикациях отсутствует информация об особенностях функционирования печатных СМИ в условиях мегалополисов – как было показано выше, авторы, как правило, изучают национальные рынки медиаиндустрии [6], [7] или особенности деятельности отдельных медиакомпаний [2], [3], [4]. С учётом того, что мегалополисы в настоящее время являются основными центрами экономической активности, изучение рынка печатных СМИ мегалополисов представляет важную практическую задачу, которая в доступной нам литературе пока решена не была.

Материалы и методы. Материалами для проведения авторского исследования послужили федеральные законы Российской Федерации; официальные данные региональных органов статистики; исследования и иные материалы, опубликованные в периодических печатных изданиях, монографиях, авторефератах диссертаций, в сети Интернет, а также собранные авторами исследования заблаговременно, в ходе предварительного анализа рассматриваемой темы. В качестве источников экономической информации использованы материалы Роскомнадзора, Петростата, Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), Ассоциации независимых региональных издателей (АНРИ), Mediascore и других организаций.

В процессе проведения исследования применялись общенаучные классические методы познания, а именно абстрагирование, обобщение, сравнение, анализ, синтез, логическое моделирование и др.

Результаты. *Общие функции мегалополиса и угрозы для печатных медиа.* Рассмотрим в целом условия для функционирования хозяйствующих субъектов мегалополиса сквозь призму основных функций, которые он выполняет. Могут быть выделены следующие функции мегалополисов [8]:

1. Командно-административная функция: мегаполис является местом расположения правительственных и неправительственных структур, штаб-квартир корпораций, центром принятия решений регионального, национального, международного уровней.

2. Организационно-институциональная функция: в мегаполисах происходит разработка системы норм и институций, обеспечивающих функционирование региональной, национальной, мировой экономик.

3. Сервисная функция: на территории мегаполиса формируется современная материальная и нематериальная совокупность сооружений, систем и служб, необходимых для нормального функционирования экономики, политики и обеспечения повседневной жизни населения, для осуществления межрегиональных/национальных процессов, информационного взаимодействия экономических субъектов (включая, в частности, систему социального рейтинга [9]).

4. Социокультурная функция: мегаполис образует среду для формирования образованной, мобильной, высококвалифицированной элиты, формирования новых модных тенденций относительно стиля жизни во всей многоаспектности её проявления (в современных условиях важной тенденцией выступает экономика совместного потребления [10], [11], [12]); располагает объектами культуры и искусства мирового уровня.

Как показал авторский анализ, основными угрозами (потенциальными/реальными проблемами) для печатных СМИ в Санкт-Петербурге являются:

1. Недостаток возможностей сбыта печатной продукции (на начало 2000-х гг. точек продажи печатной продукции в Санкт-Петербурге было 1100 ед., в 2020-е гг. количество этих объектов сократилось до 300 ед. [13]).

2. Снижение популярности прессы и, как следствие, – угроза нарастающего падения её доходов, что в перспективе приведёт к финансовым проблемам.

3. Возникновение СМИ с такой же тематической направленностью и, как следствие, – уход читателей и рекламодателей от традиционных печатных СМИ.

4. Падение платёжеспособности населения в результате санкционного давления на Россию со стороны недружественных стран и, как следствие, – уменьшение количества заказчиков и рекламодателей, особенно так или иначе аффилированных с недружественными юрисдикциями.

5. Интенсификация соперничества со стороны прямых и косвенных конкурентов и, как следствие, – намеренное занижение стоимости на похожий продукт или виды услуг со стороны данных конкурентов.

6. Имитация технологий создания рейтинговых медиа со стороны конкурентов.

7. Увеличивающийся спрос на сетевые издания.

Объём рекламного рынка печатных СМИ Санкт-Петербурга. Говоря о проблемах и тенденциях, рассмотрим, как условия мегаполиса воздействуют конкретно на функционирование печатных СМИ Санкт-Петербурга. Наиболее наглядным в этом смысле является рынок рекламы, поскольку именно рекламные доходы являются основными для издателей, а не доходы от подписки или продажи в розницу экземпляров печатных СМИ [14]. В основном, цена газеты или журнала ниже себестоимости его создания, т.е. только лишь выручка от продажи экземпляров печатного СМИ не покрывает всех затрат, связанных с его производством.

Комиссия экспертов Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР) периодически осуществляет мониторинг фактических показателей функционирования отечественного рынка рекламы (Табл. 1). Иностранные компании-рекламодатели стали исчезать с городских рекламносителей ещё два года назад, в 2022 г. к ним присоединились торговые сети, производители продуктов питания, автодилеры и прочие. Однако их довольно быстро заместили местные компании.

В последние 12 лет доходы от рекламы в сегменте прессы падают, и 2022 г. в этом смысле не отличался особенностями. Исключение составлял лишь первый квартал, когда в январе–феврале наметился локальный рост, но с марта, после усиления политико-экономической турбулентности, тренд на падение преодолеть не удалось. Совокупный объём сегмента в 2022 г. составил 700 млн руб., он показал снижение на 12% по отношению к 2021 г. и 80% по отношению к 2010 г. Петербургский рынок избежал фатальных падений, которые произошли, например, у федеральной прессы (наблюдалось сокращение сегмента глянцевого издания минимум в два раза), но тренд, начавшийся в 2020 г., на уменьшение количества выходов изданий имел место и в 2022 г.

Таблица 1 – Объёмы рекламы в средствах её распространения в г. Санкт-Петербург [15]

Сегмент	Объём (без НДС), млрд руб.					
	2010 г.	2016 г.	2018 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Наружная реклама	3	3,7	2,85	2,39	3,14	3,4
Реклама на транспорте	0,286	0,340	1,8	0,919	1,35	1,14
Пресса	3,5	2,2	1,53	0,84	0,798	0,7
Радио	1	1,47	1,26	0,681	0,681	0,804
Телевидение	3,5	4,5	4,5	4,125	4,125	Оценку не проводили
ТВ-спонсорство	-	-	-	0,05	0,06	0,072
Интернет	1-1,2	12,3	24	30,83	40,04	46,86
в т.ч. Branding	-	-	-	5,33	10	12
в т.ч. Performance	-	-	-	25,5	30,04	34,86

Говоря о тенденциях, стоит отметить, что стандартно в петербургской прессе федеральных рекламодателей не более 6%, доля агентств не более 10%. При этом, рекламодателями-лидерами на протяжении двух последних лет являются бизнесы из таких секторов экономики, как медицинские услуги, ритейл, недвижимость, массовые мероприятия, фармацевтика. В некоторых изданиях активно стали рекламироваться финансовые организации. Резко вырос сегмент оккультных услуг. Долгосрочные прогнозы эксперты делать не берутся, так как несмотря на приток новых рекламодателей сохраняется тренд на краткосрочные договоры, что затрудняет прогнозирование.

Эволюция сдвига стоимости печатных СМИ в стоимостном выражении. Трендом последних лет является увеличение стоимости прессы. Причём в 2016 г. цена на прессу увеличилась на 6,7%, в 2017 г. – на 6,8%. В 2018 г. рост цен в печатной отрасли составил 20%, что значительно выше уровня официально объявленной инфляции, составлявшего тогда 4,2%. Причинами такого роста является повышение цен на бумагу, типографские услуги, услуги почты, уменьшение доходов от продажи рекламного места, потеря аудитории из-за переключения её внимания на сетевые издания [16].

Доходы от розничной продажи газет и журналов по г. Санкт-Петербургу в динамике показывают попеременно рост и падение, демонстрируя высокую волатильность (Табл. 2), что затрудняет ведение устойчивой хозяйственной деятельности отраслевыми организациями, требует более активного применения стратегического подхода к управлению.

Таблица 2 – Розничная продажа отдельных товаров по г. Санкт-Петербургу

	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Розничная продажа, млрд руб.								
Книги	4,4	5,7	5,4	9,9	11,0	10,2	8,0	7,2
Газеты и журналы	2,7	2,6	2,2	2,5	2,2	2,5	1,4	1,4
Канцелярские и писчебумажные товары	1,8	2,6	2,7	3,4	4,0	4,2	4,3	3,8
Доля в общем объёме оборота розничной торговли, в %								
Книги	0,4	0,5	0,4	0,7	0,8	0,7	0,5	0,4
Газеты и журналы	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
Канцелярские и писчебумажные товары	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2

Исходя из данных Табл. 2, можно сделать вывод о том, что объёмы розничной продажи газет и журналов по г. Санкт-Петербургу не демонстрируют стабильного роста: в 2017 г. они увеличились на 0,3 млрд руб. и составили в совокупности 2,5 млрд руб., в следующем 2018 г. снизились до 2,2 млрд руб., что соответствует данным 2016 г. Затем в 2019 г. наметился рост до 2,5 млрд руб., который сменился спадом до 1,4 млрд руб. в 2020 и 2021 гг.

Соответственно доля газет и журналов в общем объёме оборота розничной торговли по г. Санкт-Петербургу с 2015 г. по 2019 г. ежегодно составляла около 0,2%, но впоследствии и вовсе уменьшилась до 0,1% в 2020 и 2021 гг.

Тенденции функционирования предприятий отрасли. В рассматриваемой отрасли в Санкт-Петербурге работает достаточно много организаций, проанализировать хозяйственную деятельность их всех достаточно трудоёмко, так как для этого недостаёт исходных данных. Поэтому мы ограничились выборочным анализом, рассмотрев ситуацию применительно к трём организациям, демонстрирующим типичные результаты.

Исходя из данных, представленных в Табл. 3, можно сделать вывод о том, что у АО "Издательский Дом "Санкт-Петербургские ведомости" мы можем наблюдать прогрессирующее падение чистой прибыли, т.е. убытки. И, наоборот, у ООО "ИД "Русский сканворд" и ООО "Издательский Дом "Вкусный Мир" имеет место положительная динамика изменения чистой прибыли.

Таблица 3 – Чистая прибыль (убыток) издательских домов г. Санкт-Петербург, руб. [17], [18], [19]

Год	АО "Издательский Дом "Санкт-Петербургские ведомости"	ООО "ИД "Русский сканворд"	ООО "Издательский Дом "Вкусный Мир"
2021	Нет данных	Нет данных	Нет данных
2020	Нет данных	135 453 000	21 333 000
2019	Нет данных	94 115 000	15 200 000
2018	-55 061 000	52 519 000	19 276 000
2017	-54 970 000	27 129 000	15 372 000
2016	-38 964 000	21 047 000	10 849 000
2015	4 062 000	9 000	17 025 000
2014	10 926 000	Нет данных	22 413 000

Таким образом, несмотря на то, что у АО "Издательский Дом "Санкт-Петербургские ведомости" в 2018 г. темп увеличения убытка немного снизился, нужно постараться и далее замедлять его.

Закключение. Итак, безусловно, на рынке печатных СМИ имеют место негативные тенденции. Тем не менее, у печатных СМИ есть свои конкурентные преимущества, умело используя их в сочетании с новыми технологиями создания, распространения, продвижения контента издатель печатного СМИ может найти свою уникальную нишу. К таким преимуществам мы относим особо высокий уровень доверия российских читателей к печатной периодике, а также то, что для наших сограждан печатные медиа имеют ауру важности (если что-то напечатано в газете, то значит, что это важно). Печатные СМИ закрывают потребность аудитории в традиционных проверенных надёжных источниках информации, ведь контент на Интернет-сайте можно изменить или удалить (или заблокировать доступ к нему), но печатную версию газеты нельзя изъять у читателя.

Кроме того, не стоит забывать о потенциале гипертекстовой организации материала печатного издания [20], которая может значительно повысить его привлекательность для читателей и формировать интерес читательской аудитории к материалам.

Стоит отметить, что пресса уступает сетевым изданиям в скорости передачи информации, но выигрывает в возможностях формирования ощущений и настроения, что обретается за счёт использования последних печатных технологий и применения разнообразных материалов [21]. Как подчёркивает Пуля В., "одна из возможных ступеней эволюции СМИ – стать поставщиками впечатлений и эмоций, а не просто информационного контента" [21].

В конечном итоге, с помощью объединения медиаплатформ для создания трансмедийных проектов печатные СМИ имеют возможность привлекать дополнительную аудиторию. Таким образом, возможностями для развития печатных СМИ в современных условиях мегаполиса с учётом рассмотренных тенденций являются:

1. Увеличение рекламных доходов через использование новых технологий продвижения контента на медиарынке.
2. Освоение новых сегментов медиарынка через стратегическое управление процессами создания, продвижения и распространения контента.
3. Увеличение приверженности рекламодателей посредством предоставления уникальных торговых предложений.
4. Увеличение приверженности медиапотребителей посредством вовлечения их в планирование и реализацию социально значимых проектов (т.е. превращение читательской аудитории в сообщество издания [22]).
5. Повышение производительности труда посредством улучшения мотивации сотрудников.
6. Рост доходов от цифрового контента.
7. Рост стоимости услуг, связанный с ограниченным предложением.

На основании вышеизложенного мы заключаем, что печатные СМИ в перспективе должны перестроить процессы создания, продвижения и распространения информации в соответствии с новыми технологиями, используя перечисленные выше преимущества. Этот трудоёмкий и сложный процесс перестройки должен обязательно сопровождаться периодической оценкой сильных и слабых сторон, возможностей и угроз печатного СМИ и носить стратегический характер.

Список использованных источников

1. Веретехин А.В., Боюрова А.А. Особенности развития издательского бизнеса в современных условиях // Медиавектор. – 2022. – № 4. – С. 19-22.
2. Шамина О.А. Научно-методические основы формирования модели стратегического управления малыми предприятиями медиаиндустрии: монография. – СПб.: ИПЦ СПбГУПТД, 2022. – 132 с.
3. Плотников В.А., Шамина О.А., Шарапова О.А. Стратегические аспекты управления персоналом медиаорганизаций в современных условиях с учётом фактора экономической безопасности // Экономика и управление. – 2022. – Т. 28. – № 9. – С. 878-892.
4. Plotnikov V.A., Shamina O.A. Personnel Risks of Media Organizations: An Approach from the Standpoint of the ESG Concept // Rummyantseva A., Anyigba H., Sintsova E., Vasilenko N. (eds) Finance, Economics, and Industry for Sustainable Development. NCSDESG 2022. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham. 2023. – P. 271-281.
5. Арбузова Т.А., Фоменко Н.М. Эволюция социально-экономической системы мегаполиса как результат государственной политики // Креативная экономика. – 2020. – № 12. – С. 3321-3342.
6. Смеюха В.В. Современное медиапотребление в мегаполисе // Социально-гуманитарные знания. – 2017. – № 8. – С. 152-163.
7. Барташевич Д.А., Ребрикова Н.В. Рынок печатных СМИ в эпоху диджитализации // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. – 2020. – № 1. – С. 28-32.
8. Новосельцева А.С. Функциональная специфика мегаполисов как элементов глобального экономического пространства // Актуальные вопросы экономических наук. – 2011. – № 20. – С. 138-143.
9. Катрашова Ю.В., Митяшин Г.Ю., Плотников В.А. Система социального рейтинга как форма государственного контроля над обществом: перспективы внедрения и развития, угрозы реализации // Управленческое консультирование. – 2021. – № 2(146). – С. 100-109.
10. Котляров И.Д. Организация автотранспортного обслуживания на основе коммерческого каршеринга // Мир транспорта. – 2016. – Т. 14. – № 6. – С. 78-85.
11. Митяшин Г.Ю. Кооперация как инструмент повышения продовольственной безопасности // Закономерности развития региональных агропродовольственных систем. – 2022. – № 1. – С. 52-56.
12. Плотников В.А., Анисимова Я.А. Экономика совместного потребления: понятие, особенности, перспективы развития // Управленческое консультирование. – 2023. – № 1. – С. 42-50.
13. Спрос на печатную прессу сохранился даже в цифровую эпоху. – URL: <https://www.dp.ru/a/2023/05/24/spros-na-pechatnuju-pressu?ysclid=lkenjvnver778011603> (дата обращения: 12.06.2023).
14. Отчёт по государственному контракту на оказание услуг по организации и проведению мониторинга состояния московского рынка распространения периодической печати и логистических услуг. – URL: <https://www.mos.ru/upload/documents/files/8230/Monitoringobektovpechati2018spravkami2i4gl.pdf> (дата обращения: 12.06.2023).
15. Объёмы рынка Петербурга. – URL: <https://www.akarussia.ru/node/9783> (дата обращения: 12.06.2023).
16. Стоимость прессы стремительно растёт. – URL: <https://www.sostav.ru/publication/stoimost-pressy-stremitelno-rastet-35201.html> (дата обращения: 12.06.2023).
17. За честный бизнес: АО "Издательский дом "С.-Петербургские ведомости". – URL: https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1037843036109_7825472649_AO-SPV (дата обращения: 12.06.2023).
18. За честный бизнес: ООО "ИД "Русский сканворд". – URL: https://zachestnyibiznes.ru/company/ul/1157847217989_7841025091_OOO-ID-RUSSKIY-SKANVORD (дата обращения: 12.06.2023).

19.3а честный бизнес: ООО "Издательский Дом "Вкусный Мир". – URL: https://zachestnybiznes.ru/company/ul/1077847026487_7805421685_OOO-IZDATELYSKIY-DOM-VKUSNYY-MIR/balance (дата обращения: 12.06.2023).

20. Никифорова Ж.А. Самоорганизация печатного гипертекста (на материале газеты "Комсомольская правда") // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2010. – № 4. – С. 272-280.

21. Российская полиграфия: состояние, тенденции и перспективы развития: отраслевой доклад. 2019. – URL: <http://www.unkniga.ru/images/docs/2019/otr-doklad-ros-poligrafiya-2018-11.pdf> (дата обращения: 12.06.2023).

22. Котляров И.Д. Экосистема: новые способы взаимодействия компании с работниками, клиентами и широкой публикой // Вестник НГУЭУ. – 2013. – № 4. – С. 54-68.

III. ЭКОНОМИКА ПРОМЫШЛЕННОСТИ. ЭКОНОМИКА ТРУДА. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ОТРАСЛЕВЫХ КОМПЛЕКСОВ И РЕГИОНАЛИСТИКИ

УДК 332.1

М.А. Liubarskaia, A.V. Kiktenko

IMPACT OF THE MECHANISM OF EXTENDED PRODUCER RESPONSIBILITY ON THE SECONDARY MATERIALS INDUSTRY IN RUSSIAN REGIONS

The article gives a description of the current situation with the introduction of extended producer responsibility in the Russian sphere of waste management. The authors show that at this stage there are a number of problems with the involvement of secondary resources in the production turnover. As a theoretical significance of the study, it should be noted the model developed by the authors of a comprehensive accounting of the components of the organizational and economic mechanism of extended producer responsibility in the regions of Russia (POET-IC). Of practical interest are recommendations for the implementation of this model.

Keywords: secondary resource, waste, extended producer responsibility, industry, region.

М.А. Любарская¹, А.В. Киктенко²

ВЛИЯНИЕ МЕХАНИЗМА РАСШИРЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА СОСТОЯНИЕ ИНДУСТРИИ ВТОРИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ В РЕГИОНАХ РОССИИ

В статье дана характеристика современной ситуации с внедрением расширенной ответственности производителей в российскую сферу обращения с отходами. Авторами показано, что на данном этапе существует целый ряд проблем с вовлечением вторичных ресурсов в производственный оборот. В качестве теоретической значимости исследования следует отметить разработанную авторами модель комплексного учёта составляющих организационно-экономического механизма расширенной ответственности производителей в регионах России (ПОЭТИК). Практический интерес представляют рекомендации по внедрению данной модели.

Ключевые слова: вторичный ресурс, отходы, расширенная ответственность производителей, индустрия, регион.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-32-36

Расширенная ответственность производителей (РОП) – это подход к экологической политике, включающий разделение ответственности между производителями и обществом за воздействие продукции на окружающую среду на протяжении всего её жизненного цикла, впервые представленный в отчёте Министерства окружающей среды Швеции за 1990 г. В качестве стратегии защиты окружающей среды РОП возлагает на производителя продукта ответственность за весь его жизненный цикл, включая возврат, переработку и окончательную утилизацию [1]. Актуальность такого подхода возрастает по мере внедрения в практику провозглашённой мировым сообществом целевой установки перехода на принципы циклической экономики [2], [3].

Позже различные государства стали рассматривать правовые и административные подходы к расширенной ответственности производителей, проанализировав их экономическую и экологическую эффективность, чтобы определить механизмы внедрения

¹ Любарская М.А., профессор кафедры государственного и территориального управления, доктор экономических наук, профессор; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Liubarskaia M.A., Professor of the Department of State and Territorial Administration, Doctor of Economics, Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: liubarskaya@mail.ru

² Киктенко А.В., аспирант, Автономная некоммерческая организация высшего образования "Российский новый университет"

Kiktenko A.V., Postgraduate; Autonomous Noncommercial Institution of Higher Education "Russian New University"

E-mail: anton-kiktenko@yandex.ru

РОП, как полной или частичной операционной и финансовой ответственности производителей за пост-потребительскую стадию жизненного цикла продукта.

Впервые РОП была внедрена в европейских странах, когда Европейский парламент принял директиву, требующую от его стран-членов разработать программы расширенной ответственности производителей для пластмассовых изделий. Затем двадцать три штата США приняли законодательство на основе расширенной ответственности производителей за утилизацию продуктов после их выхода из употребления. В Японии также принят закон о РОП, касающийся ответственности производителей за утилизацию бытовой техники и электроники, включая телевизоры, холодильники, кондиционеры и стиральные машины.

Совсем недавно принцип расширенной ответственности производителей начал внедряться в развивающихся странах, таких как Индия, Бразилия, Эфиопия и Китай. Программы РОП исследовались во многих контекстах. По сути, все программы расширенной ответственности производителей можно разделить на две группы:

- совершенствование дизайна продукции и производственной цепочки;
- совершенствование системы сбора, обработки, повторного использования или переработки продукции на пост-потребительской стадии экологически безопасным и социально ответственным образом.

В частности, широко известным примером РОП является немецкая система Green Dot System, которая возлагает на производителей и дистрибьюторов упаковки ответственность за создание и управление системой возврата отходов, связанных с их продуктами.

Современные исследователи [4], [5] сравнивают три подхода к реализации расширенной ответственности производителей:

- возврат товаров после выхода из употребления производителю для последующей утилизации;
- возврат товаров после выхода из употребления сторонней специализированной организации для последующей утилизации;
- смешанную систему, когда после выхода из употребления продукт может быть возвращён для утилизации либо производителю, либо сторонней организации.

Исследователи [6], [7] также выделили два уровня РОП:

- индивидуальная ответственность производителя на уровне сектора или отрасли;
- коллективная ответственность производителя, требующая создания той или иной формы организации ответственности производителей.

Правила участия в расширенной ответственности производителей отличаются для разных программ РОП. Некоторые страны создают одну систему РОП, а другие создают несколько систем РОП, каждая из которых конкурирует за свой бизнес на рынке.

Хотя универсально применимой программы РОП не существует, такие программы получили широкое признание в качестве стратегического решения по управлению отходами. Привлекательность РОП – это стимул, который она создаёт для производителей, чтобы учитывать затраты на утилизацию бытовых отходов при принятии решений о дизайне продукции. Она может способствовать достижению экологических целей, таких как предотвращение и сокращение образования отходов, более широкое использование переработанных материалов в производстве и повышение эффективности использования ресурсов. Учитывая проблемы, которые привели к принятию РОП, включая нехватку места для захоронения отходов, загрязнение и образование опасных отходов, программы РОП должны разрабатываться с учётом отраслей и продуктов, формы организации, а также экономического, социального и культурного контекста, в котором действует программа.

Анализ публикаций и практических материалов показывает, что есть три метода внедрения программ РОП:

- с помощью юридических средств;
- с помощью экономического регулирования;
- с помощью административного контроля.

Экономическое регулирование направлено на стимулирование заинтересованных сторон к внедрению РОП с помощью ряда экономических механизмов, таких как механизм "депозит–возврат" и механизм аренды или обслуживания, в то время как меры административного контроля в основном направлены на повышение порога доступа на рынок для отрасли и усиление государственного надзора. Несмотря на то что расширенная ответственность производителей может принести существенные выгоды, её реализация всё ещё требует значительных улучшений. В настоящее время большинство законода-

тельных актов РОП организовано на отраслевом уровне из-за удобства реализации, когда затраты на сбор и переработку распределяются между участниками на основе обращения продуктов на рынке, но такой подход подрывает стремление отдельных компаний разрабатывать больше продуктов замкнутого цикла.

В Российской Федерации 28 декабря 2020 г. Заместителем Председателя Правительства Российской Федерации В. Абрамченко утверждена Концепция совершенствования института расширенной ответственности производителей и импортёров товаров и упаковки [8]. В данном документе признаётся, что за 5 лет формального существования в России института РОП не было сделано сколь-либо значимых шагов в сторону увеличения потоков вторичных ресурсов, вовлечённых в производственный оборот. Эксперты связывают это с отсутствием надлежащего администрирования данной системы, контроля установленных нормативов утилизации и оценки эффективности принимаемых производителями и импортёрами мер по выполнению возложенных на них обязательств [9].

Из 160 тысяч организаций, осуществляющих производство и импорт товаров в регионах России отчётность о выполнении нормативов утилизации отходов (утративших потребительские свойства товаров) по группам материалов представили в 2016 г. 6,4%, в 2017 г. 8,2%, в 2018 г. 8,0%, в 2019 г. 9,5% [8]. Такой низкий уровень участия экономических субъектов в предоставлении отчётности, а также отсутствие возможности сверить данные отчётности с реальной ситуацией не даёт возможности отслеживать результаты как реализации принципа ответственности производителей, в частности, так и реформы в сфере обращения с отходами, в целом.

Эксперты также отмечают, что неопределённость положений нормативных документов создаёт риски для бизнеса в виде возможных претензий регулирующего органа как по составу отходов, так и по принятию отчётов о выполнении обязательств по утилизации отходов (утративших потребительские свойства товаров) [10]. Эта неопределённость также создаёт финансовые и репутационные риски для бизнеса.

Более того, в связи с частыми изменениями законодательства растёт спрос на услуги платного экспертного сопровождения внедрения стандартов расширенной ответственности производителей. Важно отметить, что государственные органы информируют о предоставлении бесплатного обучения в этой сфере. Однако активная дискуссия в сети и экспертных сообществах указывает на отсутствие мер по информированию участников рынка. Участники рынка и эксперты обеспокоены разумностью ставок экологического сбора. И основная претензия к дополнительному финансовому бремени – это негативное влияние на спрос на товары, включённые в группы, подпадающие под действие принципа ответственности производителей, со стороны конечных потребителей, поскольку в конечном итоге дополнительная фискальная нагрузка на производителей и импортёров будет сопровождаться поэтапным повышением отпускных и розничных цен. И теоретически это может способствовать смещению спроса на более дешёвые товары, которые, как правило, имеют менее экологичную упаковку.

Однако следует отметить, что повышение цен в указанных пределах не должно считаться критическим для рынка. Альтернативная точка зрения включает стандарты утилизации. По мнению отдельных экспертов, действующие стандарты для определённых групп товаров слишком низки и не способствуют увеличению рециклинга [11]. По мнению других экспертов, нормативы использования могут быть повышены только после создания работающей системы сбора и обработки отходов, а также настройки системы контроля и сбора статистической информации о рынке. Важно отметить, что введение расширенной ответственности производителей уже привело к увеличению административных расходов для участников рынка.

В административном плане результатом внедрения расширенной ответственности производителей стали:

- появление трёх новых форм отчётности;
- необходимость дополнительной классификации импортных товаров и их упаковки;
- необходимость определения веса брутто и веса нетто для распределения веса упаковки для непродовольственных товаров;
- необходимость выявления и ведения отдельного учёта товаров, которые не подпадают под действие закона и должны быть исключены из расчётной базы.

Одним из результатов реформы в сфере обращения с отходами стало то, что в регионах Российской Федерации ответственность за организацию сбора, транспортирования, обработки, утилизации и захоронения твёрдых коммунальных отходов (ТКО) несут

региональные операторы (Ст. 24.6 федерального закона № 89-ФЗ "Об отходах производства и потребления"). В то же время ответственность за утилизацию образовавшихся на территории регионов Российской Федерации отходов от использования товаров несут их производители и импортёры (Ст. 24.6 федерального закона № 89-ФЗ "Об отходах производства и потребления"). В настоящее время на территории России деятельность осуществляют 173 региональных оператора по обращению с ТКО и около 160 тысяч производителей и импортёров [8]. Становится очевидным, что одной из сложнейших управленческих задач является организация эффективного взаимодействия между ними.

На основе комбинации индуктивного и дедуктивного подходов к анализу управленческих практик и общей теории управления можно сделать вывод, что построение эффективного взаимодействия между участниками системы обращения с отходами возможно на основе комплексного учёта всех составляющих организационно-экономического механизма расширенной ответственности производителей. Говоря о комплексном учёте составляющих, мы подразумеваем правовую, организационную, экономическую, технологическую, информационную и кадровую обеспечивающие подсистемы (Рис. 1).



Рис. 1 – Комплексный учёт составляющих организационно-экономического механизма расширенной ответственности производителей в регионах России (ПОЭТИК)

В части правового обеспечения необходима гармонизация законодательной базы обращения с вторичными ресурсами. Например, установление обязанности использовать определённую долю вторичных ресурсов при производстве продукции или её упаковки для частных производителей должно уравниваться законодательным закреплением приоритета закупки для государственных и муниципальных нужд продукции, произведённой с использованием вторичных материалов. В части организационного обеспечения необходимо поддержание постоянного взаимодействия между региональными и отраслевыми структурами управления. Совместная выработка решений, транслируемых затем по вертикали на уровень отдельных предприятий и территорий позволит найти более эффективные пути выхода из проблемных ситуаций и наладить оперативную обратную связь [12]. В части экономического обеспечения функционирования механизма расширенной ответственности производителей перед органами власти стоит задача создания стимулов для частных компаний по вовлечению вторичных ресурсов в производственный оборот. Здесь речь может идти о введении понижающих коэффициентов к региональным и местным налогам, о предоставлении земельных ресурсов, грантовой поддержки. В части технологического обеспечения, во-первых, необходимы государственные инвестиции в научные исследования и разработки новых технологий использования вторичных ресурсов в различных отраслях [13], а во-вторых, организация сбора вторичного сырья с учётом возможностей его последующего использования в производстве и государственно-частное партнёрство при создании мусоросортировочных и мусороперерабатывающих комплексов. Важным является и формирование информационной системы, интегрирующей отраслевую и региональную отчётность, а также распространение информации о лучших практиках сбора и утилизации вторичных ресурсов. В части кадрового обеспечения эффективными являются совместные программы повышения квалификации для представителей региональных и отраслевых структур, вовлечённых в процесс обращения с вторичными материальными ресурсами.

В заключении следует отметить, что при осуществлении комплексного подхода, введение расширенной ответственности производителей в регионах Российской Федера-

ции станет драйвером развития индустрии вторичных материалов, так как потоки вышедших из употребления товаров и изделий должны теперь аккумулироваться либо самими производителями, либо специализированными компаниями и, в конечном итоге, находить полезное применение, что возможно только при наличии устойчивого спроса на них. Такой спрос может возникать под действием рыночных сил, либо создаваться под действием механизмов рыночного регулирования.

Список использованных источников

1. Букринская Э.М. Применение логистического подхода к организации расширенной ответственности производителя // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – № 2. – С. 141-145.
2. Ветрова М.А., Иванова Д.В. Развитие замкнутого жизненного цикла продукта и принципа "загрязнитель платит" в контексте циркулярной экономики // Наука Красноярья. – 2021. – Т. 10. – № 4. – С. 7-26.
3. Liubarskaia M.A., Tsurkan M.V., Tatarinova M.N., Elchaninova O.V. State Policy for the Development of a Circular Economy at the Territory of the Russian Federation // Business 4.0 as a Subject of the Digital Economy. Cham, 2022. – С. 1009-1012.
4. Иванов А.В., Балановский М.В., Кондратенко С.В. Организационно-экономические и правовые проблемы эффективного внедрения механизма расширенной ответственности производителей в сфере обращения с отходами // Актуальные проблемы экономики и права. – 2020. – Т. 14. – № 2. – С. 293-300.
5. Овсянникова Д.К. Проблемы совершенствования законодательства Российской Федерации в сфере внедрения механизма расширенной ответственности производителей // Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – № 29(3). – С. 279-282.
6. Цускман Е.И., Дудина Т.Н. Социальные и экономические аспекты реализации расширенной ответственности производителей // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2020. – № 4. – С. 101-106.
7. Пластинина Ю.В., Березюк М.В., Дукмасова Н.В., Румянцева А.В., Теслюк Л.М. Совершенствование организационно-экономического механизма расширенной ответственности производителя в Российской Федерации // Международный научно-исследовательский журнал. – 2020. – № 9(99). – С. 192-196.
8. Концепция совершенствования института расширенной ответственности производителей и импортёров товаров и упаковки // [Электронный ресурс] <https://docs.cntd.ru/document/573324833?ysclid=ljhuwabcq3307971281> (дата обращения: 10.06.2023).
9. Русанов А.Л. Экономический эффект от внедрения концепции обращения с отходами для коммерческих структур, государства и домохозяйств // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11. – № 2. – С. 457-466.
10. Овсянникова Д.К. Проблемы внедрения системы расширенной ответственности производителей в государственной политике в сфере обращения с отходами // Вестник Академии знаний. – 2019. – № 35(6). – С. 226-229.
11. Долгушин А.Б., Цуканов А.А. Анализ практики установления нормативов утилизации в системе расширенной ответственности производителя Российской Федерации в 2015–2020 годы // Вестник московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2020. – № 3(34). – С. 57-63.
12. Артемьев А.А., Дюндик Е.П., Любарская М.А. Формирование рынка вторичных материалов в регионах России: Управленческий и финансовый аспекты // Экономика и предпринимательство. – 2022. – № 10(147). – С. 417-419.
13. Lifset R., Kamilo H., Jukka A., Kautto P., Miettinen M. Restoring the incentives for eco-design in extended producer responsibility: The challenges for eco-modulation // Waste Management. – 2023. – Vol. 168(1). – P. 189-201.

УДК 338.49

N.A. Putintseva, E.V. Glyass

REDUCTION OF MUNICIPAL SOLID WASTE GENERATION IS A KEY FACTOR IN SOLVING PROBLEMS IN THE FIELD OF WASTE MANAGEMENT IN SAINT-PETERSBURG

In 2022, the implementation of the reform in the field of municipal solid waste management began in St. Petersburg. The article provides an analysis of the implementation of the first year of the reform: shows the first results, the main participants and problems that can slow down the achievement of the stated goals of the reform. The problem areas of the reform in the city are the construction of complex waste processing plants focused on the production of fuel from waste (RDF, SRF), as well as insufficient attention to stimulating the reduction of municipal solid waste generation. The article provides recommendations for improving the implementation of the reform.

Keywords: municipal solid waste, waste generation reduction, waste separation, waste disposal, waste neutralization, energy fuel from waste.

Н.А.Путинцева¹, Е.В.Глясс²

СОКРАЩЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ ТВЁРДЫХ КОММУНАЛЬНЫХ ОТХОДОВ – КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ В СФЕРЕ ОБРАЩЕНИЯ С ОТХОДАМИ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

В 2022 г. в Санкт-Петербурге началась реализация реформы в сфере обращения с твёрдыми коммунальными отходами. В статье дан анализ реализации первого года реформы: показаны первые итоги, основные участники и проблемы, способные замедлить решение заявленных целей реформы. Проблемными местами реформы в городе является строительство комплексных заводов по переработке отходов, ориентированных на производство топлива из отходов (RDF, SRF), а также недостаточное внимание вопросам стимулирования сокращения образования твёрдых коммунальных отходов. В статье даются рекомендации по совершенствованию реализации реформы.

Ключевые слова: твёрдые коммунальные отходы, сокращения образования отходов, раздельное накопление отходов, утилизация отходов, обезвреживание отходов, энергетическое топливо из отходов.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-37-43

Введение

В 2022 г. в Санкт-Петербурге началась реформа в сфере обращения с твёрдыми коммунальными отходами (далее – ТКО): заработал институт региональных операторов в сфере ТКО, для Санкт-Петербурга региональным оператором в сфере обращения с ТКО стало АО "Невский экологический оператор" (далее – НЭО), услуга по обращению с ТКО стала предоставляться по новым правилам. В целом по регионам страны реформа в сфере ТКО стартовала с 2019 г., отсрочка же начала реформы в сфере ТКО в городах федерального значения была связана с запретом на полигонное размещение ТКО на территории Москвы и Санкт-Петербурга и необходимостью городов договариваться с Московской и Ленинградской областями о вывозе городского мусора на их территории. Главная цель реформы в сфере ТКО – снизить полигонное захоронение ТКО, которое сегодня составляет до 93% ТКО, рост использования вторичных материальных ресурсов, а соответственно, главная задача регионального оператора по обращению с ТКО – создание современной отходоперерабатывающей инфраструктуры, т.е. инфраструктуры по

¹ Путинцева Н.А., доцент Высшей школы административного управления, кандидат экономических наук; Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург

Putintseva N.A., Associate Professor of the Higher School of Administrative Management, PhD in Economics; Peter the Great Saint-Petersburg Polytechnic University, Saint-Petersburg
E-mail: p.i.r@rambler.ru

² Глясс Е.В., старший преподаватель кафедры Государственное и территориальное управление; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Glyass E.V., Senior Lecturer of the Department of State and Territorial Administration; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg
E-mail: eglyass@yandex.ru

сбору, транспортированию, обработке, обезвреживанию, утилизации, размещению ТКО, также обеспечение обработки 100% ТКО, которые образуются в Санкт-Петербурге.

Цель исследования – обосновать необходимость внедрения комплексной системы сокращения образования твёрдых коммунальных отходов, как ключевого фактора решения проблем в сфере обращения с отходами в Санкт-Петербурге.

Задачи исследования: анализ реализации реформы, выявление проблемных моментов реализации реформы, обзор опыта реформ в сфере обращения с ТКО.

Результаты исследований

С 1 апреля 2021 г. полномочия по обращению с ТКО были переданы Комитету по природопользованию, охране окружающей среды и обеспечению экологической безопасности, и именно под контролем этого органа и была начата реализация реформы в сфере ТКО. Главный результат первого года реформы в сфере ТКО в Санкт-Петербурге – создание работающей системы сбора и транспортировки ТКО с контейнерных площадок.

В 2022 г. в Петербурге предварительную обработку прошло 44% ТКО (29,6% в 2021 г.), собираемых в городе. Средний уровень отбора вторичных материальных ресурсов (далее – ВМР) на объектах обработки ТКО составил 8%. За 2022 г. удалось увеличить количество мест накопления и пунктов приёма отдельно накопленных ТКО, организованных как органами власти и региональным оператором, так и общественными инициативами, с 4500 до 6736. Всего за 2022 г. в городе образовалось более 17 млн м³ ТКО (1,6 млн т ТКО). Для обеспечения дальнейшего обращения с таким количеством ТКО задействовано семь сортировочных комплексов с общей мощностью 800 тыс. т в год. Не прошедшие предварительную обработку 56% ТКО (70,4% в 2021 г.) города вместе с "хвостами" отправлялись непосредственно на захоронение на полигоны (при этом на части полигонов также производится предварительная обработка).

Несмотря на долгую подготовку Санкт-Петербурга к реформе в сфере ТКО, в начале 2022 г. город столкнулся с целым рядом проблем. Одна из них – это затягивание процедуры выбора регионального оператора по обращению с ТКО. Однако же в конце 2021 г. АО "Невский экологический оператор" была представлена "Концепция по обращению с отходами на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области" (далее – Концепция), в которой дана характеристика текущего состояния системы обращения ТКО двух регионов и представлены основные параметры её развития на десятилетнюю перспективу. Реализация предложенной Концепции должна обеспечить достижение ключевых показателей Национального проекта "Экология" в сфере ТКО (Табл. 1).

Таблица 1 – Цели национального проекта "Экология" в сфере формирования комплексной системы обращения с ТКО [1]

Показатели	2019	2021	2024
Доля ТКО, направляемых на обработку, сортировку, %	15,8	32,7	50,2
Доля ТКО, направляемых на утилизацию, %	3,8	7,6	12,1
Доля отечественного оборудования для обработки, утилизации и обезвреживания отходов, %	37	72	78

В рамках реализации Концепции запланирован ввод в эксплуатацию пяти новых современных комплексов по переработке отходов (КПО) для нужд обоих регионов (Табл. 2).

Таблица 2 – Объекты переработки отходов для Санкт-Петербурга, (КПО)*

КПО	Расположение	Площадь, га	Мощность, тыс. т в год
"Болхонка"	Волхонское шоссе, в районе аэропорта "Пулково"	18,3	600
"Новосёлки"	п. Левашово	22,0	600
"Дубровка"	Мурманское шоссе, Всеволожский район	126,5	600
"Островский"	Выборгский район	122,6	600
"Брандовка"	В районе Петергофа	5,5	600

*Составлено авторами.

В результате ввода в действие КПО объём обрабатываемых в Санкт-Петербурге ТКО будет составлять около 3 млн т ТКО в год., при том что в городе за 2022 г. собрали 1,6 млн т отходов. При этом, на каждом КПО предусмотрено производство топлива из отходов (RDF, SRF). В отличие от Московской области строительство объектов энергетической утилизации в Ленинградской области не предполагается.

Однако производство топлива из отходов (RDF, SRF) негативно оценивается экспертами [2]. RDF-топливо представляет собой брикеты из измельчённого мусора, которые затем идут на сжигание для получения тепловой энергии. При этом, спрос на такое топливо в России практически отсутствует, поскольку его использование требует дорогостоящей модернизации оборудования по сжиганию. А в оценке воздействия на окружающую

среду (ОВОС) будущих заводов по производству RDF, SRF прописано, что всё нереализованное RDF-топливо будет отправляться на захоронение на полигоны, что станет вполне реальной картиной при отсутствии спроса на топливо из отходов.

Но проблемы с топливом из отходов остаются даже в случае, если на RDF-топливо найдётся спрос, так как в состав RDF-топлива помимо фракций, оставшихся после сортировки, а это неперерабатываемый пластик, загрязнённые бумага и картон, текстиль, резина, кожа, дерево, могут попадать и выброшенные в общий бак опасные отходы, такие как батареек, ртутные градусники и лампы, электронные отходы, остатки лекарств и лакокрасочной продукции, поливинилхлорид (ПВХ) и т.д. Таким образом, при сжигании RDF-топлива в атмосфере окажутся продукты сжигания этих опасных отходов, при том что в Санкт-Петербурге и так очень неблагоприятная ситуация с ростом онкологической заболеваемости.

В ходе реформы в сфере ТКО сама услуга для граждан по обращению с ТКО меняла свой статус. До 31 декабря 2021 г. в Санкт-Петербурге плата за услугу по обращению с ТКО взималась в составе платы за жилищные услуги. Согласно Жилищному Кодексу эту плату собственники помещений в многоквартирных домах устанавливали самостоятельно на общих собраниях из расчёта на 1 м². Однако с 1 января 2022 г. услуга по обращению с ТКО перешла в состав коммунальных услуг и стала рассчитываться в соответствии с тарифами, установленными Комитетом по тарифам Санкт-Петербурга.

В целом, за 2022 г. в Санкт-Петербурге в процессе реализации реформы в сфере ТКО сделано:

1. Единая Концепция обращения в ТКО на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области.
2. Новая редакция Территориальной схемы по обращению с отходами производства и потребления (далее – Схема) [3].
3. Утверждён Порядок накопления ТКО (в том числе отдельного накопления отходов (далее – РНО) [4].
4. Полномочия по созданию и содержанию мест накопления ТКО возложены на администрацию районов.
5. Разработаны Методические рекомендации для органов государственной власти и их подведомственных учреждений.
6. Запущено оборудование первой очереди комплекса по переработке отходов КПО "Волхонка".
7. Принято решение создать единую для двух регионов информационную систему по контролю за ТКО.

Схема – главный стратегический документ развития отрасли по обращению с отходами, в которой находит отражение вся информация о развитии инфраструктуры обращения с ТКО для нужд Санкт-Петербурга: показаны объекты и технологии обработки и утилизации. В новой Схеме отражено 26 633 мест накопления ТКО вместо ранее известных 8 155 мест накопления ТКО. Обновить этот документ стало возможным благодаря систематизации и конкретизации информации об источниках образования ТКО, контейнерных площадках ТКО, о движении ТКО от источников до объектов обработки, их утилизации и размещения.

Создание необходимой инфраструктуры ТКО, начиная с мест их накопления в городах федерального значения, задача особенно актуальная, так как эти города имеют свои особенности – в них нельзя просто прийти и поставить контейнерную площадку, как это происходило в других субъектах страны. В Санкт-Петербурге имеется множество ограничений, градостроительные особенности, проекты благоустройства, устаревшие нормативы и т.п., не позволяющие обеспечить, особенно центральные районы города, местами накопления ТКО.

В целях упорядочивания мест накопления ТКО в Санкт-Петербурге Комитет по природопользованию утвердил Порядок накопления ТКО. Порядком накопления ТКО на территории Санкт-Петербурга сформирован перечень единых требований к объектам сферы обращения с ТКО, особенно к местам накопления отходов. Порядок накопления ТКО 2022 г. предусматривает требования организации в городе как двухфракционной системы РНО, так и многофракционной системы РНО.

Порядок накопления ТКО также предполагает в последующем переход на оплату за услугу по обращению с ТКО по фактическому накоплению, так как нормативы накопления и фактические объёмы ТКО не всегда совпадают.

АО "Невский экологический оператор" к концу 2024 г. планирует охватить системой РНО 25% контейнерных площадок при жилых домах города, а к 2030 г. 100% контей-

нерных площадок города должны быть оснащены системой РНО. И это очень актуально, так как "по данным ВЦИОМ, на 2021 год всего 31% россиян сортировали ТКО; граждане готовы сортировать отходы только в случае, если объекты РНО будут в шаговой доступности" [5], [6].

При этом для успешной реализации реформы в сфере ТКО должна быть проделана масштабная просветительская работа среди населения и должны быть урегулированы вопросы с использованием вторичных материальных ресурсов (далее – ВМР) из ТКО. Так, в 2022 г. произошло резкое падение спроса на фракции из ТКО, ещё недавно крайне востребованные на рынке: произошло резкое снижение, в 3 раза, закупочных цен на ПЭТ и стекло.

Для развития рынка ВМР необходима государственная поддержка и стимулирование спроса на ВМР. С 1 марта 2023 г. вступили в силу поправки к федеральному закону № 89-ФЗ "Об отходах производства и потребления", который впервые дал определение ВМР. Новое правовое регулирование должно поспособствовать увеличению вовлечения ВМР в хозяйственный оборот. В частности, он вводит принципы стимулирования, которые должны подтолкнуть компании к использованию максимального количества отходов во вторичном обращении.

Важным решением 2022 г. стало внедрение РНО в органах исполнительной государственной власти Санкт-Петербурга и их подведомственных организациях (901 организация): за первый год внедрения программы РНО ими собрано более 5 т вторичных ресурсов [7].

Также в 2022 г. совместным решением двух соседних регионов, Санкт-Петербургом и Ленинградской областью, принято решение о создании единой для двух регионов информационной системы по контролю за ТКО, которая позволит гражданам отслеживать все процессы в сфере ТКО: от вывоза ТКО с мест их накопления до получения готовой продукции из них.

Негативное влияние на реализацию реформ в сфере обращения с ТКО может оказать снижение государственного финансирования реформы: в 2023 г. финансирование создания инфраструктуры для обработки и утилизации отходов сократится по сравнению с 2022 г. в 2,1 раза – до 12,5 млрд руб.; в 2024 г. на реформу планируется потратить всего 14,07 млрд руб. вместо предусмотренных ранее 27,96 млрд руб. В целом в эти два года предлагается сокращение финансирования национального проекта "Экология" на 10-11% – до 119,5 млрд и 88,38 млрд руб. соответственно.

Таким образом, в Санкт-Петербурге был принят целый ряд мер по преобразованию существующей системы по обращению с ТКО, в то же время известно, что "без сокращения образования ТКО решить проблему как их чрезмерного захоронения, так и несанкционированных свалок практически невозможно" [8], [9] В мировой практике концепция "Zero Waste" ориентирована на "сохранение всех ресурсов посредством ответственного производства, потребления, повторного использования и восстановления всех продуктов, упаковки и материалов без их сжигания и без сбросов в землю, воду или воздух, которые угрожают окружающей среде или здоровью человека". Концепция "Zero Waste" подразумевает не только сведение к нулю неблагоприятного воздействия на окружающую среду, но и восстановление "предпроизводственных" цепочек с использованием "постпроизводственных" средств [10].

Переходом к "Zero Waste" занимаются сегодня во многих странах мира, при том что СССР был родоначальником реализации принципов этой концепции: "начиная с 1960–1970-х гг. в СССР осуществлялся отдельный сбор макулатуры, стекла, металлолома. В школах этот отдельный сбор носил соревновательный характер, взрослое население за макулатуру и металлолом получало талоны на книги или подписку на печатные издания; в отношении стеклянной тары действовала залоговая система, т.е. стоимость стекла была включена в стоимость товара, вернуть её можно было при сдаче тары в специализированные пункты приёма" [11].

"В Европе же аналогичная система начала внедряться только в начале 2000-х гг." [8]. А с "2020 года в Евросоюзе был принят Новый план действий по экономике замкнутого цикла для более чистой и более конкурентоспособной Европы как одна из составляющих Европейского зелёного курса" [12], [13]. Документ предполагает предотвращение появления отходов ещё на этапе проектирования товаров, а также максимизацию срока их функционирования.

В "США также при переходе к "Zero Waste" большое внимание уделяется долговечности производимых товаров, возможности их ремонта в процессе эксплуатации, а также повышению ответственности производителя за весь жизненный цикл" товара [14].

В современной России вопросами минимизации производства отходов только начинают заниматься. Так, в "январе 2022 года запущен федеральный проект "Экономика замкну-

того цикла", предполагающий к 2025 разработку "Концепции минимизации образования отходов в Российской Федерации" и направленный на создание к 2030 году устойчивой системы обращения с ТКО, обеспечивающей сортировку отходов в объеме 100%, снижение в 2 раза объема отходов, направляемых на полигоны, так же предполагающий использование вторичных ресурсов из отходов на 32%, а утилизируемой упаковки – на 85%" [15].

Ситуация в Санкт-Петербурге, как и в большинстве регионов страны по вопросам минимизации производства отходов, является неблагоприятной: в целом наблюдается удельное увеличение количества ТКО на душу населения (Табл. 3).

Таблица 3 – Образование ТКО, куб.м на душу населения [16]

Территория	2007	2009	2011	2013	2015	2017	2019	2020	2020 к 2007, %
РФ	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9	2,1	2,3	155,8
Северо-Западный федеральный округ	1,6	1,6	1,9	1,7	1,8	1,9	2,1	2,1	134,9
Республика Карелия	1,6	1,9	1,9	2,0	2,0	1,7	2,9	2,9	180,5
Республика Коми	2,3	1,4	1,8	2,5	1,9	1,9	2,2	2,2	95,4
Архангельская область	1,5	1,4	1,4	1,7	2,1	2,0	1,6	2,2	146,4
Ненецкий АО	2,6	3,7	3,3	3,0	2,7	2,5	2,7	1,4	53,5
Вологодская область	1,2	1,9	1,5	1,9	1,4	1,6	3,3	3,2	268,7
Калининградская область	2,3	2,3	2,4	2,1	1,7	1,1	2,7	2,6	113,3
Ленинградская область	1,2	1,3	1,6	1,3	1,4	1,6	1,6	Н.д.	135,3*
Мурманская область	1,8	1,9	1,7	2,8	2,2	2,3	2,7	2,6	147,5
Новгородская область	1,9	1,9	3,2	2,4	2,7	2,6	2,2	2,8	147,0
Псковская область	1,2	1,2	1,4	2,2	2,1	1,6	1,9	2,5	213,4
Санкт-Петербург	1,5	1,7	2,0	1,4	1,7	2,0	1,9	2,2	148,6

* 2019 год к 2007 году, %.

По СЗФО подушное образование отходов снизилось только в Ненецком автономном округе и Республике Коми. Эксперты "прогнозируют рост образования ТКО в ближайшие 10 лет" [17]. Действующие стратегии социально-экономического развития регионов СЗФО это подтверждают (Табл. 4).

Таблица 4 – Стратегические направления политики регионов в сфере обращения с твердыми коммунальными отходами [16]

Регион	Снижение объема образования отходов	Увеличение доли отходов, направленных на сортировку	Увеличение доли переработки	Снижение доли захораниваемых отходов	Ликвидация не-санкционированных свалок
Республика Карелия	-	+	+	-	+
Республика Коми	-	+	+	-	+
Архангельская область	-	+	+	-	+
Вологодская область	-	+	+	+	+
Мурманская область	+	+	+	+	+
Калининградская область	-	+	+	-	+
Новгородская область	-	+	-	-	+
Ленинградская область	-	+	+	-	-
Псковская область	-	+	+	-	+
Санкт-Петербург	+	+	+	+	+

Согласно данным Табл. 4 большинство стратегий развития регионов СЗФО, за исключением аналогичных документов в Санкт-Петербурге и Мурманской области, не ставят даже задачи по снижению объемов образования отходов. И ещё тенденция прослеживается при анализе региональных стратегий – строительство новых полигонов для размещения ТКО, ча-

сто в большем количестве и с большей мощностью, чем мусороперерабатывающих заводов, в разрез интересам реформы в сфере ТКО.

Соответственно, несмотря на то что в РФ в 2019 г. стартовала реформа в сфере обращения с ТКО, данная реформа не в полной мере соответствует № 89-ФЗ "Об отходах производства и потребления", согласно которому в первую очередь необходимо стимулировать сокращение образования ТКО, а затем только увеличивать их долю, направленную на сортировку и переработку.

Согласно же концепции "Zero Waste", сокращение отходов должно начинаться именно на этапе осознанного потребления. А так как структура ТКО, направляемых на захоронение, на 27% по весу и 54,2% по объёму состоит из одноразовой упаковки, которая в свою очередь на 43% по весу и 69% по объёму состоит из пластика [18], решением для минимизации захоронения отходов может стать отказ от одноразовой пластиковой упаковки. Подобные запреты уже введены в некоторых группах стран: так "в Европейском союзе действует Директива об одноразовом пластике, запрещающая вывод на рынок ряд изделий из пластика, а также устанавливающая требование по доле переработанного пластика в упаковке" [19].

В России имеют место отдельные решения органов власти об отказе от одноразового пластика: так в начале 2018 г. вышло распоряжение Комитета по культуре Ленинградской области о запрете использования пластиковой посуды, полиэтиленовых пакетов и упаковки при проведении культурно-массовых мероприятий и в подведомственных комитету государственных учреждениях. Однако разработка комплексной программы постепенного отказа от одноразовых товаров из пластика и упаковки откладывается на 2025 г. При этом "сравнительный анализ функционирования депозитно-возвратной (залоговой) системы управления отходами в странах Европы и Северной Америки, а также проектов, планируемых к внедрению, показывает, что внедрение депозитно-возвратной (залоговой) системы позволит:

1. Возвратить в среднем более 80% тары и тем самым достичь высокого уровня переработки ВМР (практически 99%).
2. Сократить объёмы захоронения отходов до 30% и прекратить загрязнение окружающей среды тарой из-под напитков.
3. Собрать ценные ресурсы (стекло, ПЭТ, жёсть, алюминий, бумага в потребительской упаковке составляет примерно 82%).
4. Стимулировать совершенствование экологических норм.
5. Значительно экономить средства государственных и местных бюджетов, так как во всех странах, где функционирует депозитно-возвратная система, она финансируется участниками системы, включая население.
6. Извлекать доходы от продажи высококачественного сырья.
7. Создавать новые рабочие места.
8. Изменить привычки поведения в обществе и реально создать стимулы привлечения населения к ресурсосбережению" [20].

Выводы. По итогам реализации первого года реформы в сфере ТКО за 2022 г. в Санкт-Петербурге можно сделать вывод, что главный результат первого года реформы в городе – создание работающей системы сбора и транспортировки ТКО с контейнерных площадок. Однако по этому вопросу прослеживается проблема недостаточности у населения информации относительно предварительной подготовки отходов перед их разделным сбором на контейнерных площадках.

Задача следующего этапа реформы в сфере ТКО, которую ставят органы власти города – развитие необходимой инфраструктуры, начиная с мест накопления ТКО. Представляется актуальным прислушаться к мнению экспертов и пересмотреть планы по производству RDF и SRF-топлива, либо необходимо создавать комплексную программу поддержки внедрения RDF и SRF-топлива. Содействовать реализации реформы должна поправка в № 89-ФЗ "Об отходах производства и потребления", призванная способствовать увеличению вовлечения вторичного сырья в хозяйственный оборот, а также единая информационная система по контролю за ТКО.

Однако, на наш взгляд, ключевой задачей города должна стать задача создания комплексного подхода к решению задачи по минимизации захоронения ТКО, включая отказ от одноразовой пластиковой упаковки и возвращение залоговой системы обращения тары.

Список использованных источников

1. Федеральный проект "Комплексная система обращения с твёрдыми коммунальными отходами" (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 N 16). –

https://www.mnr.gov.ru/activity/np_ecology/federalnyy-proekt-kompleksnaya-sistema-obrashcheniya-s-tverdymi-kommunalnymi-otkhodami/.

2. Гаркуша А. Создана система по освоению средств: российская мусорная реформа на фоне войны и санкций. – <https://bellona.ru/2022/11/18/sistema-po-osvoeniyu-sredstv/>.

3. "Об утверждении Территориальной схемы обращения с отходами производства и потребления". Распоряжение КПООС Санкт-Петербурга от 15.06.2022 № 361-р.

4. "Об утверждении Порядка накопления твёрдых коммунальных отходов (в том числе их отдельного накопления) на территории Санкт-Петербурга". Распоряжение Комитета по природопользованию, охране окружающей среды и обеспечению экологической безопасности Санкт-Петербурга от 01.07.2022 № 371-р.

5. Экологические практики в жизни россиян. ВЦИОМ. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/ehkologichnye-praktiki-v-zhizni-rossijan> (дата обращения: 07.04.2023).

6. Путинцева Н.А. Российский и зарубежный опыт формирования экотехнопарков // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 7(96). – С. 499-507.

7. Системная работа даёт результаты: первые итоги года реформы в сфере обращения с отходами в Санкт-Петербурге. 19.01.2023. – <https://spb-neo.ru/o-kompanii/news/sistemnaya-rabota-daet-rezultaty-pervye-itogi-goda-reformy-v-sfere-obrashcheniya-s-otkhodami/><https://www.gov.spb.ru/gov/otrasl/ecology/news/240477/> (дата обращения: 07.04.2023).

8. Путинцева Н.А. Новые решения проблемы коммунальных отходов в Европе / В сборнике: Реализация целей устойчивого развития: европейский и российский опыт. Сборник научных статей по материалам конференции. Под ред. Е.В. Викторовой, 2019. – С. 127-135.

9. Порфирьев Б.Н., Наумова Ю.В. (2018). Утилизация бытовых отходов в мегаполисах: проблемы, технологические решения и перспективы // Проблемы теории и практики управления. – № 9. – С. 30-42.

10. Мюррей П. (2004). Цель – Zero waste: пер. с англ. – М.: Совет Гринпис, 232 с.

11. Путинцева Н.А. Эффективно действующий механизм расширенной ответственности производителя как один из факторов развития экотехнопарков // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 9(98). – С. 971-977.

12. Путинцева Н.А. Ключевые моменты деятельности региональных операторов отрасли обращения с отходами, влияющие на эффективность построения экотехнопарков // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 10(99). – С. 496-502.

13. Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. A new circular economy action plan for a cleaner and more competitive Europe. – URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?qid=1583933814386&uri=COM:2020:98:FIN>.

14. Pforzheimer A., Truelove A. (2021). Trash in America. Moving from Destructive Consumption Towards a ZeroWaste System. U.S. PIRG Education Fund.

15. Паспорт федерального проекта "Экономика замкнутого цикла". – URL: https://news.solidwaste.ru/wp-content/uploads/2022/07/EZTs_pasport.pdf (дата обращения: 02.05.2023).

16. Лебедева М.А. (2022). Барьеры перехода к "Zero Waste" в сфере обращения с твёрдыми коммунальными отходами в регионах СЗФО // Проблемы развития территории. – Т. 26. – № 5. – С. 110-123. – DOI: 10.15838/ptd.2022.5.121.8.

17. Киселев В.А. Вместо "мусорной" реформы нужна "мусорная" революция. – URL: https://www.ng.ru/kartblansh/2021-01-21/3_8063_kartblansh.html (дата обращения: 03.04.2023).

18. Результаты оценки морфологического состава отходов, оставшихся после прохождения сортировки (2021) / Гринпис. – URL: <https://greenpeace.ru/wp-content/uploads/2021/10/npeace-2021.pdf.pdf>.

19. The new EU single-use plastics directive. – URL: https://environment.ec.europa.eu/topics/plastics/single-use-plastics_en (accessed: 12.05.2023).

20. Козырева Н.Н., Грузинов С.С. Зарубежный опыт использования депозитно-возвратной (залоговой) системы управления отходами и его применение в республике Беларусь // Потребительская кооперация. – 2018. – № 1(60). – С. 64-68.

УДК 338.48

A.B.Chernomorets, A.V. Shevchenko

NICHE AND UNIQUE TOURISM PRODUCTS AS A CURRENT TREND IN THE DEVELOPMENT AND BRANDING OF TOURIST DESTINATIONS IN RUSSIAN REGIONS

One of the main trends in the development of the tourism market in modern Russia is the stratification of offers of tourist products. On the one hand, a mass tourism product stands out, suitable for most tourists. On the other hand, niche tourism is being formed, the proposals of which take into account all kinds of features and customer requests. In this area, educational trips, ecological, sports and other types of tourism are becoming increasingly popular. The ability of Russian regions to form unique niche tourism products directly affects their branding, popularity among tourists, and, as a result, the economic efficiency of tourism activities at the territory.

Keywords: niche tourism, mass tourism, tourist destination branding, region.

А.Б.Черноморец¹, А.В.Шевченко²

НИШЕВЫЕ И УНИКАЛЬНЫЕ ТУРИСТСКИЕ ПРОДУКТЫ КАК АКТУАЛЬНЫЙ ТРЕНД РАЗВИТИЯ И БРЕНДИНГА ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ В РЕГИОНАХ РОССИИ

Одним из основных трендов развития туристского рынка в современной России становится расслоение предложений турпродуктов. С одной стороны, выделяется массовый туристский продукт, подходящий большинству туристов. С другой стороны, формируется нишевый туризм, предложения которого учитывают всевозможные особенности и запросы клиентов. В этой области всё большую популярность приобретают образовательные поездки, экологический, спортивный и другие виды туризма. Способность российских регионов формировать уникальные нишевые турпродукты напрямую влияет на их брендинг, популярность среди туристов и, как следствие, экономическую эффективность туристской деятельности территории.

Ключевые слова: нишевый туризм, массовый туризм, брендинг туристской дестинации, регион.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-44-49

Национальная стратегия развития туризма предусматривает расширение предложений по внутреннему туризму, включающее как увеличение числа признанных туристских дестинаций в нашей стране, так и изменение форм и видов предложений туристского продукта. Кроме того, в рамках национальной стратегии планируется улучшение инфраструктуры туристских объектов, развитие сети гостиниц и ресторанов, а также повышение качества обслуживания и безопасности туристов [1].

Важной составляющей развития внутреннего туризма является поддержка малого и среднего бизнеса в сфере туризма, а также продвижение региональных туристских брендов. Целью всех этих мер является увеличение притока туристов в Россию и увеличение показателей внутреннего туризма, что положительно скажется на развитии региональных экономик и повышение благосостояния населения. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 г. предусматривает, среди прочих задач, "сокращение уровня межрегиональной дифференциации в социально-экономическом развитии субъектов Российской Федерации и снижение внутрирегиональ-

¹ Черноморец А.Б., доцент кафедры Управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса, кандидат технических наук, доцент; Северо-Западный институт управления – филиал Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации", г. Санкт-Петербург

Chernomorets A.B., Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality Management, PhD in Technical Sciences, Associate Professor; North-West Institute of Management – branch of Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration", Saint-Petersburg

E-mail: anna.chernomorets@gmail.com

² Шевченко А.В., аспирант; Автономная некоммерческая организация высшего образования "Российский новый университет"

Shevchenko A.V., Postgraduate; Autonomous Noncommercial Institution of Higher Education "Russian New University"

E-mail: a.v.shevchenko1@yandex.ru

ных социально-экономических различий; обеспечение расширения географии и ускорения экономического роста, научно-технологического и инновационного развития Российской Федерации за счёт социально-экономического развития перспективных крупных центров экономического роста Российской Федерации" [2]. Важную роль в решении этих задач отводится туризму как перспективной экономической специализации для таких регионов как Республика Алтай и Алтайский край, Башкортостан, Бурятия, Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкария, Калмыкия, Карачаево-Черкессия, Карелия, Коми, Крым, Марий Эл, Мордовия, Якутия, Северная Осетия – Алания, Татарстан, Удмуртская Республика, Хакасия, Чеченская республика, Чувашская Республика, Камчатский, Красноярский края и др. Многие из указанных в Стратегии регионов никогда ранее не рассматривались как направления для развития массового туризма.

Актуальным трендом развития туристского рынка в современной России становится расслоение предложений турпродуктов. С одной стороны, выделяется массовый туристский продукт, подходящий большинству туристов. С другой стороны, формируется нишевый туризм, предложения которого учитывают всевозможные особенности и запросы клиентов.

Массовый туризм представляет собой поездки с использованием стандартизированных продуктов и услуг, пригодных для широкого круга потребителей, и не учитывающий их индивидуальные запросы. Этот тип туризма ориентирован на широкий спектр потребителей и предлагает минимум индивидуализации участникам поездки. Такие туристы выбирают популярные места, посещают достопримечательности и останавливаются в стандартных отелях по бюджетным ценам. Примерами массового туризма могут служить путешествия на морские и горнолыжные курорты, обзорные экскурсии по городам и природным объектам.

Развитыми дестинациями массового туризма в нашей стране являются Сочи и курорты Краснодарского края, Санкт-Петербург и пригороды, Москва, Кавказские Минеральные Воды и некоторые другие. У этих дестинаций формируется брендинг доступности, который влияет на восприятие туристами самого туристского предложения. Самым востребованным видом отдыха для российских туристов в 2022 г. остаётся отдых на море (57,0%), на втором месте находятся познавательные путешествия [3].

Нишевый туризм представляет собой узкоспециализированный туризм, предназначенный для ограниченной группы потребителей. Этот тип туризма приобретает популярность в России, поскольку путешественники становятся более продвинутыми и хотят больше индивидуального подхода к своим поездкам. Нишевый туризм может включать в себя комбинацию экологического, гастрономического, винного, культурного, медицинского и других видов туризма.

Одним из приоритетных и актуальных вопросов в современной отечественной повестке является проблема комплексного развития территорий [2], создания привлекательных для проживания населённых пунктов, комфортных для жизни, профессиональной и творческой самореализации, причём не только в контексте развития крупных городов и регионов, но и малых населённых пунктов, и сельской местности. Данный вопрос включает в себя несколько важных аспектов, одним из которых является развитие бренда территории.

Бренд территории – это составная часть маркетинга территории, системы комплексного развития определённого территориального объекта, формирования его образа в сознании целевой группы. Бренд территории направлен как на жителей самой территории проживания, так и за пределы территориального образования. Формирование бренда обеспечивает решение нескольких актуальных проблем [4]:

- высокого уровня внутренней миграции населения;
- неравномерного социально-экономического развития территорий;
- отсутствия знаний о региональных объектах культурного и исторического наследия;
- слабого развития инфраструктуры внутреннего туризма;
- низкой инвестиционной привлекательности территории.

Проблема неравномерного социально-экономического развития территорий – также актуальная проблема, которая свойственна большинству регионов и муниципальных образований в России. Уровень жизни, уровень возможностей, цен, заработной платы в разных регионах имеет значительный разброс, в связи с чем невозможно рассуждать о сохранении баланса между различными территориальными образованиями. Так, наглядным примером данной проблемы может явиться ситуация в республике Крым.

Распределение туристско-рекреационных ресурсов по территории Крыма очень неравномерно. Наиболее освоенным с туристской точки зрения являются Южный и Юго-Восточный берег Крыма, на которые приходится более 50% всех санаторно-курортных и гостиничных предприятий республики. Остальные предприятия расположены на Западном берегу – 39%, Восточном – 8% и в глубинных территориях – менее 3%. Наименее освоено в рекреационном плане Восточное побережье и совершенно не освоены побережье Казантипского залива и территория Арабатской стрелки. Примерно 97% предприятий гостеприимства сконцентрированы на узкой трёхкилометровой прибрежной полосе моря. В глубинных территориях (горных и предгорных) размещены преимущественно детские лагеря, туристские базы, обслуживающие туристские маршруты [5].

Очевидно, что туристский спрос отдыха в Крыму обращён, в первую очередь, на курорты Южного и Юго-Восточного берега Крыма, которые имеют вполне сформированные, ещё со времён СССР, бренды – это Ялта, Алушта, Алушка, Левадийский дворец. В то же время, остальной территории полуострова, не менее богатой туристско-рекреационными ресурсами, предстоит преодолеть сложившееся социально-экономическое неравенство с использованием брендинга регионов.

Брендинг регионов, как один из инструментов маркетинга территорий, является эффективным способом формирования определённого имиджа территории, определённого отношения как со стороны самих жителей, так и со стороны гостей и туристов. Зачастую даже среди самих жителей региона отсутствует единое мнение о его туристском потенциале, и они по-разному оценивают его туристскую привлекательность, как, например, в Самарской области [6].

Важно понимать, что брендинг региона включает в себя целый комплекс мероприятий в экономической, социальной и информационной сферах, которые обеспечивают достижение целевых показателей:

- узнаваемость;
- лояльность;
- упоминаемость.

Пример Санкт-Петербурга доказывает, что среди территорий со сформированным брендом эти показатели высоки. Развитие туристского бренда города началось с начала 2000-х годов. Исследователи [7] отмечают, что в те годы город являлся туристским направлением "отложенного спроса", находился в рейтинге ЮНВТО по привлекательности городов мира на 8 месте и имел имидж "криминальной столицы" России. Повторно ехать в Санкт-Петербург туристы не хотели, так как считалось, что можно всё увидеть за одно посещение. Количество туристских прибытий в 1999 г. составило 2,5 млн чел., а в 2003 (в связи с празднованиями 300-летия Санкт-Петербурга) уже 5 млн чел. [7], [8]. Благодаря последовательной, целенаправленной работе по развитию и продвижению бренда города, в 2019 г. туристский поток в Санкт-Петербург составил 10,4 млн чел., из которых иностранные туристы составили 4,9 млн чел., российские – 5,5 млн чел. В 2021 г. турпоток в город составил чуть менее 6 млн чел. [9].

Развитие региона требует формирования единых подходов к пониманию проблем, свойственных различным субъектам и территориальным образованиям. Так, например, через достижение показателей информационного спектра развития бренда территории можно добиться повышения привлекательности локации – от изменения миграции до роста инвестиций в различные объекты на территории. Конечная цель брендинга и маркетинга региона – достижение социально-экономического благополучия его жителей и повышение привлекательности для гостей территории. Именно данные показатели отражают достижение социально-экономической составляющей целевого блока развития бренда региона.

С точки зрения брендинга, регионы как туристские дестинации могут находиться на разных стадиях жизненного цикла:

- разработки;
- внедрения;
- роста;
- зрелости;
- спада [10].

В целом, использование в брендинге дестинации нишевых туристских предложений может оказаться эффективным как на стадиях разработки и внедрения (при формировании стратегии продвижения, для дифференциации от конкурентов и пр.),

так и на стадии спада (когда требуется ребрендинг или вовлечение новых сегментов туристов). Так, Санкт-Петербург, уже занявший стабильное положение как дестинация делового и культурного туризма, в 2021–2022 гг., ощутив спад в туристских прибытиях, начал активное внедрение в свой региональный туристский бренд предложений по нишевому гастрономическому туризму.

Нишевый туризм – это туризм, который ориентирован на определённую целевую аудиторию с учётом её интересов, потребностей и возможностей. В этом случае основной акцент делается на качество отдыха, а не на количество туристов. Это своего рода "уникальный продукт", который отличается от массового туризма.

К нему относятся:

- туры для гурманов, для любителей искусства, для поклонников необычных путешествий, для тех, кто хочет испытать особое приключение;
- уникальные туры (например, туры для влюблённых, туры в честь дня рождения, свадебные туры и т.д.);
- специальные туристские продукты для людей с ограниченными возможностями;
- турпродукты для людей с пищевыми ограничениями – как особенный способ формирования и наполнения туристского предложения;
- туристские предложения для сообществ с определённым кругом интересов – косплееров, реконструкторов, участников профессиональных сообществ.

При этом, в зависимости от типа дестинации, востребованности нишевого продукта целевой аудиторией и вовлечённости в бренд дестинации, нишевые туристские предложения можно систематизировать следующим образом (Табл. 1).

Таблица 1 – Систематизация нишевых туристских предложений

Статус	Массовые дестинации	Уникальные дестинации
Используется в брендинге дестинации	1. Нишевые продукты становятся частью бренда и используются для продвижения дестинации. Пример: Санкт-Петербург – гастрономическая столица России	2. Нишевые продукты являются основой привлечения туристов. Пример: Купание в термальных источниках на Камчатке
Не используется в брендинге дестинации	3. Отдельные нишевые туристские продукты, которые предлагаются туристам в форме экскурсий на месте. Пример: Пантовые ванны на Алтае	4. Узкоспециализированная дестинация, продвигающая отдельно разные виды нишевого туризма. Пример: Старая Ладога как место паломнического туризма и проведения фестивалей реконструкторов

Помимо развития гастрономического туризма в Санкт-Петербурге, когда нишевый продукт становится частью сильного туристского бренда и используется для дополнительного продвижения дестинации на новых рынках (Санкт-Петербург – гастрономическая столица России), нишевые продукты могут самостоятельно являться основой привлечения туристов в случае, если регион достаточно узко специализирован и уникален, как Камчатка. Здесь, термальные источники являются частью бренда, и весь туризм на данной территории будет состоять из нишевых предложений, как путешествие по потухшим вулканам или купание в термальных источниках.

Для того чтобы регион как объект уникального или массового начала мог использовать потенциал нишевых турпродуктов, он должен произвести тщательную "инвентаризацию" своих ресурсов. Так, на Алтае, несмотря на большой поток активного туризма и широкую популярность среди туристов пантовых ванн, не наблюдается их включения в бренд дестинации, что показывает анализ материалов сайта Visit Altai [11]. Также встречаются узкоспециализированные дестинации, продвигающие отдельно разные виды нишевого туризма и не формирующие из них комплексный бренд. Например, Старая Ладога известна как место паломнического туризма, как древняя столица Руси и место проведения фестивалей реконструкторов. При этом восприятие территории в сознании потребителей турпродукта остаётся неясным.

Рассмотрим подробнее преимущества и недостатки использования нишевого туризма для брендинга и продвижения регионов.

Основным преимуществом нишевого туризма является индивидуальный и уникальный подход к каждому клиенту. Такой подход предлагает клиентам более широ-

кий спектр возможностей для выбора и более высокое качество услуг. Нишевый туризм, как правило, положительно влияет на устойчивое развитие территории, так как зачастую является более экологически чистым ("зелёный", этнографический, сельский туризм), а также учитывает правила и общественные нормы конкретной местности и, следовательно, вносит более значительный вклад в местную экономику.

Одним из главных недостатков нишевого туризма является относительно высокая стоимость услуг в случае формирования тура в новую и неразвитую с туристской точки зрения местность. Это может привести к тому, что только небольшая часть туристов сможет позволить себе такие поездки. Кроме того, если территория заранее акцентирует свой брендинг на нишевых форматах, это может ограничить круг её потенциальных туристов и, следовательно, снизить вклад от туризма в экономику региона. Однако, возвращаясь к примеру Санкт-Петербурга, можно наблюдать, что внедрение нишевых предложений в уже стабильно существующий региональный бренд позволяет его усилить и открыть новые возможности.

Другой возможностью преодоления узкой востребованности нишевых турпродуктов является использование "больших данных". Современные цифровые технологии позволяют максимально полно учесть все уникальные запросы и потребности узкого сегмента потребителей, разработать соответствующий туристский продукт, а затем провести рекламную кампанию по продвижению предложений для конкретных целевых групп, добиваясь повышенной маржинальности нишевого турпродукта.

Расслоение предложений туристских продуктов является отражением различий во вкусах, потребностях и финансовых возможностях потребителей. Предприятия туристской индустрии должны учитывать этот тренд и разрабатывать новые туристские продукты, которые будут отвечать потребностям различных категорий потребителей. Брендинг региона – важнейший фактор повышения его привлекательности и привлечения стабильно растущего потока туристов. Использование нишевых и уникальных туристских продуктов на разных стадиях жизненного цикла бренда является актуальным трендом, способствующим как формированию, так и укреплению туристских дестинаций и развитию туризма в регионах России.

Список использованных источников

1. В российской стратегии развития туризма до 2035 г. обновилась цели. Официальный сайт Ассоциации туроператоров России. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58708.html> (дата обращения: 01.06.2023).
2. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/strategicheskoe_planirovanie_prostranstvennogo_razvitiya/strategiya_prostranstvennogo_razvitiya_rossiyskoy_federacii_na_period_do_2025_goda/?ysclid=lim4fo53wo650645187 (дата обращения: 05.06.2023).
3. Кучумов А.В., Тестина Я.С. Новые вызовы индустрии туризма в России в 2022 году // ЭВ. 2022. № 3(30). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-vyzovy-industrii-turizma-v-rossii-v-2022-godu> (дата обращения: 10.06.2023).
4. Позднякова Ж.С., Федько А.А. Проблемы и перспективы брендинга территории // Управление в современных системах. 2019. № 1(21). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-breninga-territorii> (дата обращения: 10.06.2023).
5. Сазонова Г.В., Сидорчук И.Б. Об изменениях в рекреационной отрасли российского Крыма // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2019. № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-izmeneniyah-v-rekreatsionnoy-otrasli-rossiyskogo-kryma> (дата обращения: 10.06.2023).
6. Цветкова И.В. Развитие туризма в контексте региональной идентичности (на примере Самарской области) // Проблемы развития территории. 2019. № 5(103). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turizma-v-kontekste-regionalnoy-identichnosti-na-primere-samarskoj-oblasti> (дата обращения: 10.06.2023).
7. Алмазов Б.Б. Въездной туризм в Санкт-Петербурге: перспективы развития // Известия СПбГЭУ. 2007. № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vezdnoy-turizm-v-sankt-peterburge-perspektivy-razvitiya-1> (дата обращения: 10.06.2023).
8. Кузнецов Ю.В. Развитие туризма в России: опыт Санкт-Петербурга // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2003. № 2(13). – URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-turizma-v-rossii-opyt-sankt-peterburga> (дата обращения: 12.06.2023).

9. Около 6 млн российских туристов посетили Санкт-Петербург в 2021 году. Интерфакс – туризм. [Электронный ресурс]. <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/86013/#:~:text=%D0%92%202019%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D1%83%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%82%D0%BE%D0%BA,%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4%20%D0%B2%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D1%83%20%D0%BB%D1%8E%D0%B1%D0%BE%D0%B3%D0%BE%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0>. (дата обращения: 01.06.2023).

10. Родионова Д.Н. Этапы жизненного цикла туристской услуги и маркетинговые мероприятия, способствующие его увеличению // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 [Электронный ресурс]. – URL: <https://web.snauka.ru/issues/2016/02/63143> (дата обращения: 01.06.2023).

11. Туристический портал Алтайского края [Электронный ресурс]. – URL: <https://visitaltai.info/> (дата обращения: 10.06.2023).

IV. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 338.484

A.V.Zhizhikov, A.L.Zelezinskii,
O.V.ArhipovaLOYALTY PROGRAMS AS A TOOL FOR
THE DEVELOPMENT OF ESG PRACTICES
AT HOSPITALITY ENTERPRISES IN A
MARKET TRANSFORMATION SITUATION

The article is devoted to the consideration of the importance of developing loyalty programs as a tool for the development of ESG practices at a hospitality enterprise. The authors focus on the study of factors of economic instability and market volatility and note that hospitality enterprises are forced to look for new ways to attract and retain customers in order to stand out from competitors and ensure their sustainability and growth. Special attention is paid to the principles of ESG as an integral part of modern business. It is concluded that the integration of ESG practices allows enterprises to increase their attractiveness to investors, improve their reputation and reduce the risks associated with climate change and social problems.

Keywords: tourism and hospitality industry, hotel business, principles of ESG loyalty program, customer engagement.

А.В. Жижиков¹, А.Л.Зелезинский²,
О.В. Архипова³ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ КАК ИН-
СТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ESG-ПРАКТИК НА
ПРЕДПРИЯТИЯХ ГОСТЕПРИИМСТВА В
СИТУАЦИИ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА

Статья посвящена рассмотрению значения разработки программ лояльности как инструмента развития ESG-практик на предприятиях гостеприимства. Авторы акцентируют внимание на исследовании факторов экономической нестабильности и изменчивости рынка и отмечают, что предприятия гостеприимства вынуждены искать новые пути для привлечения и удержания клиентов, чтобы выделяться на фоне конкурентов и обеспечить свою устойчивость и рост. Особое внимание уделено принципам ESG как неотъемлемой части современного бизнеса. Делается вывод о том, что интеграция ESG-практик позволяет предприятиям повысить свою привлекательность для инвесторов, улучшить свою репутацию и снизить риски, связанные с изменениями климата и социальными проблемами.

Ключевые слова: индустрия туризма и гостеприимства, гостиничный бизнес, принципы ESG программы лояльности, привлечение клиентов.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-50-55

Introduction. In the modern world, hotel companies face a number of challenges and transformations related to changes in the market and social requirements for sustainability and responsibility. In conditions of economic instability, growing consumer awareness and growing interest in the principles of ESG, it becomes important for hotel companies to develop and implement appropriate practices in their activities.

The relevance of issues related to the development of loyalty programs as a tool for the

¹ Жижиков А.В., аспирант кафедры менеджмента и маркетинга; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Zhizhikov A.V., Postgraduate of the Department of Management and Marketing; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University)", Saint-Petersburg
E-mail: Zh.Artem@gmail.com

² Зелезинский А.Л., доцент кафедры менеджмента и маркетинга, кандидат педагогических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Zelezinskii A.L., Associate Professor of the Department of Management and Marketing, PhD in pedagogics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Institute of Technology (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: uchposob@yandex.ru

³ Архипова О.В., профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, доктор философских наук, доцент; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Arhipova O.V., Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business, Doctor of Philosophy, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: olva@list.ru

development of ESG practices is undeniable in the light of modern requirements faced by hotel companies.

Firstly, economic instability and market volatility create uncertainty and increased competition in the hotel industry. Hospitality companies are forced to look for new ways to attract and retain customers in order to stand out from competitors and ensure their sustainability and growth.

Secondly, modern clients are becoming more conscious and demanding, they pay more attention to the principles of sustainability, responsibility and social justice. Customers want to be sure that their choice of product or service meets the high standards of the environment and social responsibility.

Thirdly, ESG principles have become an integral part of modern business. Companies, including hotel companies, are aware of the importance of taking into account environmental, social and corporate aspects in their activities. The integration of ESG practices allows enterprises to increase their attractiveness to investors, improve their reputation and reduce the risks associated with climate change and social problems.

The main trends in the development of loyalty as an ESG practice tool. In recent years, the global commitment to sustainable development has become an integral part of society and an important component of the socio-economic development of countries. In response to changing conditions and customer needs, enterprises are guided by the principles of environmental, social and managerial responsibility (ESG):

E – Environment (attentive attitude to the environment).

S – Social (social responsibility).

G – Governance (responsible corporate governance) [1].

Environmental and social issues became relevant at the end of the XX century, when the consequences of the adverse impact of human activity on the environment and society became clear. This provoked the formation of the concept of sustainable development, which is based on a balance of economic, environmental and social aspects [2].

Sustainable development and ESG are the growing trends of recent years in business and society. In 2021, this agenda has become an absolute focus for business, moving from the category of discussions and experiments to the plane of real communications and strategies. Interest in the agenda is confirmed by the growth of advertising budgets for environmental and social campaigns, the emergence of new specialized conferences, as well as the dynamics of queries on the topic in search engines [3].

Consumers are also increasingly interested in sustainable development topics. According to a global Dentsu Institute study by the end of 2021, consumers know and understand the key terms of sustainable development [4].

Drivers of the development of ESG practices in the hotel business. In the hospitality industry, attention to ESG factors began with awareness of the impact of the hotel business on the environment and social aspects. The development of this direction was stimulated by a number of factors:

1. Growing environmental awareness. With the development of the environmental movement and the increasing public awareness of the importance of preserving the environment, hotel companies began to realize their role in environmental problems and the need for a sustainable approach.

2. Consumer demand. Modern travelers are increasingly paying attention to the environmental and social responsibility of hotel enterprises. Responsible behavior of companies in relation to the environment and society can be an important factor in choosing a hotel for many customers.

3. Competitive advantage. The introduction of ESG practices can bring competitive advantages to hotel companies, including reducing operating costs, increasing customer loyalty and attracting new markets.

In recent years, hotel companies have been actively implementing sustainable development practices, including energy efficiency, waste management, social responsibility and other aspects of ESG.

The role of ESG factors in increasing brand loyalty of a hotel company. Loyalty can be considered as an important tool within the framework of ESG practices. It is the result of successful integration and application of ESG principles in the organization's activities. Loyalty plays an important role in the development of ESG in several areas:

1) Investment Loyalty: Investors can be loyal to companies that adhere to high ESG standards and demonstrate sustainable development and social responsibility. They may prefer to invest in such companies because they consider them more sustainable in the long run and potentially more profitable.

2) Consumer loyalty: Consumers increasingly prefer brands that demonstrate environmental frequency, social issues and ethical practices. Active implementation of ESG practices by companies, for example, the use of environmentally friendly materials, taking into account the needs of local communities and ensuring fair working conditions, increases consumer loyalty.

3) Employee Loyalty: Employees can be loyal to companies that maintain high ESG standards and provide a favorable working environment. Companies that actively take care of their employees and ensure equal opportunities, development and participation in decision-making can attract and retain the best employees, as well as increase efficiency and productivity.

A marketing strategy based on ESG principles gives brands a competitive advantage as a sustainable positioning. Focusing marketing efforts on strategies for the sustainable development of the organization and effective storytelling can help increase brand loyalty and its value. Sustainability marketing strives for a balance between economic benefits, benefits for society and nature. The importance of sustainability marketing is demonstrated, first, by consumer demand. 91% of respondents to the joint Dentsu and Microsoft Advertising survey replied that they would like brands to demonstrate more clearly that they are making positive choices about the planet and, in general, the environment on it. More than a third of respondents (77%) say that in the next 5 years they will buy only responsible and "green" brands [5].

Sustainability marketing, which includes communication and promotion of sustainable practices and values, can strengthen a company's reputation in the eyes of consumers. When a company clearly demonstrates its commitment to sustainability, consumers who share these values can become more loyal to the brand. Customer loyalty, in turn, can lead to increased sales, repeat purchases and positive recommendations.

ESG can attract new consumers who are actively looking for companies that match their sustainable values. Raising awareness about the sustainable aspects of the brand and products can lead to attracting a new target audience, expanding the market and increasing the company's market share.

Thus, ESG positioning means using marketing tools of sustainable development to create and strengthen the image of an organization or product based on its association with aspects of sustainable development, thereby forming a brand in the minds of the market and consumers.

Features of the development and implementation of loyalty programs in the hotel business. One of the priorities of maintaining customer loyalty is the development and implementation of appropriate loyalty programs. Loyalty programs are designed to motivate repeat purchases by providing rewards to customers based on their long-term relationship with the organization.

Loyalty programs in the hospitality industry have their own characteristics. The main purpose of loyalty in hotels is to organize long-term relationships with guests. The three key elements in creating such a program are benefits, benefits and pleasure. Advantages are additional features provided by the hotel during your stay. The benefit is considered an attractive condition for regular guests. Pleasure is the development of emotional involvement and trust [6].

Currently, there are a number of loyalty programs. Programs are classified:

1) by the number of participants:

Individual loyalty programs: programs that companies develop to attract and retain customers. These programs are unique and specially designed taking into account the characteristics and goals of a particular company;

coalition (partner) loyalty programs: involve the joint work of two or more companies in order to provide additional benefits and rewards to their customers. As part of such programs, customers can accumulate and use bonuses, discounts and other benefits when purchasing goods and services from partner companies.

2) depending on the benefits received:

Price programs: participants receive discounts on purchases or earn bonus points that can be used for future purchases or services (see the table);

non-price programs: programs aimed at establishing a strong connection with the consumer in the long term due to the emotional and social benefits of interacting with the brand.

3) by the presence/absence of entry barriers or conditions:

open: programs in which anyone can easily register without restrictions or conditions;

closed: programs that can be joined only by invitation of existing members or organizations.

These are general categories of loyalty programs, and companies can combine various aspects to create unique and customizable programs according to their needs and strategies [7].

Price loyalty programs are aimed at changing customer loyalty behavior, while non-price loyalty programs are aimed at forming emotional loyalty to the hotel brand. Brand loyalty appeals to the emotions and feelings of consumers. When customers feel emotionally attached to a company, they move to that company without considering the offers of other companies.

Table – The main characteristics of consumer loyalty programs involving material benefits for the client

Types of loyalty programs	Program characteristics	Negative aspects for the company
Discount loyalty program	It focuses on providing the customer with benefits in the form of a refund of part of the paid value of the goods at the time of purchase. Discount programs come with fixed discounts and differentiated, as well as cumulative discounts	Due to price discounts, it is difficult to form a group of truly brand-committed customers: there will always be a competitor who will offer a lower price
Cumulative discount programs	The benefit is not a fixed and unchangeable amount that does not depend on the customer's purchasing activity: it directly depends on how often and for what amount the consumer made previous purchases and reservations	Quite high maintenance costs and updating of the customer base
Bonus programs	When making a purchase, the consumer gains some points (points / bonuses / miles). When accumulating a certain number of points, the consumer gets the right to exchange them for a certain product or service. The more bonuses a consumer gets, the more expensive a gift he can purchase. The consumer gets not only a material benefit (an additional product or service), but also an emotional one – in the form of participation in the game and receiving the coveted prize	Non-standard solutions that require additional costs on the part of the company
Cashback	Cashback is a discount in the form of a refund of part of the purchase price to the card. Cashback is a new generation loyalty program. This can be a refund of bonuses to a virtual card, or maybe money to a bank card. The percentage of cashback may vary, some companies offer higher rates than others. Bonuses can be used to pay up to 100% of the cost of goods or services, depending on the conditions of the company	Does not cause consumer confidence, high competition among similar programs

It is possible to note the positive results that can be brought by loyalty programs of hotel enterprises, such as:

- the cost of retaining a regular guest is several times lower than that of attracting a "new" client;
- the loyalty program increases not only the number of room occupancy, but also the amount of sales of additional hotel services;

- a competently designed loyalty program works to establish a positive image of the hotel;
- increasing the profit that the loyalty program brings, which contributes not only to attracting customers, but also to retaining them for a long period.

Working with the loyalty program allows the hotel to form its customer base taking into account requests and preferences, which means it can react faster to their changes [8].

Customer loyalty is the key to the success of the company's future development goals. When forming customer satisfaction, hotel companies should focus on ensuring that guests have a positive impression of the services provided.

Identification of approaches to the formation of a loyalty program as a tool for the development of ESG practices. Currently, ESG positioning has become a key aspect in the business environment. Hotels are aware that taking into account environmental, social and managerial factors can have a significant impact on their long-term value and brand. A marketing strategy based on ESG principles provides the brand with a competitive advantage in achieving sustainable positioning. Focusing marketing efforts on the organization's sustainable development strategies and effectively communicating this to consumers will help strengthen brand loyalty and its value.

The strategic goal of the hotel is brand sustainability, i.e. all marketing activities should be aimed at meeting demand in such a way as to increase public goods, protect and improve natural resources for future generations. This trend is gaining momentum from the point of view of "conscious consumption", it is important for a new generation of service consumers to know how much the organization is concerned about global problems of the world. Such a new type of consumer with an active lifestyle makes up a large part of the target audience of hotels [9].

When integrating ESG aspects into the marketing strategy of a hotel company, the following steps should be considered:

1. Audit of brand values. Values underlie the brand of any organization and are especially important when defining and forming views on ESG. Based on the above, it is necessary to create and formulate values that will be authentic and organic for the organization.

2. Mission analysis. It is necessary to create a mission that reflects the principles of ESG, and can also form commitment and loyalty to the hotel.

3. Formulation of strategic goals. At this stage, it is necessary to develop a vision and a marketing plan that reflects the elements of corporate social responsibility and the vector of the organization's brand strategy to achieve ESG goals.

4. Creation of a special loyalty program. The creation of the program is one of the main tools of ESG, as the hotel can demonstrate its responsibility to society and the environment by considering its activities taking into account important aspects of society and the environment and striving for positive changes.

The creation of a loyalty program is an integral part of the development of the hotel brand. The loyalty program, based on ESG principles, promotes the demonstration of commitment to sustainable development and responsibility for environmental, social and managerial aspects.

A loyalty program based on the principles of environmental sustainability, social responsibility and resource management may include various levels of guest engagement in sustainable development initiatives. Let 's imagine variants of such levels:

1. The initial level of the program, at which the guest will receive the following privileges:

- getting bonus points for accommodation and use of additional services at the hotel;
- online lessons where guests can learn more about sustainable development, such as waste sorting, energy conservation or conscious consumption;
- access to exclusive discounts and hotel offers;
- rewards for basic sustainable development practices, such as the reuse of towels, bathrobes and bed linen;
- closed newsletter from the hotel regarding the events held by the hotel, partners in the field of sustainable development.

2. Advanced level, offering all the privileges of the first level, as well as additional benefits to guests who actively participate in sustainable development initiatives and are increasingly staying at the hotel:

- increased cashback of bonus points. These points can be exchanged for free nights, room upgrades and other benefits of the loyalty program;
- access to events organized by the hotel;

- special discounts on additional services of the hotel and partners;
- priority service;
- early check-in and late check-out (at the discretion of the hotel);
- special educational and cultural events, such as lectures, seminars and tastings to deepen their knowledge and experience in the field of sustainable development and cultural heritage.

3. A high level in the program, assuming all the privileges of the first and second levels, as well as:

- room category upgrade;
- breakfast as a gift;
- flexible cancellation conditions, change of dates of stay, etc.;
- voucher for free laundry service;
- exclusive privileges, including VIP service;
- the opportunity to participate in environmental projects organized by the hotel;
- free dinner at the hotel with a special menu of farm products;
- the opportunity to give a higher status to the person you have chosen;
- opportunity to influence the sustainability strategy: guests will be invited to private consultations and discussions where they will be able to share their ideas and suggestions for improving the sustainability strategy of the hotel.

The introduction of a special loyalty program, taking into account the ESG strategy, is an important and positive step towards achieving success and long-term sustainability of hospitality enterprises. By offering special offers, discounts and bonuses, the hotel will be able to build long-term relationships with its regular guests and strengthen communication with customers. At the same time, the integration of ESG practices allows enterprises to increase their attractiveness to investors, improve their reputation and reduce the risks associated with climate change and social problems.

References

1. Доклад "ESG (Environmental, Social, Governance): основные понятия и опыт регулирования" // URL: https://www.nifi.ru/images/FILES/Reports/НИФИ_Экологические_социальные_управленческие_факторы_ESG.pdf (дата обращения: 16.06.2023).
2. Кабир Л.С. Социально ответственное инвестирование: тренд или временное явление? / Л.С. Кабир // Экономика. Налоги. Право. – 2017. – No 4. – С. 35-41.
3. Декларация от 25 сентября 2018 года: Преобразование нашего мира: Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года // URL: <https://docs.cntd.ru/document/420355765> (дата обращения: 15.07.2023).
4. Global Investors for Sustainable Development Alliance // GISD URL: <https://www.un.org/esa/ffd/wp-content/uploads/2019/10/GISD-1015.pdf> (дата обращения: 15.07.2023).
5. ESG and the Role of HR [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://media.squirepattonboggs.com/pdf/labour-and-employment/ESG-and-the-Role-f-HR.pdf>.
6. Фокин М.В. Всё о программах лояльности отеля – обзоры, лучшие практики и рекомендации. – URL: <https://ngmsys.com/review/hotel-loyalty-programs-review> (дата обращения: 10.06.2023).
7. Кабанов А.А. Совершенствование управления сферой гостиничных услуг на основе повышения лояльности клиентов: Дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / А.А. Кабанов. – М., 2017. – 159 с.
8. Барило Л.В., Возможности повышения конкурентоспособности индустрии гостеприимства региона / Новые модели социально-экономического развития экономических систем: сборник статей по итогам межд. науч.-практ. конф. (Саратов, 10 декабря 2019 г.). – Стерлитамак: АМИ, 2019. – С. 15-17.
9. ESG: что это такое, в чём его отличие от КСО и почему об этом важно знать пиарщику [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/305846-esg-cto-eto-takoe-v-chem-ego-otlichie-ot-kso-i-pochemu-ob-etom-vazhno-znat-piarschiku> (дата обращения: 01.08.2023).

УДК 332.1

M.A. Liubarskaia, I.B. Roganovich

COOPERATION OF STAKEHOLDERS AS A KEY TO SUCCESS IN INVESTING IN HOTEL INFRASTRUCTURE OF THE REGION

The article substantiates the relevance of the search for new approaches to organizing the process of investing in the development of the regional hotel infrastructure. Based on the analysis of statistical data, the authors show that the profitability of the hotel business is highly volatile, and the index of entrepreneurial confidence in the service sector is currently taking negative values. All these factors form the low investment attractiveness of the hotel infrastructure in the regions. As a method of expanding investment opportunities, the authors propose to combine the efforts of stakeholders, which include hotel business owners, regional authorities, financial institutions and private entrepreneurs from related fields of activity. The study is based on a combination of deductive approach, analysis of statistical data and expert assessments. As a theoretical significance of the study, it should be noted the identification of cause-and-effect relationships between the development of the hotel infrastructure and the socio-economic development of the region. Of practical interest are recommendations on the implementation of joint investment projects by interested parties.

Keywords: hospitality industry, region, infrastructure, investment, collective accommodation facility.

M.A. Любарская¹, И.Б.Роганович²**СОТРУДНИЧЕСТВО ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН КАК ЗАЛОГ УСПЕХА ПРИ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ГОСТИНИЧНУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ РЕГИОНА**

В статье обосновывается актуальность поиска новых подходов к организации процесса инвестирования в развитие региональной гостиничной инфраструктуры. На основе анализа статистических данных авторы показывают, что доходность гостиничного бизнеса имеет высокую волатильность, а индекс предпринимательской уверенности в сфере услуг принимает в настоящее время отрицательные значения. Все эти факторы формируют низкую инвестиционную привлекательность гостиничной инфраструктуры в регионах. В качестве метода расширения инвестиционных возможностей авторы предлагают объединение усилий заинтересованных сторон, в число которых входят владельцы гостиничного бизнеса, региональные органы власти, финансовые институты и частные предприниматели из сопряжённых сфер деятельности. Исследование построено на комбинации дедуктивного подхода, анализа статистических данных и экспертных оценок. В качестве теоретической значимости исследования выступает выявление причинно-следственных связей развития гостиничной инфраструктуры и социально-экономического развития региона. Практический интерес представляют рекомендации по реализации совместных инвестиционных проектов заинтересованными сторонами.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, регион, инфраструктура, инвестиции, коллективное средство размещения.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-56-60

Индустрия гостеприимства, как показывают результаты современных исследований, особенно остро реагирует на различные виды кризисов [12]–[14]. В периоды нестабильности сокращается количество путешествий с рекреационными и деловыми целями, что приводит к снижению спроса на гостиницы. Череда кризисных явлений последних нескольких лет, связанных с пандемией коронавируса и изменением геополитической ситу-

¹ Любарская М.А., профессор кафедры государственного и территориального управления, доктор экономических наук, профессор; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Liubarskaia M.A., Professor of the Department of State and Territorial Administration, Doctor of Economics, Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: liubarskaya@mail.ru

² Роганович И.Б., аспирант; Автономная некоммерческая организация высшего образования "Российский новый университет"

Roganovich I.B., Postgraduate; Autonomous Noncommercial Institution of Higher Education "Russian New University"
E-mail: igor.roganovich@gmail.com

ации, оказала существенное негативное влияние на инвестиционную привлекательность российского гостиничного бизнеса, но при этом потребность в инвестициях в данной сфере продолжает расти в связи с оживлением деловой активности в отдельных субъектах Российской Федерации и сосредоточением турпотоков на внутренних направлениях. Как отмечают А.А. Понедельник, Н.Н. Яшалова, Н.В. Соковнина и Д.А. Рубан, "проблема привлечения инвестиций в эту сферу экономической деятельности является одной из важных как для бизнес-сообщества, так и для органов государственного управления" [8. С. 121]. В данных обстоятельствах исследования на тему совершенствования методов и инструментов предоставления услуг гостеприимства в российских регионах и инвестирования в развитие региональной гостиничной инфраструктуры становятся всё более актуальными.

Выбор методологии исследования является важным этапом, на котором определяется его философия, подходы, методы и инструменты. Данное исследование соединяет в себе две философские концепции – позитивистскую и феноменологическую. В рамках первой существенным элементом является сбор и анализ статистических данных, а вторая использует в качестве методов экспертные оценки и анализ авторских публикаций. Поиск публикаций проводился по российским и международным базам, что позволило изучить спектр мнений учёных из разных стран. Затем, на основе применения дедуктивного подхода, авторы формируют логические выводы о связи региональной социально-экономического развития с развитием гостиничной инфраструктуры, как важного государственного приоритета, формирующего основу для становления внутреннего туризма и повышения деловой активности в регионе.

В научной литературе отсутствует единый подход к определению понятия "гостиничная инфраструктура", хотя целый ряд авторов использует этот термин в названии своих научных статей [3], [10], [11]. Обобщая изученный по данной теме материал, можно сформулировать, что под региональной гостиничной инфраструктурой следует понимать находящиеся на определённой территории коллективные средства размещения различной разрядности ("звёздности") и различного формата. К связанным с гостиничной инфраструктурой объектам можно отнести предприятия общественного питания (рестораны, кафе), сферы услуг и развлечений, а также конференц-объекты, торговые точки, находящиеся непосредственно в одном здании с гостиницей. Это позволяет говорить о влиянии гостиниц на развитие сопутствующих видов бизнеса, в которые включают не только перечисленные выше, но и предприятия сферы туризма, транспорта, культуры.

Финансовая устойчивость гостиничного бизнеса зависит от уровня его доходности и доступности инвестиционных ресурсов для расширения инфраструктуры и спектра объектов и услуг в сфере гостеприимства [9. С. 5]. Анализ динамики доходности коллективных средств размещения на основе открытых данных, представленных на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики [2], [5], показывает, что в период с 2015 по 2022 г. наблюдалась относительно высокая волатильность (Табл. 1).

Таблица 1 – Доходность коллективных средств размещения в целом по Российской Федерации и отдельным федеральным округам в приведённых ценах 2015 г., млн руб.

Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ИПЦ	100%	105,	108%	113%	116%	122%	132%	148%
РФ	258 590	377 130	400 160	497 928	493 427	298 606	340 362	458 466
ЦФО	76 260	101 532	112 224	180 506	165 510	76 247	107 958	108 264
СЗФО	31 092	45 782	51 243	63 724	62 694	28 984	43 575	59 074
ЮФО	62 707	95 340	108 395	112 270	119 074	109 685	149 422	136 921
СКФО	20 184	24 348	22 131	22 925	23 922	14 433	22 456	30 291
ПФО	30 332	47 927	41 466	48 176	49 468	29 169	42 589	48 998
УФО	13 585	22 317	20 323	24 909	25 270	13 934	19 973	25 874
ДФО	7 316	13 480	17 498	17 608	16 874	9 530	13 514	15 929

Условные обозначения:

ИПЦ – Индекс потребительских цен, который определяется как отношение цен в текущем году к ценам базового года и используется в Российской Федерации в качестве одного из основных показателей инфляции;

РФ – доходность коллективных средств размещения в целом по Российской Федерации за соответствующий год;

ЦФО – доходность коллективных средств размещения в целом по Центральному федеральному округу за соответствующий год;

СЗФО – доходность коллективных средств размещения в целом по Северо-Западному федеральному округу за соответствующий год;

ЮФО – доходность коллективных средств размещения в целом по Южному федеральному округу за соответствующий год;

СКФО – доходность коллективных средств размещения в целом по Северо-Кавказскому федеральному округу за соответствующий год;

ПФО – доходность коллективных средств размещения в целом по Приволжскому федеральному округу за соответствующий год;

УФО – доходность коллективных средств размещения в целом по Уральскому федеральному округу за соответствующий год;

ДФО – доходность коллективных средств размещения в целом по Дальневосточному федеральному округу за соответствующий год.

Анализ Табл. 1 показывает, что пик доходности по всем регионам Российской Федерации приходится на период с 2016 по 2018 г., а 2019 и 2020 г. характеризуются резким спадом. В настоящее время происходит постепенный рост показателей, поскольку увеличивается туристский поток внутри страны. Самыми развитыми в части количества мест в коллективных средствах размещения и их доходности являются Центральный и Южный федеральные округа. Для дальнейшего увеличения доходности необходима активизация предпринимательской деятельности и рост инвестиций в регионы. Вместе с тем, индекс предпринимательской уверенности в сфере услуг в Российской Федерации, согласно официальной статистике [7] и реальной ситуации, показывает отрицательные значения, начиная с 2015 г., за редким исключением в отдельных кварталах 2017, 2018, 2019 и 2021 г. (Табл. 2).

Таблица 2 – Индекс предпринимательской уверенности в сфере услуг в целом по Российской Федерации в 2015–2022 гг.

Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
I кв.	-12	-14	-10	-7	-8	-8	-8	-7
II кв.	-1	-1	1	3	1	-40	3	-7
III кв.	-3	-2	0	1	1	-9	-1	-4
IV кв.	-11	-10	-7	-7	-6	-19	-10	-9

Условные обозначения:

ИПУ – Индекс предпринимательской уверенности, который рассчитывается как среднее арифметическое значение балансов оценок фактического изменения спроса на услуги, экономического положения организаций в текущем квартале по сравнению с предыдущим кварталом, а также ожидаемого изменения спроса на услуги в следующем квартале (в процентах).

В научной литературе, посвящённой изучению эффективности гостиничного бизнеса, определению потребностей в инвестициях в различные периоды уделялось мало внимания. Другие характеристики гостиниц, такие как локация, тип клиентов или спектр предоставляемых услуг, рассмотрены более подробно. В то же время, классические труды по экономике фирмы говорят нам о том, что периоды функционирования с пониженными доходами порождают острую потребность в финансовых ресурсах у всех видов бизнеса [4]. Это связано с тем, что необходимо покрывать операционные расходы. Гостиничный бизнес здесь не является исключением, а скорее, показывает ещё большую долю регулярных постоянных расходов, идущих на обслуживание здания и оборудования, оплату труда персонала. С уходом с российского рынка услуг гостеприимства крупных международных игроков и снижением индекса предпринимательской уверенности найти инвесторов в развитие региональной гостиничной инфраструктуры становится довольно проблематично. Часть проблем могла бы быть решена, если бы представители бизнеса имели доступ к банковским кредитам и/или финансовые рынки функционировали должным образом, обеспечивая эти фирмы необходимыми финансовыми ресурсами для выживания. Но из-за действия кризисов, вызванных пандемией COVID-19 и изменением геополитической ситуации, российская банковская система и финансовые рынки до сих пор находятся в сложной ситуации.

Пандемия коронавируса также выдвинула на первый план необходимость автоматизации и цифровизации процессов в гостиничном бизнесе [14], а также повысила требования к эпидемиологической безопасности коллективных средств размещения, включая распространение бесконтактных технологий [13]. При этом уровень технического оснащения остаётся на довольно низком уровне, а состояние номерного фонда большей части российских гостиниц не удовлетворяет требования потребителей, привыкших к высоким мировым стандартам. Для сохранения и расширения клиентской базы необходимо осуществление масштабных финансовых вложений.

На основе исторического и международного опыта, представляется логичным искать выход в консолидации усилий различных заинтересованных сторон. Среди заинтере-

ресованных сторон в инвестировании в региональную гостиничную инфраструктуру можно выделить владельцев гостиничного бизнеса, региональные органы власти, финансовые институты и частных предпринимателей (Рис. 1).



Рис. 1 – Заинтересованные стороны (стейкхолдеры) развития региональной гостиничной инфраструктуры (составлено авторами)

Целый ряд исследователей отмечает тесную взаимосвязь между развитием гостиничной инфраструктуры и региональным социально-экономическим развитием. Схематично взаимное влияние этих двух процессов представлено на Рис. 2.



Рис. 2 – Взаимное влияние регионального социально-экономического развития и развития гостиничной инфраструктуры (составлено авторами)

Совершенствование региональной гостиничной инфраструктуры является своего рода двигателем социально-экономического развития на данной территории, так как формирует локацию, привлекательную для путешествий с деловыми и рекреационными целями [1. С. 43]. В таких локациях в полной мере может быть использован потенциал местных сообществ, для которых открываются перспективы культурного обмена, создаются новые места приложения труда и возможности для открытия сопутствующего бизнеса [6. С. 63]. Помимо местных сообществ, территория с развитой гостиничной инфраструктурой и туризмом притягивает и предпринимателей из других регионов, начинающих новый бизнес или создающих филиалы уже действующих предприятий. В итоге в региональный бюджет поступает больше налогов, снижается уровень безработицы и преступности, улучшается инвестиционный климат, развивается транспортная сеть. Региональные органы власти получают возможность стать участниками проектов государственно-частного партнёрства. Финансовые институты более открыты к финансированию проектов с государственным участием или государственными гарантиями, так как видят в них возможность инвестиций с пониженными рисками.

Таким образом, подводя итог, выделим особенности современного периода развития региональной гостиничной инфраструктуры. Этот период характеризуется высокой потребностью в инвестиционных ресурсах, так как многие существующие региональные гостиничные комплексы нуждаются в ремонте, модернизации или проходят через этап

смены собственников. Пандемия коронавируса выдвинула повышенные требования к эпидемиологической безопасности, а всеобщая цифровизация – к технической оснащённости коллективных средств размещения, что также требует дополнительных вложений. Отрицательный индекс предпринимательской уверенности в российской сфере услуг и сложная ситуация в банковском секторе снижают инвестиционные возможности гостиничного бизнеса. Выход необходимо искать в объединении усилий всех заинтересованных сторон, включая региональные органы власти, которые могут в прямом и переносном смысле стать гарантами успеха проектов развития региональной гостиничной инфраструктуры.

Список использованных источников

1. Герчикова Е.З. Развитие организационных систем управления в индустрии гостеприимства на региональном уровне // Вестник СГСЭУ. – 2019. – № 4(78). – С. 42-46.
2. Индекс потребительских цен. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // Электронный ресурс. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/price> (дата обращения: 25.05.2023).
3. Карчевская Е.Н. Анализ развития гостиничной инфраструктуры Гомельского региона // Вестник гомельского государственного технического университета имени П.О. Сухого. – 2004. – № 4(19). – С. 15-19.
4. Клейнер Г.Б. Управление современным предприятием на основе интеллектуальной теории фирмы // Экономическое возрождение России. – 2022. – № 1(71). – С. 31-38.
5. Коллективные средства размещения. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // Электронный ресурс. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 25.05.2023).
6. Любарская М.А., Черноморец А.Б. Интегрированный подход к развитию туристских экосистем в регионах России // Экономический вектор. – 2023. – № 1(32). – С. 61-66.
7. Опережающие индикаторы по видам экономической деятельности. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики // Электронный ресурс. – URL: https://rosstat.gov.ru/statistics/eading_indicators (дата обращения: 25.05.2023).
8. Понедельник А.А., Яшалова Н.Н., Соковнина Н.В., Рубан Д.А. Инвестиционный образ гостиничного хозяйства в электронном пространстве (на примере крупных городов юга России) // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2018. – Т. 1. – № 14. – С. 121-136.
9. Рубан Д.А. Сопряжённость притока инвестиций в гостинично-ресторанный бизнес крупных регионов юга России // Вестник Таганрогского института управления и экономики. – 2020. – № 1. – С. 3-8.
10. Рыкун Г.Н. Современное состояние и тенденции развития гостиничной инфраструктуры на КМВ // Вестник экспертного совета. – 2017. – № 2(9). – С. 126-136.
11. Шайхетдинова Л.А., Ухина Т.В. Капсульные отели как развивающийся элемент гостиничной инфраструктуры // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2021. – Т. 15. – № 1. – С. 109-116.
12. Crespi-Cladera R., Martin-Oliver A., Pascual-Fuster B. Financial distress in the hospitality industry during COVID-19 disaster // *Tourism Management*. – 2021. – Vol. 85. – P. 104-110.
13. Hao F., Xiao Q., Chon K. COVID-19 and China's Hotel Industry: Impacts, a Disaster Management Framework, and Post-Pandemic Agenda // *International Journal of Hospitality Management*. – 2020. – Vol. 90. – P. 10-26.
14. Sanabria-Diaz J.M., Aguiar-Quintana T., Araujo-Cabrera Y. Public strategies to rescue the hospitality industry following the impact of COVID-19: A case study of the European Union // *International Journal of Hospitality Management*. – 2021. – Vol. 97. – P. 102-111.

УДК 338.46

M.G. Talisman

DENTTECH: DIGITAL TRANSFORMATION OF THE DENTAL SERVICES MARKET

This article presents results of the analysis of the market of dental services. The current level of digital transformation of this market is analyzed in detail. The trend of development of this direction in the market of private dental services is indicated. The difference between the established concept of digital dentistry and DentTech is established. Examples of the results of the digital transformation of the industry in related industries are given.

Keywords: digital transformation; dentistry; DentTech; private medicine.

М.Г.Талисман¹**DENTTECH: ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ УСЛУГ**

В статье приведены результаты анализа рынка стоматологических услуг. Подробно разобран нынешний уровень цифровой трансформации этого рынка. Обозначен тренд развития этого направления на рынке частных стоматологических услуг. Разобрана разница между устоявшимся понятием цифровой стоматологии и DentTech. Приведены примеры результатов цифровой трансформации индустрии из смежных индустрий.

Ключевые слова: цифровая трансформация; стоматология; Denttech; частная медицина.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-61-67

Введение. В настоящее время предприятия во всех сферах экономики переходят к цифровой модели организации своей деятельности [1]–[5]. Этот переход охватывает технологические, организационные и маркетинговые аспекты функционирования компаний, что ведёт к возникновению принципиально новых бизнес-моделей, позволяющих создавать дополнительную ценность для потребителей и значительно повышать эффективность фирм [6]–[8]. Эти изменения затронули все отрасли экономики, включая и те, где преобладает физический капитал, а производственные процессы носят материальный характер [9]–[11]. Более того, цифровая трансформация происходит и в других сферах жизни общества (государственное управление [12], [13], самоорганизация потребителей [14] и т.д.), что позволяет говорить о её универсальном характере [15], [16]. Таким образом, большое значение имеет выявление тенденций и разработка инструментов проведения цифровой трансформации для предприятий различных отраслей [17].

Отметим, что происходящие цифровые преобразования затронули и сферу медицины, что привело к возникновению термина HealthTech (который описывает предоставление медицинских услуг на основе передовых цифровых технологий) [18]. Однако в медицине существует множество направлений, и их специфику надо учитывать при проведении цифровой трансформации. В предлагаемой работе мы опишем особенности перехода к цифровым бизнес-моделям на рынке стоматологических услуг, а также современное состояние использования цифровых технологий стоматологическими клиниками в России.

Анализ рынка стоматологических услуг. Отметим, что уже несколько лет в индустрии используется термин "цифровая стоматология". Он характеризует частную клинику, которая использует цифровые технологии в оказании услуг. Например, помимо обычного осмотра полости рта врачом в цифровой стоматологии также проводится сканирование специальной аппаратурой, которая создаёт 3D модель полости рта и сама анализирует её на наличие дефектов при помощи искусственного интеллекта. Другим примером может служить то, как в цифровой стоматологии после профессиональной гигиенической чистки доктор не просто субъективно оценивает результат, а проводит фотопротокол, который загружается в программу DIANA. Это программное обеспечение проводит математический анализ гигиены полости рта по фотографии, выявляет места, которые пациент вычищает хуже и лучше всего, а также выставляет ему оценку – индекс

¹ Талисман М.Г., маркетолог; Клиника эстетической стоматологии SmileClinic, г. Санкт-Петербург
Talisman M.G., Market researcher; Clinic of Esthetic Dentistry SmileClinic, Saint-Petersburg
E-mail: talisman.migr@gmail.com

гигиены полости рта и уровень риска развития заболеваний. Также система выставляет рекомендации на посещение стоматологов других специальностей. Так, если DIANA распознает большое отложение камней под десной, то посоветует направить пациента к пародонтологу. Это выполняет две функции. Во-первых, обеспечивается дополнительный контроль качества диагностической работы врача. Если доктор не заметил патологию или заболевание в полости рта у пациента, то рекомендация искусственного интеллекта, натренированного на миллионах клинических случаев, поможет ему вовремя направить пациента к нужному специалисту, что повышает качество обслуживания. Во-вторых, рекомендации искусственного интеллекта играют роль независимого подтверждения рекомендаций врача. Это, с одной стороны, позволяет подкрепить веру клиентов в авторитет врача, а с другой стороны, даёт клиенту возможность увидеть, что рекомендации врача основаны на объективных медицинских показаниях, а не на желании клиники максимизировать свой доход за счёт дополнительных процедур (в которых может не быть объективной необходимости).

Кроме того, наряду с использованием цифрового инструментария при непосредственном оказании стоматологических услуг, клиники, как и другие сервисные предприятия, внедряют цифровые технологии в тех сферах своей деятельности, которые несут преимущественно информационный характер. Речь в первую очередь идёт об электронном документообороте [19], а также об использовании электронных платёжных систем [20] (отметим, что удобство оплаты имеет большое значение для потребителей [21]).

Однако использование высоких технологий при непосредственном оказании услуг в стоматологии не означает цифровой трансформации стоматологической клиники, поскольку бизнес-модель её деятельности остаётся прежней, происходит лишь оцифровка отдельных процессов [22]. Благодаря перечисленным выше инструментам повышается эффективность отдельных процессов и уровень комфорта для потребителей.

Перспективы цифровой трансформации рынка стоматологических услуг. На сегодняшний день уровень цифрового развития медицинской отрасли ещё не настолько высок по сравнению, к примеру, с финансовой, где благодаря внедрению цифровых технологий появились принципиально новые продукты (например, криптовалюты и цифровые валюты центральных банков) и бизнес-модели (цифровые банки, краудфинансирование и т.д.) [23]. Столь же высоким является уровень цифровой трансформации в индустрии питания [5], [24], [25] (где произошёл массовый переход к доставке [26]–[28] и широкое распространение получили заведения общественного питания, предоставляющие свои услуги исключительно в дистанционном формате – так называемые dark kitchen [7], [8]) и в сфере розничной торговли (где произошёл переход от традиционных магазинов к маркетплейсам, а сами покупки зачастую совершаются онлайн без посещения торговой точки [29]–[32]). В этой ситуации большой интерес представляет определение перспективных направлений цифровой эволюции стоматологических клиник, которые позволили бы в полной мере реализовать потенциал цифровой трансформации как инструмента повышения эффективности деятельности организации и дали бы возможность перевести стоматологические клиники в цифровой формат функционирования [33]. Для такой глубокой цифровой трансформации рынка стоматологических услуг мы предлагаем термин DentTech (от английских слов Dentistry – стоматология и Technology – технология, по аналогии с широко известными терминами FinTech [20], FoodTech [34] и т.д.).

Основными направлениями цифровой трансформации бизнеса в настоящее время выступают [35], [36]:

- перевод физических активов в цифровой формат, внедрение киберфизических систем и цифровых двойников [37]–[39]. Примерами могут быть замещение физических торговых точек онлайн-магазинами, активное использование технологий виртуальной и дополненной реальности [39] и т.д.;
- аддитивное производство, позволяющее адаптировать конечную продукцию под индивидуальные запросы конкретных заказчиков [11], [35];
- умная автоматизация на основе искусственного интеллекта (охватывающая как производственные [35], [40], так и управленческие процессы) [3], [11];
- глубокая персонализация взаимодействия с клиентами за счёт сбора и обработки больших объёмов информации о них, что, с одной стороны, создаёт условия для повышения качества обслуживания, а с другой стороны, даёт возможность управлять поведением потребителей и максимизировать вероятность совершения покупки, т.е. способствует росту эффективности деятельности компании [3], [41];
- облачные технологии (позволяющие предприятиям не инвестировать в создание собственной цифровой инфраструктуры, а получать доступ к внешним вычисли-

тельным ресурсам, хранилищам данных и программному обеспечению гибко и по запросу в случае возникновения необходимости) [11];

- внедрение новых моделей организации взаимодействия участников хозяйственной деятельности (маркетплейсы [28], [29], платформы [42], [43], экосистемы [44], шеринговая экономика [14], [45]).

Как показывает приведённый выше перечень, цифровая эволюция заключается во внедрении не только технологических, но и организационных инструментов [3]. Это обуславливает подрывной характер цифровых инноваций, которые, помимо повышения эффективности выполнения отдельных бизнес-процессов, создают условия для возникновения принципиально новых бизнес-моделей, что ведёт к резкому росту повышения эффективности деятельности предприятий в целом [22].

Отметим, что эти изменения охватывают не только предприятия, но и потребителей. В результате меняются модели потребления товаров и услуг [14], [45], [46], возникают принципиально новые типы услуг, и трансформируются роли участников хозяйственной деятельности [47].

Ключевой задачей цифровой трансформации стоматологических клиник, по нашему мнению, является внедрение этих технологий не в процесс предоставления услуг (в этой сфере данные технологии уже достаточно активно применяются), а в процессы управления клиниками, прежде всего, на основе цифровых двойников. Такой подход позволит интегрировать все бизнес-процессы, связанные с функционированием клиник, в единую систему. За счёт этого можно будет получить следующие результаты:

- повышение качества предоставляемых услуг (в частности, за счёт обеспечения бесшовности их предоставления на основе единого цифрового профиля пациента, а также благодаря системам рекомендаций для врачей на основе анализа состояния пациента при помощи искусственного интеллекта). Это будет создавать дополнительную ценность для пациентов, что позволит сформировать конкурентные преимущества клиники и получать дополнительный доход;

- повышение качества управления клиникой за счёт формирования единой картины её функционирования. Наличие такой картины позволит повысить качество управленческих решений и создаст возможности гибкого реагирования на изменяющееся состояние внешней среды;

- упрощение масштабирования клиник, поскольку расширение деятельности существующих клиник и создание новых будут сопровождаться цифровыми двойниками, которые позволят обеспечить сохранение единых стандартов оказания деятельности и организации обслуживания и лечения.

С учётом сказанного выше отличия цифровой трансформации стоматологических клиник (т.е. переход к модели DentTech) от цифровой стоматологии представлены в Табл. 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ цифровой стоматологии и DentTech

Критерий сравнения	Цифровая стоматология	DentTech
Сущность	Внедрение цифровых технологий в отдельные бизнес-процессы	Комплексная цифровизация деятельности стоматологических клиник
Охват	Технические процессы обслуживания клиентов, документооборот	Все сферы деятельности клиники
Организационные преобразования	Отсутствуют	Играют важную роль
Участники	Внутренние подразделения, сотрудники	Внешние стейкхолдеры (потребители, поставщики и т.д.)

Этапы цифровой трансформации клиники от цифровой стоматологии к модели DentTech представлены в Табл. 2 на примере технологии цифровых двойников.

Таблица 2 – Этапы цифровой трансформации стоматологических клиник

Этап	Сущность
Цифровая услуга	Цифровая модель отдельной услуги, оказанной клиенту (например, 3D-модель полости рта для выявления дефектов)
Цифровой пациент	Полная цифровая история пациента с набором рекомендаций и прогнозами динамики
Цифровой клиент	Полная цифровая история пациента, сопровождаемая описанием его потребительских предпочтений и рекомендациями по их удовлетворению
Цифровой клиентский сервис	Единая цифровая система клиентского обслуживания с контролем стандартов предоставления услуг и формированием профилей потребителей

В настоящее время можно говорить о том, что стоматологические клиники с точки зрения цифрового развития находятся на уровне "Цифровая услуга", и внедряют отдельные элементы, характерные для уровней "Цифровой пациент" и "Цифровой клиент".

Предлагаемые нами рекомендации позволят перейти от точечного внедрения цифровых технологий в отдельные бизнес-процессы стоматологических клиник к комплексной цифровизации их деятельности. Это позволит обеспечить цифровой формат предоставления стоматологических услуг и создаст дополнительную ценность как для самих клиник, так и для их клиентов.

Выводы. Выполненное нами исследование позволяет прийти к следующим выводам:

- несмотря на внедрение цифровых технологий в отдельные бизнес-процессы, стоматологический рынок находится на сравнительно низком уровне цифрового развития. Фактически в настоящее время можно говорить об оцифровке отдельных внутренних бизнес-процессов стоматологических клиник и о цифровизации взаимодействия с потребителями, а не о комплексной цифровой трансформации, которая позволила бы перейти к принципиально новым бизнес-моделям организации деятельности на рынке стоматологических услуг. Это означает, что потенциал цифровых технологий на рынке коммерческой стоматологии пока реализован не в полной мере, что, с одной стороны, препятствует резкому росту эффективности клиник, а с другой стороны, не позволяет максимизировать ценность, создаваемую цифровыми технологиями для клиентов;

- важной задачей, с учётом цифровой трансформации экономики и перехода клиентов к цифровой модели потребления, является комплексная цифровизация деятельности стоматологических клиник. Это позволит не только повысить эффективность клиник, но и создать условия для роста качества жизни населения за счёт улучшения медицинского обслуживания [48]–[50]. Кроме того, это устранит асимметрию в уровне цифрового развития между сферой медицинских услуг и другими отраслями экономики;

- при проведении цифровой трансформации стоматологических клиник необходимо принимать во внимание особенности стоматологических услуг и специфику запросов клиентов, чтобы избежать избыточного внедрения цифровых инструментов. С учётом этой специфики мы, в частности, считаем возможным предложить термин DentTech для описания цифровой трансформации стоматологического рынка, который позволит отразить отличия соответствующих процессов от цифровой эволюции как других отраслей медицины, так и других сфер экономики.

Список использованных источников

1. Десфонтейнес Л.Г. Цифровая трансформация бизнеса в период экономической турбулентности / Л.Г. Десфонтейнес, Ю.Е. Семенова // Интеграция науки и производства. – 2019. – № 6. – С. 33-37. – EDN FCEDA1.

2. Довганева Ю.А. Переход малого бизнеса к цифровизации в условиях пандемии / Ю.А. Довганева, Е.А. Алексеева // Управление развитием экономических систем, Санкт-Петербург, 21–22 декабря 2021 года. – Санкт-Петербург: Издательско-полиграфическая ассоциация высших учебных заведений, 2021. – С. 42-48. – EDN KJLRVI.

3. Котляров И.Д. Цифровая трансформация финансовой сферы: содержание и тенденции / И.Д. Котляров // Управленец. – 2020. – Т. 11. – № 3. – С. 72-81. – DOI 10.29141/2218-5003-2020-11-3-6. – EDN QCAMVP.

4. Курочкина А.А. Внедрение цифровых технологий на предприятиях общественного питания / А.А. Курочкина, Д. Тертяк, Е. Шейко // Вызовы цифровой экономики: тренды развития в условиях последствий пандемии COVID-19: Сборник статей IV Всероссийской научно-практической конференции, приуроченной к Году науки и технологий в России, Брянск, 25 мая 2021 года. – Брянск: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Брянский государственный инженерно-технологический университет", 2021. – С. 177-180. – EDN QSXCZF.

5. Митяшин Г.Ю. Проблемы цифровизации ресторанного бизнеса / Г.Ю. Митяшин // Наука, образование и бизнес: новый взгляд или стратегия интеграционного взаимодействия: Сборник научных трудов по материалам II Международной научно-практической конференции, посвящённой памяти первого Президента Кабардино-Балкарской Республики Валерия Мухамедовича Кокова, Нальчик, 20–22 октября 2022 года. – Нальчик: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет имени В.М. Кокова", 2022. – С. 113-117. – EDN POWERO.

6. Апатова Н.В. Управление процессами цифровой трансформации бизнеса / Н.В. Апатова // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2022. – Т. 8. – № 2. – С. 3-8. – EDN SCWJEG.

7. Егорова К.Д. Формат "dark store": современная реальность ритейла России / К.Д. Егорова, А.С. Платонова, С.Д. Суворова // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2020. – № 7-2(46). – С. 110-113. – DOI 10.24411/2500-1000-2020-10896. – EDN AFTCPF.

8. Еремин К.А. Форматы "e-grocery" и "dark store": развитие на потребительском рынке России / К.А. Еремин, С.Д. Суворова // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2020. – № 12-1(70). – С. 235-238. – DOI 10.24411/2411-0450-2020-11055. – EDN IIZENX.

9. Грезина Л.А. Формирование "умных фабрик" для развития промышленных предприятий региона / Л.А. Грезина // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2022. – № 2(52). – С. 27-31. – EDN FEPGPD.

10. Плещенко В.И. Металлургические маркетплейсы: о трансформации сбытовой политики корпораций / В.И. Плещенко // Чёрная металлургия. Бюллетень научно-технической и экономической информации. – 2022. – Т. 78. – № 12. – С. 1067-1074. – DOI 10.32339/0135-5910-2022-12-1067-1074. – EDN TFOVDS.

11. Стельмашонок Е.В. Цифровая трансформация агропромышленного комплекса: анализ перспектив / Е.В. Стельмашонок, В.Л. Стельмашонок // Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture. – 2021. – Т. 13. – № 2. – С. 336-365. – DOI 10.12731/2658-6649-2021-13-2-336-365. – EDN UUMMYD.

12. Катрашова Ю.В. Использование "сквозных" цифровых технологий в сфере государственного управления / Ю.В. Катрашова, Г.Ю. Митяшин // Наука Красноярья. – 2020. – Т. 9. – № 4. – С. 85-102. – DOI 10.12731/2070-7568-2020-4-85-102. – EDN KEAKSM.

13. Катрашова Ю.В. Система социального рейтинга как форма государственного контроля над обществом: перспективы внедрения и развития, угрозы реализации / Ю.В. Катрашова, Г.Ю. Митяшин, В.А. Плотников // Управленческое консультирование. – 2021. – № 2(146). – С. 100-109. – DOI 10.22394/1726-1139-2021-2-100-109. – EDN OQVBDF.

14. Митяшин Г.Ю. Кооперация как инструмент повышения продовольственной безопасности / Г.Ю. Митяшин // Закономерности развития региональных агропродовольственных систем. – 2022. – № 1. – С. 52-56. – EDN UCBWXO.

15. Апатова Н.В. Цифровые трансформации бизнеса и социума / Н.В. Апатова // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2022. – № 4(60). – С. 60-71. – DOI 10.26456/2219-1453/2022.4.060-071. – EDN ZWZQWV.

16. Плотников В.А. Цифровизация как закономерный этап эволюции экономической системы / В.А. Плотников // Экономическое возрождение России. – 2020. – № 2(64). – С. 104-115. – DOI 10.37930/1990-9780-2020-2-64-104-115.

17. Подготовка бизнеса к цифровизации и его адаптация / Е.А. Алексеева, А.А. Гракун, Е.Д. Доморацкий, А.Д. Лычакова // Финансовый бизнес. – 2022. – № 1(223). – С. 3-7. – EDN DEZZHM.

18. Вакулов А.П. Современные тенденции развития рынка частной медицины / А.П. Вакулов, Д.А. Есечкин, О.К. Ромашов // Вестник науки. – 2022. – Т. 2. – № 12(57). – С. 32-39. – EDN DRPOQX.

19. Воронова О.В. Электронный документооборот в деятельности сетевых компаний FMCG-сегмента / О.В. Воронова, В.А. Харева // Научный вестник Южного института менеджмента. – 2019. – № 3(27). – С. 46-51. – DOI 10.31775/2305-3100-2019-3-46-51. – EDN NEDKZF.

20. Алесина Н.В. Роль электронных платёжных систем в процессе цифровой трансформации экономики / Н.В. Алесина, А.С. Чуйков, Н.Э. Безматерных // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2022. – № 2(84). – С. 10-13. – DOI 10.24412/2411-0450-2022-284-10-13. – EDN YZHABP.

21. Котляров И.Д. Комплекс интернет-маркетинга: новый подход / И.Д. Котляров // Интернет-маркетинг. – 2015. – № 6. – С. 338-343. – EDN VCMORD.

22. Verhoef P.C. Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda / P.C. Verhoef, T. Broekhuizen, Y. Bart, A. Bhattacharya, J. Qi Dong, N. Fabian, M. Haenlein // Journal of Business Research. – 2021. – No 122. – P. 889-901. – DOI 10.1016/j.jbusres.2019.09.022.

23. Котляров И.Д. Финтех: сущность и модели реализации / И.Д. Котляров // ЭКО. – 2018. – № 12(534). – С. 23-39. – EDN YOQGJN.

24. Карманова А.Е. Инновационные технологии в общественном питании / А.Е. Карманова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2017. – № 1(19). – С. 134-141. – EDN XXVWHD.

25. Нефедова У.А. Применение информационных технологий для совершенствования процесса закупок на предприятии общественного питания / У.А. Нефедова, А.А. Курочкина // Цифровая трансформация экономических систем: проблемы и перспективы (ЭКОПРОМ-2022): сборник трудов VI Всероссийской научно-практической конференции с зарубежным участием, Санкт-Петербург, 11–12 ноября 2022 года. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. – С. 124-128. – DOI 10.18720/IEP/2021.4/33. – EDN UCFOQV.

26. Курбанов А.Х. Оценка перспектив развития логистики в условиях цифровизации экономики и трансформации социальной сферы / А.Х. Курбанов, В.А. Плотников // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2020. – № 3(123). – С. 94-101. – EDN CSPBAC.

27. Плещенко В.И. Пандемия коронавируса как катализатор развития рынка курьерской доставки / В.И. Плещенко // Логистика сегодня. – 2021. – № 3. – С. 194-199. – EDN JJHMFR.

28. Сухина К.П. Интеграторы и агрегаторы служб доставки / К.П. Сухина, Т.В. Кириллова // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: сборник статей 11-й Международной научно-практической конференции, Курск, 13–14 октября 2021 года. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2021. – С. 192-196. – EDN BPEANW.

29. Бахарев В.В. Тенденции развития ритейла в России / В.В. Бахарев, Г.Ю. Митяшин // Экономический вектор. – 2020. – № 3(22). – С. 54-60. – DOI 10.36807/2411-7269-2020-3-22-54-60. – EDN GINVCL.

30. Дюкова О.М. Эволюционное развитие логистики электронной торговли: от интернет-магазинов к маркетплейсам / О.М. Дюкова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2022. – № 3(135). – С. 111-115. – EDN VTNBTS.

31. Куликова О.М. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли / О.М. Куликова, С.Д. Суворова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 6(48). – С. 50-55. – DOI 10.47581/2020/10.23.PS85/IE/5.48.008. – EDN ZLREFV.

32. Плещенко В.И. Экспансия маркетплейсов: о приближении торговой-логистической инфраструктуры к конечным потребителям / В.И. Плещенко // Менеджмент сегодня. – 2022. – № 4. – С. 276-281. – DOI 10.36627/2304-6473-2022-4-4-276-281. – EDN MNJCYI.

33. Суворова С.Д. Цифровая трансформация бизнеса / С.Д. Суворова, О.М. Куликова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2022. – № 2(60). – С. 54-59. – DOI 10.47581/2022/IE.2.60.10. – EDN OVPLOR.

34. Храмова А.В. Формирование конкурентных преимуществ организации FoodTech индустрии средствами ребрендинга / А.В. Храмова // Современная конкуренция. – 2022. – Т. 16. – № 3(87). – С. 53-66. – DOI 10.37791/2687-0657-2022-16-3-53-66. – EDN BSJINP.

35. Бекмурзаев И.Д. Направления и этапы построения логистических систем на основе использования цифровых технологий / И.Д. Бекмурзаев, А.Х. Курбанов, Т.Х. Курбанов // Экономические и социально-гуманитарные исследования. – 2018. – № 4(20). – С. 5-9. – DOI 10.24151/2409-1073-2018-4-5-9. – EDN YRMKKT.

36. Курбанов Т. Цифровые логистические технологии: возможные перспективы и риски внедрения в цепи поставок / Т. Курбанов, А. Курбанов, С. Лучкин // Логистика. – 2018. – № 10(143). – С. 16-20. – EDN YLVNFZ.

37. Краснов А.С. Применение phygital-инструментов на розничном рынке / А.С. Краснов, А.А. Шашкова // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции, в 4 ч., Санкт-Петербург, 01–04 июня 2021 года. Том Часть 3. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – С. 201-205. – EDN ZQTTPA.

38. Краснов А.С. Phygital-подход как элемент удовлетворения потребительских потребностей в процессе покупки / А.С. Краснов, А.А. Шашкова // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции, в 4 ч., Санкт-Петербург, 01–04 июня 2021 года. Том Часть 3. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. – С. 206-210. – EDN RKTYQO.

39. Курочкина А.А. Развитие AR-технологий в розничной торговле / А.А. Курочкина, Ю.Е. Семенова, А.Ю. Тимошенко // Глобальный научный потенциал. – 2021. – № 3(120). – С. 239-242. – EDN JMVSVH.

40. Курбанов Т. Дроны в логистике: опыт ведущих зарубежных и отечественных компаний, перспективы и проблемы применения / Т. Курбанов, Д. Старченко, А. Заикин // Логистика. – 2020. – № 2(159). – С. 26-29. – EDN WLMSTT.

41. Котляров И.Д. Услуга или манипулирование: взаимодействие интернет-магазинов с потребителями / И.Д. Котляров // Интернет-маркетинг. – 2013. – № 6. – С. 358-364. – EDN RRROOZ.

42. Корчагина Е.В. Цифровые логистические платформы: подходы к классификации / Е.В. Корчагина // Журнал правовых и экономических исследований. – 2022. – № 2. – С. 13-17. – DOI 10.26163/GIEF.2022.85.79.002. – EDN SCXIJL.

43. Корчагина Е.В. Цифровые логистические платформы: анализ зарубежного опыта / Е.В. Корчагина, К.А. Еремин, Е.В. Видинеева // Журнал правовых и экономических исследований. – 2021. – № 4. – С. 27-31. – DOI 10.26163/GIEF.2021.42.11.004. – EDN TEKSQJ.

44. Куликова О.М. Экосистема: новый формат современного бизнеса / О.М. Куликова, С.Д. Суворова // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 42(1). – С. 200-205. – DOI 10.24412/2304-6139-2021-10909.

45. Тагаров Б.Ж. Специфика экономики совместного потребления и условия её развития / Б.Ж. Тагаров // ЭКО. – 2019. – № 7(541). – С. 140-155. – EDN HMSLQI.

46. Колотвина Е.Н. Детерминанты выбора потребителями реюза / Е.Н. Колотвина // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции, Санкт-Петербург, 30 мая – 02 июня 2022 года. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2022. – С. 85-89. – EDN JKHGLO.

47. Котляров И.Д. Экосистема: новые способы взаимодействия компании с работниками, клиентами и широкой публикой / И.Д. Котляров // Вестник НГУЭУ. – 2013. – № 4. – С. 54-68. – EDN RSSVPF.

48. Апатова Н.В. Цифровая экономика: проблемы и перспективы устойчивого носферного развития / Н.В. Апатова, О.Л. Королев // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. – 2021. – № 6. – С. 2-8. – DOI 10.52928/2070-1632-2021-57-6-2-8. – EDN PFYRGC.

49. Белов В.И. Сравнительная характеристика качества жизни населения в современной России: проблемы и пути решения / В.И. Белов, Т.В. Степанова // Управленческое консультирование. – 2018. – № 10(118). – С. 126-132. – DOI 10.22394/1726-1139-2018-10-126-132. – EDN YNFXQT.

50. Пирогова О.Е. Исследование проблем повышения благосостояния граждан Российской Федерации / О.Е. Пирогова, М.Л. Макаревич // Международный научный журнал. – 2019. – № 3. – С. 14-20. – DOI 10.34286/1995-4638-2019-67-3-14-20. – EDN QXXUPQ.

V. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ. МОДЕРНИЗАЦИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ: СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ

УДК: 339.138

Y.K. Gritsay, V.V. Nikolaev

THE CONCEPT OF ESG IN THE RUSSIAN PRACTICE OF BRAND DEVELOPMENT

The article examines the conceptual foundations of ESG within the framework of the Russian practice of brand formation, analyzes the activities of the alliance of the largest Russian companies concerned about the modern investment agenda. Recommendations on the use of ESG principles in branding are given. The features of brand formation from the perspective of creative industries are revealed.

Keywords: ESG, brand, marketing, promotion, ecosystem, service.

Ю.К.Грицай¹, В.В.Николаев²

КОНЦЕПЦИЯ ESG В РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ РАЗВИТИЯ БРЕНДОВ

В статье рассмотрены концептуальные основы ESG в рамках российской практики формирования брендов, проанализирована деятельность альянса крупнейших российских компаний, озабоченных современной инвестиционной повесткой. Даны рекомендации по использованию принципов ESG в брендинге. Раскрыты особенности формирования бренда с позиции креативных индустрий.

Ключевые слова: ESG, бренд, маркетинг, продвижение, экосистема, сервис.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-68-73

Основополагающий вид концепции ESG был предложен бывшим генеральным секретарём ООН Кофи Аннаном. По его инициативе управленцам крупных мировых корпораций требуется включать основные принципы ESG в стратегии развития, в первую очередь, для борьбы с изменением климата [1].

ESG (Environmental, Social and Governance) – это концепция инвестирования, основанная на учёте экологических, социальных и управленческих аспектов деятельности компаний. Компании, которые успешно решают эти задачи и соответствуют принципам ESG, считаются более устойчивыми и долгосрочно ориентированными, что делает их более привлекательными для инвесторов, нацеленных на создание не только финансовых, но и социальных и экологических ценностей.

Внедрение принципов ESG в развитие бренда имеет важное значение для долгосрочного успеха. Зарубежные бренды, которые придерживаются принципов ESG, могут получить положительную репутацию, увеличить лояльность клиентов и получить конкурентное преимущество. Клиенты всё больше беспокоятся о влиянии своих покупок на окружающую среду и общество и активно ищут бренды, которые соответствуют их ценностям. Одновременно компании, которые игнорируют факторы ESG, рискуют нанести ущерб своей репутации и потерять клиентов.

Поэтому внедрение принципов ESG в развитие бренда является необходимым условием для долгосрочного успеха. Тем самым, бренды, которые придерживаются принципов ESG, не только вносят вклад в более устойчивый и справедливый мир, но и получают конкурентное преимущество и улучшают финансовые показатели.

¹ Грицай Ю.К., доцент кафедры Реклама и связи с общественностью, кандидат экономических наук; Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург
Gritsay Y.K., Associate Professor of the Department of Advertising and Public Relations, PhD in Economics; Saint-Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, Saint-Petersburg
E-mail: yuriy.gritsay@gmail.com

² Николаев В.В., доцент кафедры таможенного администрирования, кандидат экономических наук; ФГБОУ ВО "Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации" (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), г. Санкт-Петербург

Nikolaev V.V., Associate Professor of the Department of Customs Administration, PhD in Economics; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration" (North-West Institute of Management of RANEPА), Saint-Petersburg
E-mail: nikolaevv@list.ru

Прежде всего, внедрение принципов ESG тесно связано с таким понятием как осознанное потребление, которое сформировалось в экономически развитых странах с целью борьбы с экологическими и социальными последствиями деятельности крупных корпораций.

В экономически развитых странах сформировался подход к так называемому "осознанному потреблению". Концепция осознанного потребления имеет множество авторов, и её истоки можно проследить до начала XX в. Однако, одним из наиболее известных и влиятельных авторов в этой области является Джонатан Порритт (Jonathan Porritt), британский писатель, активист и экологический деятель.

Дж. Порритт внёс значительный вклад в развитие концепции осознанного потребления и призывал к тому, чтобы люди стали более ответственными и осознанными в своих потребительских выборах, учитывая их воздействие на окружающую среду и общество в целом. В частности, он активно выступал за сокращение потребления ресурсов и использование экологически чистых технологий.

Взаимосвязи между осознанным потреблением и ESG можно проследить в отчётах и исследованиях компаний и организаций, занимающихся вопросами устойчивости и ответственного потребления. Некоторые известные организации в этой области, такие как Sustainable Brands, Global Reporting Initiative, Ceres и др., выпускают регулярные отчёты и исследования, которые содержат актуальную информацию о тенденциях и проблемах в этой области.

Также отклик на данный социально-экологический тренд нашёлся в публикации такой известной книги в сфере маркетинга как "Маркетинг 3.0" Филиппа Котлера. Филипп Котлер отобразил в своей книге 3 вида ценностей, которые больше всего волновали потребителей в 2010 г. К этим ценностям относились забота об окружающей среде при потреблении, а также социальная ответственность и душевные ценности, которые необходимо учитывать каждому бренду, для того чтобы привлечь или не потерять своих клиентов и их лояльность.

Именно влияние новых маркетинговых веяний в качестве отклика позволило форсировать среди потребителей в экономически развитых странах в большей степени делать осознанный выбор в пользу устойчивого развития нашей планеты.

Что касается прихода ESG-концепции в отечественную практику развития брендов, то здесь в большей степени сыграл роль инвестиционный аспект. Поскольку зарубежные инвесторы институционального формата всё чаще стали обращать внимание на предложенные в концепции стандарты и постепенно отказываться от инвестиций в компании, которые их не придерживаются.

Одним из лидеров по внедрению ESG-принципов в России считается "Полиметалл", который уже четвёртый раз подряд становится лидером рэнкинга независимого кредитного рейтингового агентства RAEX-Europe. Рэнкинг – это часть проекта RAEX-Europe по сбору, систематизации и анализу ESG-данных компаний постсоветского пространства [1].

В целом же, в условиях санкций ситуация с внедрением новых стандартов временно сократила свои темпы ввиду снижения показателей прибыльности многих предприятий [2].

Объём инвестиций в компании-носители бренда, придерживающиеся ESG-принципов, в 2021 г. составил соответственно в США (\$17,1 трлн), на втором месте – Европа (\$12,0 трлн) [3]. В России, по данным издания Forbes, объём иностранных инвестиций в бренды, соблюдающие принципы ESG, составлял 8,3 млрд \$.

Принципиально большая разница в объёмах инвестиций заключается в относительной новизне ESG повестки в России, впервые активно внедрённой в оборот на ПМЭФ 2021 [1].

Так какие изменения присущи российским компаниям, которые внедрились принципы ESG при развитии собственных брендов?

Большинство российских компаний в текущем периоде находится в точке бифуркации, т.е. перестраивания собственных моделей развития брендов в соответствии с относительно новой повесткой ESG. При этом, по мнению аналитиков СБЕР.pro, наибольшее внимание занимает – корпоративное управление, а наименьшее – экологическая сторона.

Также, по мнению СБЕР.pro, организационно следует придерживаться следующей последовательности при переходе на новые принципы:

- выстраивание систем управления ESG-повесткой;
- расширение возможностей для ВИЭ;

- принятие отвечающих современности решений в отношении соблюдения прав человека;

- переход к ответственным цепочкам поставок [4].

Основные препятствия в рамках развития брендов, инклюзирующих ESG принципы, можно выделить следующие.

1. Недостаток финансовых ресурсов у компаний малого и среднего масштаба.
2. Отсутствие чётко сформированного экологического менеджмента.
3. Внедрение сверхбольшого количества санкций в отношении крупных компаний.
4. Длительность перехода отечественных потребителей к осознанному потреблению.

Однако, существует вероятность, что данный процесс в развитии отечественных брендов будет продолжен за счёт реализации национальных проектов в сфере экологии.

Ведь в России уже имеется основа для устойчивого зелёного рынка, несмотря на внешнее давление. В прошлом году была принята национальная таксономия зелёных и адаптационных проектов, а также был опубликован национальный список верификаторов инструментов устойчивого развития. Кроме того, был создан Национальный ESG-альянс.

28 ведущих компаний 1 декабря 2021 г. в России объявили о создании Национального ESG-альянса в РФ. Кроме Сбера, список основателей включает такие организации, как "Автобан", АФК "Система", "Газпром нефть", "ЕвроХим", "Колмар Груп", "Металлоинвест", "Уралхим", "Полюс", "Просвещение", РУСАЛ, "Р-Фарм", "СИБУР Холдинг", "Солар Системс", СУЭК, "Т Плюс", "ТЕХНОНИКОЛЬ", "Трансмашхолдинг", УК "Дело", "Уралкалий", "Фармстандарт", "Юнилевер Русь", En Group, Eurasian Resources Group, Mercury Retail Holding PLC, O1 Properties, Vos'hod Development и X5 Group [5].

Участники альянса планируют создать постоянную платформу для диалога и привлечения всех заинтересованных сторон, обмена опытом между различными секторами бизнеса, государством и обществом, разработки и продвижения новых стандартов и норм в области ESG. Кроме того, платформа будет поддерживать инвестирование в новаторские проекты, направленные на ESG-трансформацию.

К основным потенциальным направлениям деятельности альянса можно отнести.

1. Создание атласа основных участников, составление дорожной карты ключевых событий, установление стандартов и нормативов, разработку регуляторных положений, создание глоссария и библиотеки лучших практик. Кроме того, альянс планирует создание онлайн-инфраструктуры для навигации в российском секторе ESG.
2. Альянс будет участвовать в национальных и глобальных регуляторных процессах, связанных с аспектами ESG, такими как углеродное регулирование, зелёное финансирование и ответственное потребление.
3. Альянс будет проводить исследовательскую деятельность, включающую дайджесты новостных обзоров ESG в России и мире, практикоориентированные исследования по разным аспектам ESG-повестки, которые будут полезны учредителям. Альянс также планирует разработать модельный комплекс для независимых количественных оценок социально-экономических эффектов различных траекторий декарбонизации на отраслевом, региональном и национальном уровне; образовательные программы, направленные на интеграцию ESG-повестки в образовательные стандарты на различных уровнях образования (дошкольного, школьного и профессионального). Дополнительные профессиональные образовательные программы, ориентированные на различные категории аудитории, включая высший менеджмент, среднее звено компаний и представителей региональных властей, в интересах как учредителей, крупного бизнеса, так и малого и среднего бизнеса. Просветительские мероприятия, охватывающие широкую общественность.
4. Продвижение устойчивого развития в России и за границей, включая:
 - а) содействие формированию, развитию и стандартизации национальных рейтингов ESG;
 - б) организацию собственных мероприятий и площадок для обсуждения с участием экспертов из России и других стран (конференции, круглые столы, дебаты), в том числе на международном уровне;
 - в) проведение информационных кампаний для различных аудиторий, направленных на просвещение о деятельности Альянса, его учредителей, а также на продвижение темы ESG в обществе.
5. Развитие инноваций в области устойчивого развития и ESG:

а) проведение исследований в области инновационных технологий, которые могут быть использованы в рамках ESG-перехода;

б) сотрудничество с различными инновационными объектами, такими как стартапы, акселераторы, инкубаторы и технопарки, которые разрабатывают технологии и решения в области ESG;

в) стимулирование инновационной активности в области ESG-решений через формирование публичных заказов, чтобы удовлетворить потребности различных отраслевых кластеров учредителей.

Формирование брендинга в России, как правило, строится следующими подходами, далекими от анализируемой концепции:

Создание уникального логотипа и слогана: одним из наиболее распространённых способов формирования бренда является создание уникального логотипа и слогана, которые будут отображать основные ценности и уникальность компании.

Развитие имиджа компании: другой важный аспект формирования бренда – это создание положительного имиджа компании. Это может включать в себя создание уникального стиля, использование качественных материалов и современных технологий, а также привлечение внимания к экологическим и социальным инициативам.

Проведение рекламных кампаний: рекламные кампании являются важным элементом формирования бренда. Кампании должны быть не только креативными и запоминающимися, но и направленными на целевую аудиторию.

Взаимодействие с клиентами: взаимодействие с клиентами является ключевым фактором в формировании бренда. Необходимо обеспечивать высокий уровень обслуживания и уделять внимание отзывам клиентов.

Сотрудничество с партнёрами: сотрудничество с партнёрами может помочь расширить аудиторию и увеличить узнаваемость бренда. Кроме того, это может улучшить репутацию компании и укрепить её позиции на рынке.

Участие в социальных медиа: социальные медиа являются мощным инструментом для формирования бренда. Компании могут использовать социальные медиа для привлечения внимания к своим продуктам и услугам, а также для установления контакта с потенциальными клиентами.

А ведь брендинг – это процесс создания и формирования уникального образа компании, продукта или услуги, который позволяет выделиться на рынке и создать узнаваемость среди целевой аудитории и инвесторов.

Брендинг включает в себя широкий спектр мероприятий, направленных на установление и поддержание имиджа компании. Это может быть создание уникального логотипа, слогана, использование определённых цветовых и дизайнерских решений, разработка маркетинговых стратегий, проведение рекламных кампаний и многое другое.

Целью брендинга является не только узнаваемость компании или продукта, но и создание положительного имиджа, который будет ассоциироваться с качеством, надёжностью и уникальностью. Бренд должен вызывать доверие и создавать эмоциональную привязанность у потребителей, что способствует увеличению продаж и укреплению позиций компании на рынке.

Кроме того, брендинг должен включать в себя установление определённых ценностей, например, ответственности перед клиентами, уважения к окружающей среде и социальной ответственности. Это помогает установить долгосрочные отношения с клиентами и создать позитивный имидж компании в глазах общества.

Из всего многообразия подходов видного из списка компаний, входящих в ESG-альянс, можно сделать предварительное заключение о том, что в российской практике подход к формированию бренда либо ребрендинга на основе концепции ESG в настоящем периоде не сильно развит.

Брендинг в креативных индустриях – это процесс создания уникальной идентичности бренда через использование различных креативных элементов. Он может включать в себя создание логотипа, фирменного стиля, упаковки продукта, визуального образа компании и т.д. В креативных индустриях брендинг также может включать в себя разработку аудио- и видеозаписей, таких как музыкальные композиции, звуковые эффекты, рекламные ролики и т.д.

Брендинг в креативных индустриях играет важную роль в формировании восприятия бренда у потребителей, поэтому он часто является ключевым элементом маркетинговой стратегии компании. Креативные профессионалы, такие как графические дизайнеры, маркетологи, рекламщики и копирайтеры, работают вместе, чтобы создать бренд, который будет отражать ценности компании и привлекать внимание целевой аудитории.

Рассмотрим данный аспект влияния ESG-повестки более подробно.

Приход ESG-повестки (экологической, социальной и управленческой ответственности) в США привёл к тому, что брендинг в креативных индустриях стал более фокусироваться на этих аспектах. Компании всё больше стремятся продемонстрировать свою социальную ответственность, заботу об окружающей среде и управленческую эффективность через свой брендинг.

Например, многие компании начали активно использовать зелёный цвет в своих логотипах и фирменном стиле, чтобы подчеркнуть свою заботу об окружающей среде и использовании экологически чистых материалов. Также, некоторые компании начали использовать так называемые "социальные логотипы", которые включают в себя определённые символы или слоганы, которые указывают на их социальную ответственность и влияние на общество.

Кроме того, в креативных индустриях всё больше внимания уделяется визуальному языку, который может быть использован для усиления сообщения компании о её ESG-целях. Например, использование изображений людей разных рас и культур в рекламных кампаниях может подчеркнуть социальную ответственность компании и её стремление к включению.

Таким образом, брендинг в креативных индустриях стал более ориентированным на ESG-повестку, и компании стараются использовать свой бренд, чтобы продемонстрировать свою социальную ответственность и заботу о будущем нашей планеты.

С приходом ESG-повестки в России брендинг в креативных индустриях также начал изменяться в сторону большего внимания к экологической, социальной и управленческой ответственности компаний. Однако, на развитие данного направления в России повлияли различные факторы, включая политические, экономические и культурные особенности.

Специалисты из сбермаркетинг утверждают, что, по данным недавнего исследования, 55% опрошенных компаний в первую очередь работают над снижением выброса парниковых газов в процессе производства. Ещё 37% беспокоятся о снижении потребления электричества. На третьем месте использование возобновляемой энергии – 35% компаний обсуждают эту тему на своих ESG-совещаниях [7].

В России, где до недавнего времени многие компании не обращали внимания на экологические и социальные вопросы, сейчас происходит увеличение количества компаний, которые ставят перед собой цели по экологической, социальной и управленческой ответственности. Однако, как было сказано выше, это происходит в основном в крупнейших компаниях, при этом большинство ещё не начали активно использовать свой бренд для демонстрации своей ответственности перед обществом.

Кроме того, в России не так много компаний, которые используют в своём брендинге яркие цвета и символы, связанные с экологической и социальной ответственностью. Однако, некоторые компании начинают активно использовать зелёный цвет и другие символы в своих логотипах и фирменном стиле, чтобы подчеркнуть свою заботу об окружающей среде и социальной ответственности.

Несмотря на то что Россия только начинает двигаться в направлении ESG-брендинга, этот тренд уже заметен в креативных индустриях. Многие компании осознают, что брендинг может быть мощным инструментом для демонстрации своей ответственности перед обществом и становятся более активными в этой области.

Можно выделить следующие особенности брендинга, использующего принципы ESG:

1. Больше внимание к социальной, экологической и управленческой ответственности компаний и её отражение в брендинге.
2. Использование ярких цветов и символов, связанных с экологической и социальной ответственностью, для подчёркивания заботы компании об окружающей среде и обществе.
3. Создание брендинговых кампаний, которые включают в себя сообщения о социальной и экологической ответственности компании.
4. Развитие брендинга, который строится на основе принципов устойчивости, справедливости и ответственности.
5. Использование технологий, которые позволяют собирать и анализировать данные о том, как компания влияет на окружающую среду и общество, чтобы лучше понимать свой эко- и социальный след.
6. Привлечение к брендингу экспертов и консультантов по устойчивости, которые могут помочь компании в построении своего ESG-брендинга.

7. Усиление общественной прозрачности компании и раскрытие информации о её социальных и экологических показателях.

Ориентация на потребителей, которые всё больше интересуются социальной и экологической ответственностью компаний и ориентируются на бренды, которые демонстрируют свою заботу об окружающей среде и обществе.

С точки зрения экологической устойчивости и социальной ответственности, мы можем предложить следующие рекомендации, которые могут быть полезными для компаний, формирующих свои бренды либо осуществляющих ребрендинг:

- учитывать особенности, указанные выше, при формировании бренда креативными специалистами;
- следовать лучшим мировым стандартам ESG. Изучение лучших мировых практик и стандартов ESG поможет альянсу определить наилучшие методы, которые могут быть адаптированы в контексте России;
- ориентироваться на конкретные результаты. Альянс должен разработать конкретные планы и цели, которые будут ориентированы на достижение конкретных результатов в области экологической устойчивости и социальной ответственности;
- улучшить прозрачность в отношениях с заинтересованными сторонами, включая государственные органы и общественные организации, через открытый диалог и доступную информацию.

Список использованных источников

1. В России разработаны правила для оценки экологической составляющей инвестиций // RBC Trends. 23 сентября 2021 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435>.
2. Forbes. Gavrilova, Darya. Уязвимая экология и устойчивая оборонная промышленность: что будет с ESG в России [онлайн]. 15 ноября 2021 г. [цит. 16 марта 2023 г.] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/forbeslife/463419-uazvima-ekologiya-i-ustojcivaa-oboronnaa-promyslennost-cto-budet-s-esg-v-rossii>.
3. Российский Стандарт. Национальный альянс по принципам ответственного инвестирования в РФ: достижения и перспективы [онлайн]. 2019 г. [цит. 19 марта 2023 г.] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rshb.ru/downloadfile/472115/>.
4. Сбер. Отчёт об исследовании: ESG-инвестирование в России [онлайн]. Октябрь 2022 г. [цит. 16 марта 2023 г.]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://sber.pro/digital/uploads/2022/10/ESG_opros_2610_9c34964c5c.pdf.
5. Ведомости. В России создан Национальный ESG-альянс [онлайн]. 1 декабря 2021 г. [цит. 16 марта 2023 г.]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/ecology/esg/news/2021/12/01/898565-v-rossii-sozdan-natsionalnii-esg-alyans>.
6. ESG в России. Информационный портал [онлайн]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esg-a.ru>.
7. Sbermarketing.ru. (2021). ESG-инвестирование как новый тренд на финансовых рынках. [онлайн] [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sbermarketing.ru/news/esg/?ysclid=lfnrсад0zi613321844>.

УДК 658.148

O.P. Koziura, A.L. Zelezinsky,
O.V. Arhipova

THE ROLE OF INVESTMENT BANK CREDIT AS A SOURCE OF INNOVATION FINANCING IN THE SEGMENT OF SME ENTERPRISES

The article discusses the features, advantages and disadvantages of a popular source of innovation financing in the West and not fully implemented in Russia — an investment bank loan. A statistical overview of the use of this source in a number of countries is given. It's high role in the innovatively active segment of small and medium-sized enterprises is noted, the limitations of the use of this source and ways to overcome them in Russia are presented.

Keywords: investment bank loan, innovation activity, small and medium-sized enterprises SMEs.

О.П.Козюра¹, А.Л.Зелезинский²,
О.В.Архипова³

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИОННОГО БАНКОВСКОГО КРЕДИТА КАК ИСТОЧНИКА ФИНАНСИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ В СРЕЗЕ СЕГМЕНТА ПРЕДПРИЯТИЙ МСП

В статье рассмотрены особенности, преимущества и недостатки популярного на Западе и не полностью реализованного в России источника финансирования инноваций – инвестиционного банковского кредита. Приведён статистический обзор применения данного источника в ряде стран. Отмечается его высокая роль в инновационно активном сегменте малого и среднего предпринимательства, представлены ограничения применения данного источника и пути их преодоления в России.

Ключевые слова: инвестиционный банковский кредит, инновационная активность, предприятия малого и среднего предпринимательства МСП.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-74-84

Конкурентоспособность организаций повышается благодаря их инновационной активности, влияющей на развитие, мощь и независимость страны в целом. Страной с инновационной экономикой является та, что имеет долю инновационной продукции от 30% в структуре ВВП. И именно эта цель стоит в стратегии развития российской экономики до 2030 г. [3. С. 167]. Внедрение инноваций часто тормозится нехваткой ресурсов. Инновационная активность РФ уступает западным странам, хотя затраты организаций на данное направление увеличиваются. По показателю Глобальный Инновационный Индекс Россия в 2022 г. заняла 47 место среди 132-х стран, показав стабильную позицию на горизонте пяти последних лет [16]. Лидирующие позиции по показателю индекс инноваций в 2022 г. заняли Швейцария (индекс 64,6) и США (индекс 61,8), в России этот показатель оказался равным 34,3 [23]. Согласно анализу Вологовой Ю.В., затраты организаций РФ на внедрение инноваций выросли с 2010 до 2019 г. в 3,7 раз, на 56,3% в структуре затрат за счёт собственных средств и на 23,2% за счёт средств федерального бюджета [9. С. 157]. Т.е. рост затрат на развитие инноваций не даёт положительной динамики инновационной

¹ Козюра О.П., магистрант кафедры менеджмента и маркетинга; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Koziura O.P., Undergraduate of the Department of Management and Marketing; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg
E-mail: olga_kozyura@mail.ru

² Зелезинский А.Л., доцент кафедры менеджмента и маркетинга, кандидат педагогических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Zelezinsky A.L., Associate Professor of the Department of Management and Marketing, PhD in Pedagogics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg
E-mail: Uchposob@yandex.ru

³ Архипова О.В., профессор кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса, доктор филологических наук, доцент; ФГБОУ ВО "Санкт-Петербургский государственный экономический университет", г. Санкт-Петербург

Arhipova O.V., Professor of the Department of Hotel and Restaurant Business, Doctor of Philosophy, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg
E-mail: olva@list.ru

активности, а значит, либо средств недостаточно, либо они нерационально используются, неправильно выбираются источники финансирования.

В России основным источником финансирования инноваций являются собственные средства, в то время как в развитых странах на 60-70% используются привлечённые ресурсы. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики РФ, доля собственных средств организаций в структуре инвестиций в основной капитал составила 55,4% в 2021 г. с постоянной тенденцией роста на протяжении 4-х лет. Причём, общий объём инвестиций в 2021 г., по сравнению с предыдущим, увеличился на 2 252,7 млрд руб. В структуре привлечённых средств банковский кредит составляет лишь 11% [2]. Очевидно, что механизм банковского кредитования в целом, а инвестиционного банковского кредита в частности, реализован не полностью.

И освещаемая нами тема стала чрезвычайно актуальной сейчас, когда российские компании, особенно наиболее инновационно активного сегмента малого и среднего предпринимательства (далее – МСП), из-за западных санкций столкнулись с проблемой нехватки комплектующих, оборудования, технологий. Для адаптации к изменившимся условиям внешней среды им приходится осуществлять замену активов, что сопровождается ростом потребности в значительном объёме средств, и без долгосрочного заёмного капитала не обойтись.

Мало работ посвящено изучению оптимальных инструментов финансирования в малом бизнесе, в частности, банковский кредит, как источник инвестиций, почти не изучен. Мы постараемся устранить данный пробел, а также систематизировать преимущества и недостатки инвестиционного банковского кредита (далее – ИБК), как источника роста инноваций, что определяет научную новизну работы.

Сначала рассмотрим теоретические аспекты инвестирования деятельности предприятий.

Инвестирование – необходимое условие существования любой компании в условиях динамично развивающейся экономики, в широком смысле, означает вложение средств (расставание с ними) сегодня с целью получения большей суммы в будущем [6. С. 232]. Федеральный закон РФ от 25.02.1999. № 39-ФЗ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений" определяет инвестиционную деятельность как вложение инвестиций с целью получения прибыли или иного полезного эффекта [17]. Понятие "инвестиции" шире, чем понятие "капитальные вложения" – инвестиции в основной капитал. Однако, последние в России испытывают явный недостаток. В соответствии с анализом Меньшиковой М.А. и соавторов, износ основных средств предприятий РФ достигает 49,4%, практически без динамики на протяжении 7 лет, с улучшением ситуации лишь в 2019–2020 гг. (износ уменьшился до 39%), что было связано, по мнению авторов, с ростом капиталовложений [10. С. 187].

Процесс инвестирования позволяет, в случае пассивных инвестиций, сохранить прибыльность компании на существующем уровне, а для её увеличения, роста стоимости компании необходимы активные инвестиции. Важнейшими факторами, связанными с данным процессом, являются время и риск, поскольку в условиях неопределённости внешней среды не все вложения способны обеспечить прибыль, а с течением времени риск невозврата увеличивается.

Для финансирования инновационного процесса можно применять комбинацию капитала из нескольких источников: собственный капитал, привлечённые, заёмные средства. Румянцева Е.Е. отмечает с положительной стороны уменьшение риска компании при использовании собственного капитала, включающего находящуюся в распоряжении предприятия прибыль, амортизационные отчисления по основным средствам и нематериальным активам, страховые возмещения и др. [6. С. 233]. И с этим нельзя не согласиться. Но, помимо ограниченности объёма данного ресурса, важно учитывать, что цена собственного капитала выше цены более рискованных в утрате независимости компании заёмных средств. Соответственно, менеджеры, выбирающие преимущественно безрисковую политику финансирования инноваций, могут отклонять ряд эффективных проектов, отставать от более гибких в выборе источника капитала конкурентов.

Огромную помощь в привлечении необходимого объёма средств с низким риском для компании, особенно значимую для сектора МСП, может оказать государственная поддержка инновационных предприятий в виде прямых инвестиций и косвенного финансирования. Меньшикова М. А. отводит государству значительную роль в активации инвестиционного процесса в РФ. По её подсчётам, 19,1% привлечённого капитала осуществляется за счёт бюджетных средств, что выше доли кредита почти вдвое [10. С.181-183]. Но вследствие ограниченности средств бюджета, рассчитывать на государственную под-

держку могут далеко не все предприятия, а осуществляющие деятельность в перспективных областях. К тому же, как показал анализ Меньшиковой М.А. за 2017–2021 гг., не все регионы РФ имеют равные возможности в получении государственной поддержки. К примеру, большая часть инвестиций из федерального бюджета направляется в Москву и Московскую область [10. С. 182].

Рассматривая разные источники финансирования, следует учитывать стадию инновационного проекта. На ранних стадиях, к примеру, сложно привлечь банковский кредит, а собственных средств недостаточно, и проблему может решить венчурное финансирование с высокой доходностью и риском. Меньшей доходностью, как высказывается Алексеев А.А., но и меньшим уровнем риска (менее 20%) характеризуются портфельные капиталовложения в инвестиции [3. С. 140]. Портфельных инвесторов интересуют в большей степени такие отрасли, как нефтегазовая, металлургия, коммунальные и телекоммуникационные услуги, туризм и отдых, производство и переработка сельскохозяйственной продукции [6. С. 235]. Румянцева Е.Е. также выделяет следующие варианты долгосрочного финансирования [6. С. 238-241]:

- использование преимуществ стратегических инвесторов: связи, обучение, доступ к уникальному оборудованию и т.д., создание со стратегическим партнёром совместной компании. Но стратегические инвесторы заинтересованы в контроле над деятельностью организации, стремятся приобрести её долю от 51%;
- публичная эмиссия акций (доступно для ПАО);
- выпуск облигаций: дорогой и редко используемый инструмент в РФ. Применяется крупными промышленными компаниями, банками, крупными энергетическими и транспортными компаниями. В развитых странах часто применяется долгосрочное финансирование при помощи облигационного займа (популярно в США);
- конвертируемые облигации – менее дорогой инструмент, так как подкрепляется интересом инвесторов в возможности участия в прибыли организации в случае её успеха;
- лизинг (финансовый) как альтернатива покупке дорогостоящего оборудования, как правило, высокотехнологичного (компьютеры, медицинское оборудование).

При формировании инвестиционной политики компании учитывается соответствие деятельности компании и её инноваций программам государственной поддержки, а также учитываются факторы: размер предприятия, цели, требуемый объём инвестиционных средств, цена разных источников финансирования, эффективность и срок окупаемости вложений, зависящие от сроков реализации различных проектов компании, прогнозирование финансовых потоков проектов, риски и другие факторы.

Далее, рассмотрим **специфику инструмента инвестиционного банковского кредита, его влияние на инновационную активность компании.**

Основные принципы заёмного финансирования: принципы возвратности, платности и срочности. Т.е. средства могут быть получены на определённый срок, они должны быть возвращены полностью и с процентами, согласно условиям договора. Наиболее известным и популярным источником заёмных средств является кредит. К принципам банковского кредитования, помимо трёх основных, относятся принцип дифференцированности (условия кредитования в соответствии с платёжеспособностью заёмщика) и принцип обеспеченности (залог имущества, поручительство).

История кредита прослеживается с древних времён. Сначала заимствование осуществлялось на личные потребительские нужды, позднее целью стало финансирование торговли. В Средние века развитие кредитования сдерживалось запретом церкви заработать на процентах, ростовщики подвергались гонениям. Способом обойти эти запреты служило появление торговли через векселя с XIV в. в Европе. В эпоху Возрождения займы были узаконены, в XVI в. в Европе появились первые коммерческие банки. Бурное развитие банковской системы отмечалось со времён промышленной революции, разрастались филиалы. В 1933 г. в США появились инвестиционные банки, специализирующиеся на фондовом рынке. В России первые кредитные организации появились в Москве и Петербурге в 1754 г. по указу Елизаветы. В 1817 г. появился Государственный коммерческий банк, который специализировался на кредитовании купечества [22]. После отмены крепостного права отмечалось ускорение развития банковской системы, замедление – в годы СССР (периодически использовались потребительские кредиты), дальнейший рост – в постсоветскую эпоху.

Современная кредитная система в большинстве стран двухуровневая, что представлено на Рис. 1. Она состоит из Центрального банка и кредитных организаций: коммерческих банков, небанковских кредитных организаций. В мировой практике к кредитной

системе часто относят и другие организации, например, ломбарды, страховые компании и т.д. [22].



Рис. 1 – Структура кредитной системы

Коммерческие банки делятся на универсальные и специализированные (сберегательные, инвестиционные, ипотечные и др.). В РФ также двухуровневая система, состоящая из Банка России и более 900 коммерческих банков. Центральный Банк обеспечивает стабильность банковского сектора, осуществляя реорганизацию проблемных банков и изъятие у них лицензий [7. С. 134]. Помимо ЦБ, разработкой программы инвестиционного развития РФ на федеральном уровне занимаются Министерство Финансов РФ, Министерство промышленности и торговли РФ. Нормативно-правовыми актами, регулирующими инвестиционную деятельность, являются Конституция РФ, Федеральный закон, Указы Президента. Инвестиционная политика регулируется также на региональном и местном уровнях.

Существуют разные виды кредитования юридических лиц: на пополнение оборотных средств, инвестиционный кредит, коммерческая ипотека, лизинг, факторинг. Отдельно следует выделить кредитование малого бизнеса, поскольку во всех странах, включая РФ, существуют программы поддержки. В частности, Программа стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства предполагает предоставление подобным организациям кредита для модернизации производства, приобретения основных средств, запуска проектов. Кредитование осуществляют уполномоченные банки (например, Сбербанк, ВТБ и др.), по льготным ставкам: ниже ставки – в случае деятельности субъектов МСП в приоритетных отраслях экономики (сельское хозяйство, перерабатывающие отрасли, строительство, транспорт, внутренний туризм и т.д.) [17], [18], [19].

Низкие затраты на получение и стандартизация процедур делают кредит универсальным средством заимствования. Процесс кредитования юридических лиц включает следующие этапы:

- подача заявления на предоставление кредита в банк;
- получение от банка списка требуемых документов. Например, для ООО это может быть: устав, учредительные документы, финансовая отчетность за несколько периодов, справка об отсутствии задолженности;
- предоставление этих документов;
- рассмотрение банком заявки, анализ учредительных, финансовых, залоговых документов;
- оформление кредитного договора (в случае положительного решения банка о предоставлении кредита);
- оплата клиентом комиссии;
- зачисление кредита на счёт организации;
- погашение кредита и уплата процентов.

Рассмотрим долгосрочное банковское кредитование, направленное на финансирование инвестиционных проектов по техническому перевооружению, модернизации производственных мощностей, строительство и приобретение зданий, сооружений, оборудования и иных внеоборотных активов, осуществляемое инвестиционными банками. В отличие от классического кредитования, ИБК предусматривает тщательное изучение биз-

нес-плана и финансового анализа инвестиционного проекта, перечень документов предоставляется предприятием-заёмщиком [5. С. 118].

Меньшикова М.А. отметила сложность механизма получения кредитов для реализации инвестиционных проектов. Этот фактор, по её подсчётам, ограничивает инвестиционную деятельность в 48% организаций, а такие факторы как высокая ставка и инвестиционные риски являются ограничивающими в 58% и 60% случаев, соответственно [10. С. 183]. Перзеке Н.Б. разделил препятствия для расширения банковского инвестиционного кредитования реального сектора экономики на две группы: проблемы банков предоставить кредит и проблемы предприятий создать спрос на него [11. С. 222], что отражено на Рис. 2.



Рис. 2 – Препятствия для расширения банковского инвестиционного кредитования

Перечень предложенных Перзеке Н.Б. проблем самого предприятия следует дополнить страхом потери имущества, утраты финансовой независимости, сложность процесса оформления документов и, конечно, факт необходимости возврата долга с процентами. Долг и проценты должны быть возвращены, что может быть как недостатком (риск банкротства), так и преимуществом: ситуация понятна, строго определена, и в случае успеха, не потребуется платить больше.

Инвестиционный банковский кредит, долгосрочный кредит для инвестирования в активы предприятия, позволяет привлечь большой объём средств, требуемый для модернизации производственных мощностей, внедрения новых технологий. Как правило, доступен инструмент для компаний с положительной кредитной историей, работающих в своей отрасли не менее 1-2 лет, зарегистрированных в регионе обслуживания банка, имеющих ликвидное имущество, которое может быть залогом, не имеющих задолженностей по уплате налогов. Особенности инвестиционного банковского кредита: целевой характер и индивидуальный подход к клиенту (заёмщику средств). Условия могут варьироваться в зависимости от целей кредитования и особенностей организации, уровня её доходов и отрасли. Возврат средств и процентов инвестору может быть осуществлён за счёт генерируемых проектом денежных потоков, за счёт продажи оборудования, например, старого. Процесс получения компанией ИБК можно представить в виде схемы (Рис. 3).



Рис. 3 – Процесс получения компанией ИБК

Поскольку ИБК имеет целевой характер, заёмщик обязан обеспечить возможность осуществления банком контроля за использованием кредита, что регламентировано ст. 814 ГК РФ [17].

Особенности банковского кредитования при проектном финансировании:

- кредит в значительном объёме выдаётся на приобретение оборудования, земельных участков, выполнение строительно-монтажных работ;
- приобретённые основные средства проекта служат залогом и могут быть изъяты за неуплату процентов;
- проект рассчитан на определённый срок и способен функционировать отдельно от организаторов [6. С. 236].

При этом, объектом финансирования является проект, а субъекты - стороны, связанные с проектом: инициатор, подрядчики, кредиторы и т.д.

Классификация видов ИБК представлена в Табл. 1.

Таблица 1 – Классификация видов ИБК

Классификационный признак	Вид ИБК
Воспроизводство основного капитала	-реконструкция оборудования; -техническое переоснащение; -покупка нового оборудования и т.д.
Отрасль	Промышленность, сельское хозяйство, торговля, сфера бытовых услуг и т.д.
Цели вложения	-прямые инвестиции (управление); -портфельные инвестиции (получение прибыли)
Срок	Чаще, среднесрочные или долгосрочные (предпочтительно, так как позволяет обеспечить меньший ликвидный риск) [5]
Частота предоставления ДС	-единожды; -периодически; -сезонно
Методы	-разовые выплаты; -кредитная линия

Преимущества и недостатки инвестиционного банковского кредита представлены в Табл. 2.

Таблица 2 – Преимущества и недостатки ИБК [4], [6], [15], [24]

Преимущества ИБК	Недостатки ИБК
Способствует развитию компании, повышению её стоимости, росту инновационной активности	Повышение стоимости реализации проекта
Дифференцированные условия привлечения капитала	Утрата финансовой независимости (риск банкротства) заёмщика
Доступность довольно большого объёма средств	Ограниченность в объёме кредитов, в зависимости от возможностей предприятия масштабам проекта
Возможность выбора банка, условий финансирования	Сложность составления эффективного бизнес-плана, оформления документов
Формирование стабильных финансовых потоков, нормы прибыли, повышение эффективности	Необходимость уплаты основного долга и процентов, предоставление обеспечения
Тщательно проработанный бизнес-план может открыть новые возможности предприятия	Повышение рисков банка и предприятия
Контроль расходов (эффективное расходование средств)	Необходимость предоставить контроль банку
Возможность получить экономию по налогу на прибыль	Ожидание решения банка может быть длительным

Предприятия сектора МСП имеют основания применять данный инструмент. Использование заёмных средств позволяет расширить производство, увеличить прибыль и рентабельность, в том числе, за счёт эффекта "финансового рычага", сэкономяв на налоге на прибыль. Ограничивающим фактором увеличения доли заёмных средств, помимо снижения финансовой устойчивости предприятия, служит требование обеспечения. Малые предприятия зачастую не имеют возможности предоставить банку качественный инвестиционный проект, не располагают ликвидным обеспечением.

Особенности банковского кредитования организаций в России и за рубежом. Срез в сегменте малого бизнеса.

Банковское кредитование в России чаще осуществляется национальными банками, выдвигающими менее строгие условия предоставления кредита, по сравнению с иностранными. Иностранные банки, по мнению Румянцевой Е.Е., стабильнее национальных,

способны предоставить кредит большего размера (от 500 тыс. до 100 млн долл. США, в отличие от возможностей отечественных банков от 20 тыс. до 30 млн долл.), на более значительный срок и по меньшей стоимости [6. С. 233-242]. Ali El Sayed видит в иностранных инвестициях возможность решить проблему нехватки ресурсов, сократить технологический разрыв развивающихся стран [25. С. 257]. Однако, политическая обстановка 2022 г. спровоцировала решение ряда иностранных банков покинуть российский рынок, что снизило возможности использования преимуществ данного источника, одновременно, укрепив позиции отечественных банков.

Наиболее крупными банками России, предоставляющими инвестиционный банковский кредит, являются Сбербанк и ВТБ. Другие банки, также предоставляющие кредиты малым предприятиям: Тинькофф, Альфа-банк, Открытие, Россельхозбанк, ОТП Банк [20]. Крупные кредитные организации (Сбербанк, ВТБ, Открытие) внедрили цифровые платформы по управлению корпоративным кредитованием, что делает процедуру принятия решений по сделке прозрачной, ускоряет процессы рассмотрения заявок, формирования индивидуальных условий займа, минимизирует затраты и риски банков [13].

Шире, чем в России, кредитование развито в США, Германии, Великобритании, Японии и других странах. Справедливости ради, нельзя не отметить и проблемы финансирования в европейских странах: их банки испытывают давление со стороны валюты и банков США. Обзор Векс М. показал, что американские кредитные банки смогли превзойти европейские на международных кредитных рынках. Автор отмечает, что финансовые рынки США близки к идеальным: хорошо развита конкуренция, нет крупных монополистов, тормозящих корпоративное кредитование путём навязывания неблагоприятных условий [27].

На Рис. 4 представлен мировой опыт 11 стран по применению банковского кредитования как источника инвестиций [23].



Рис. 4 – Применение инвестиционного банковского кредита ИБК в зарубежной практике, 2020 г.

В Бельгии отмечается высокий процент (51,6%) использования инвестиционного банковского кредита.

В России в структуре привлечённых средств (44,6%) банковский кредит составляет лишь 11% [2]. Т.е. среди всех источников финансирования, включая собственные, банковский кредит организаций РФ занимает долю лишь в 4,9%, что меньше, чем доля каждой из этих 11 стран.

Рассмотрим ситуацию в наиболее инновационно активном секторе экономики – секторе малого и среднего предпринимательства. Обзор Bakhtiar S. показал: в Австралии и других странах ОЭСР признают важную роль сектора МСП в экономике, видят возможности кредита в расширении производства этих предприятий, анализируют проблемы до-

ступа к кредиту, стараясь их устранить, подключая государственные возможности, что даёт результат [33].

Более высокая инновационная активность предприятий МСП требует дополнительных инвестиций, соответственно, доля привлечения заёмных средств должна быть выше. Эта гипотеза находит своё подтверждение в представленном ниже анализе.

В Бельгии среди малых предприятий, доля использующих кредит в 2020 г. достигла 70,9%, в Финляндии 61%, в Швеции, Люксембурге и Ирландии – выше 40% [23]. Иными словами, популярность инвестиционного банковского кредитования в малом и среднем бизнесе выше, чем в крупных организациях.

Анализ данных в РФ по предоставлению кредитов субъектам МСП за 2020 г. показал рост числа предоставленных кредитов при снижении их размера на 2,2% в 2020 г. по сравнению с 2019 г., выросла задолженность по кредитам на 0,57 п. п. Доля заёмщиков в секторе на 01.01.2021. выросла на 3,6 п. п., по сравнению с той же датой предыдущего года, составив 8,2%, что оказалось выше, чем в Южной Африке (5,6%) и Египте (3,6%). На Рис. 5 представлена структура заёмного финансирования субъектов МСП РФ по экономическим отраслям в декабре 2020 г. [1].



Рис. 5 – Задолженность по кредитам субъектов МСП РФ в млн руб. на декабрь 2020 г. [1]

Общая сумма задолженности составила 5811435 млн руб. и это 15,7% от задолженности по кредитам всех юридических лиц и индивидуальных предпринимателей РФ. При снижении средневзвешенной процентной ставки по кредитам в декабре 2020 г. отмечено увеличение объёмов кредитов сектора малого и среднего предпринимательства в 1,5 раза по сравнению с ноябрём 2020 г. Тренд изменения процентной ставки по кредитам, как правило, повторяет динамику ставки рефинансирования (с 01.01.2016. ключевой ставки), регулируемую Центральным Банком, что отражает денежно-кредитную политику страны. Так, на Рис. 6 можно проследить, как в 2020 г., на фоне кризиса, Банк России снизил ставку до рекордно низкого с 2012 г. значения в 4,25% с целью поддержания экономики на фоне проблем пандемии, а в 2021 г. ключевая ставка существенно возросла, по мнению Меньшиковой М.А., для сдерживания инфляции на фоне превышения спроса над предложением, как последствие санкций [10. С. 181-183]. С 17.09.2022. по настоящее время (08.05.2023.) ключевая ставка Банка России составляет 7,5% [14].

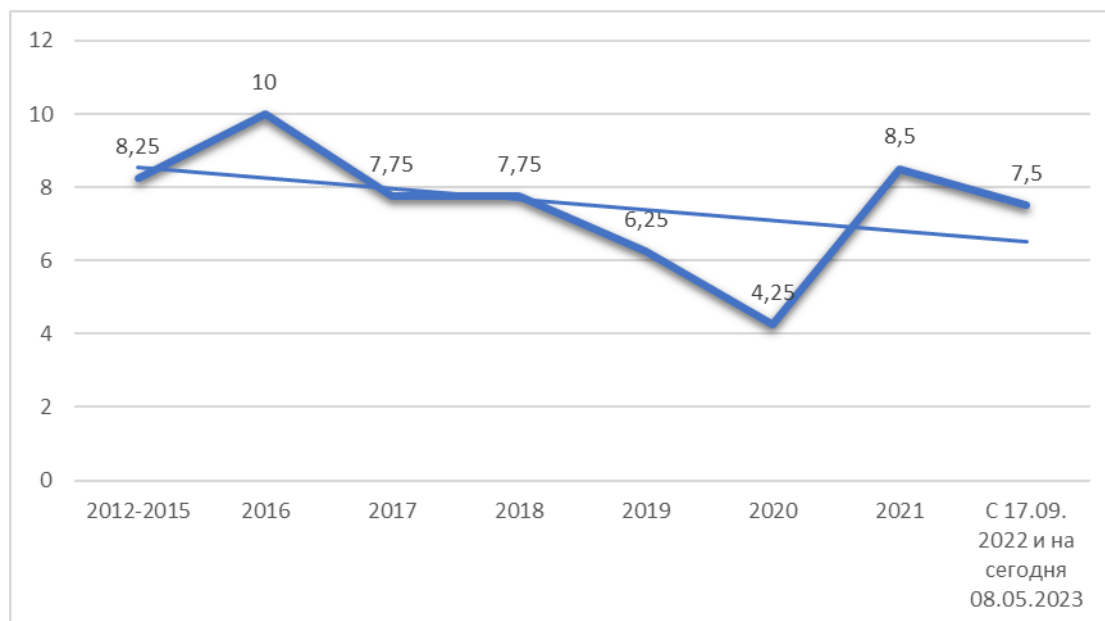


Рис. 6 – Динамика ставки рефинансирования (ключевой) 2012–2023 гг.

Последнее снижение ключевой ставки отмечается на фоне усиления санкций при СВО¹, что также направлено на поддержание экономики. Вероятно, с учётом неопределённости внешней среды в данное время, вряд ли стоит ожидать существенную положительную динамику по привлечению инвестиционных кредитов банков. А рост инновационной активности, соответственно, будет возможен только благодаря господдержке. Государству следует продолжить снижение ключевой ставки, что вызовет рост активности по привлечению кредитных средств и рост модернизации производства.

Величко Д.А. отметил в зарубежных странах высокую государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, составляющего до 60-70% вклада в ВВП страны (Италия, Нидерланды, Норвегия, Израиль), в то время как в России вклад равен 20% в 2022 г. [8. С. 50]. В частности, в США действуют специальные налоговые льготы "бонус первого года", в Канаде, Чили, Дании, США, Великобритании и др. предоставляются государственные гарантии. Автор полагает, что с поддержкой государства, совершенствованием налогово-правовой базы, российский сегмент МСП сможет легче получить доступ к кредитам, что даст толчок развитию сегмента, повышению его роли в экономике государства. Однако, в РФ осуществляется поддержка МСП: "Программа стимулирования кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства", льготные кредиты для малого и среднего бизнеса по программе 1764, о чём упоминалось ранее. Вероятно, следует упростить механизм получения кредитов по данным программам. К примеру, предоставление бесплатных услуг консультанта по возможностям конкретной организации и помощника оформления документов сделает инструмент более доступным для малого предприятия.

Учитывая вышеприведённый анализ российских и зарубежных источников, отмечается прямая взаимосвязь между ставками Банка России и коммерческими банками. Их снижение, на фоне льготного налогообложения, ведёт к росту привлечения заёмных средств в виде ИБК, стимулирует рост затрат предприятий на модернизацию производства, приобретение нового оборудования, в результате чего снижается износ основных средств. А это, в свою очередь, ведёт к росту инновационной активности предприятия. Данная взаимосвязь представлена на Рис. 7.

¹ СВО – специальная военная операция (с 24.02.2022.).



Рис. 7 – Роль ИБК как источника финансирования инноваций (составлено авторами)

Данная схема демонстрирует роль банковского кредита как источника финансирования инноваций. Её следует рассматривать с позиции системного и комплексного подхода, как единую систему взаимодействия государства, кредитных организаций и предприятий (заёмщиков и инноваторов), а также вспомогательных организаций, с учётом влияния факторов внешней и внутренней среды компании.

Таким образом, в РФ низкая доля организаций использует банковский кредит, гораздо ниже, чем в большинстве стран Европы, ниже, чем в Южной Африке, Египте, Тунисе. Отмечается взаимосвязь между снижением цены данного источника финансирования и ростом спроса на него. Можно сделать вывод, что цена банковского кредитования в России выше, чем за рубежом, а условия договора более строгие, что не позволяет широко применять данный инструмент. Государству следует разработать меры по упрощению привлечения заёмных средств с целью модернизации активов, внедрению инноваций, что поможет выполнить стратегические цели развития российской экономики.

В секторе малого и среднего предпринимательства финансовый инструмент ИБК используется чаще, чем в организациях в целом, как в России, так и за рубежом. Вероятно, это связано с более высокой инновационной активностью малых предприятий, а также с тем, что у более крупных организаций шире возможности применения и других источников финансирования (эмиссия облигаций, акций и т.д.).

Применение оптимальных механизмов собственного, заёмного или гибридного финансирования поможет предприятию выжить и опередить конкурентов, справиться с кризисной ситуацией, в чём особенно нуждаются организации малого и среднего предпринимательства.

Список использованных источников

- 1 Банк России. Кредитование субъектов малого и среднего предпринимательства / Статистический бюллетень. – № 7. – М., – декабрь 2020. – 11 с.
- 2 Финансы России. 2022: Стат.сб. / Росстат. – М., 2022. – 392 с.
- 3 Алексеев А.А. Инновационный менеджмент: учебник и практикум для вузов / А.А. Алексеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 259 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-03166-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [<https://urait.ru>].
- 4 Лукасевич И.Я. Финансовый менеджмент в 2 ч. Часть 2. Инвестиционная и финансовая политика фирмы: учебник и практикум для вузов / И.Я. Лукасевич. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2023. – 304 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-03727-2. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/514817>.
- 5 Наточеева Н.Н. Банковское дело: Учебник для бакалавров / под ред. Н.Н. Наточеевой. – 3-е изд., перераб.и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К". – 2020. – 270 с.

- 6 Румянцева Е.Е. Финансовый менеджмент: учебник и практикум для вузов / Е.Е. Румянцева. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. – 360 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00237-9. – Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [<https://urait.ru>].
- 7 Васева И.С. Нормативно-правовое регулирование банковского финансирования инвестиционной деятельности // Юридическая наука. – 2022. – № 12. – С. 133-135.
- 8 Величко Д.А. Малый и средний бизнес в России и мире: главные отличия и тенденции / Инновации и инвестиции. – 2023. – № 1. – С. 49-51.
- 9 Вологова Ю.В. Инновационное развитие российской экономики: состояние и анализ мер государственной поддержки / Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2022. – № 2. – С. 153-168.
- 10 Меньшикова М.А. РЕГИОН: СИСТЕМЫ, ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ / М.А. Меньшикова, В.Н. Ходыревская, И.Р. ЛЯПИНА // РЕГИОН. – 2022. – № 4. – С. 180-190.
- 11 Перзек Н.Б. Проблемы расширения банковского инвестиционного кредитования реального сектора экономики // Учётно-аналитическое обеспечение стратегии устойчивого развития предприятия. – 2022. – С. 220-225.
- 12 Юсупова С.М. Роль малого предпринимательства в экономике России [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал "Вектор экономики" № 8. – 2020 / Yusupova.pdf – Яндекс.Документы (<yandex.ru>) (дата обращения: 20.01.2023).
- 13 Владыко И.Ю. Применение цифровых платформ при финансировании крупных межрегиональных инвестиционных проектов // Редакционная коллегия: И.Р. Ляпина, д-р экон. наук, доц. (председатель); И.А. Маслова, д-р экон. наук, проф. (член редколлегии). – 2023. – С. 69.
- 14 Банк России. Ключевая ставка Банка России / https://cbr.ru/hd_base/KeyRate/(дата обращения: 13.05.2023).
- 15 Главбух Ру [Электронный ресурс] // <https://www.glavbukh.ru/> / (дата обращения: 07.03.2023).
- 16 ИСИЭЗ. Глобальный инновационный индекс. – 2022 // ИСИЭЗ НИУ ВШЭ // <http://issek.hse.ru/> (дата обращения: 28.02.2023).
- 17 Консультант Плюс [Электронный ресурс] // <https://www.consultant.ru> (дата обращения: 13.05.2023).
- 18 Корпорация МСП. Программы льготного кредитования малого и среднего бизнеса, стимулирование кредитования субъектов МСП / https://corpmsp.ru/bankam/programma_stimulir/ (дата обращения: 17.03.2023).
- 19 Министерство экономического развития РФ. Программа льготного кредитования субъектов МСП (Программа 1764) / <http://invest.economy.gov.ru/22/> (дата обращения: 19.03.2023).
- 20 ФинУслуги. Путь предпринимателя: 7 банков, дающих кредиты малому и среднему бизнесу / <https://finuslugi.ru/navigator/kredity> (дата обращения: 06.03.2023).
- 21 BANKIROS / <https://bankiros.ru/business-credits/investicionnyj-kredit?ysclid=lew20dedha530770155/> (дата обращения: 06.03.2023).
- 22 Banki.Ru / <https://www.banki.ru/>(дата обращения: 07.03.2023).
- 23 GlobalEconomy. Innovation index – Country rankings 2022 / https://www.theglobaleconomy.com/rankings/GII_Index/ / (дата обращения: 05.03.2023).
- 24 Invest2you. Банковское инвестиционное кредитование: преимущества и недостатки / <http://invest2you.com/> / (дата обращения: 10.03.2023).
- 25 Ali El Sayed, Rassokha Yauheni Viacheslavovich Theoretical aspects of influence of direct foreign investments on economy // Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление. 2017. – № 1(196). – Р. 256-261 / URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/theoretical-aspects-of-influence-of-direct-foreign-investments-on-economy> (дата обращения: 11.03.2023).
- 26 Bakhtiari S. et al. Financial constraints and small and medium enterprises: A review // Economic Record. – 2020. – Т. 96. – № 315. – С. 506-523.
- 27 Beck M. Extroverted financialization: How US finance shapes European banking // Review of International Political Economy. – 2022. – Т. 29. – № 5. – С. 1723-1745.

VI. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ. ПРОБЛЕМЫ АНАЛИЗА ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЁТ И СТАТИСТИКА

УДК 65.658.1

V.A.Chernenko, A.A.Voronov,
S.S. Shandrov

В.А. Черненко¹, А.А.Воронов²,
С.С.Шандров³

THE FINANCIAL PARADIGM OF THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN ECONOMY

The article deals with financial issues in the context of changes in the content of the processes of development of the national economy, integration processes, changes in monetary and financial regulation. The problems of financial regulation are substantiated and new approaches of monetary and financial interaction with economic entities are proposed.

Keywords: principles, exchange rate, productive capital, production and financial system, regional problems, development model, sustainable development.

ФИНАНСОВАЯ ПАРАДИГМА РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассматриваются финансовые вопросы в контексте изменения содержания процессов развития национальной экономики, интеграционных процессов, изменения денежно-финансового регулирования. Обосновываются проблемы финансового регулирования и предложены новые подходы денежно-финансового взаимодействия с хозяйствующими субъектами.

Ключевые слова: принципы, валютный курс, производительный капитал, производственно-финансовая система, региональные проблемы, модель развития, устойчивое развитие.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-85-92

В июне 2023 г. состоялся 26-й Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ-2023). Основное внимание на Форуме было уделено развитию деловых связей и расширению контактов с торговыми партнёрами из стран СНГ, арабского мира, Индии, Китая, ЕАЭС – АСЕАН, Латинской Америки, которые позволяют России демонстрировать экономическую стабильность под давлением колоссальных санкций. Участники ПМЭФ-2023 приступили к формированию нового пространства доверия, основанного на принципах равноправного торгового партнёрства [5].

На ПМЭФ-2023 подняты важные проблемы, реализация которых определяет вектор развития экономики страны.

В.В. Путин на Пленарном заседании Петербургского международного экономического форума выделил ключевые принципы, на основе которых будет развиваться наша экономика [12].

¹ Черненко В.А., профессор кафедры экономики, организации и управления производством, доктор экономических наук, профессор; Балтийский государственный технический университет "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова, г. Санкт-Петербург

Chernenko V.A., Professor of the Department of Economics, Organization and Production Management, Doctor of Economics, Professor; Baltic State Technical University "VOENMECH" named after D.F. Ustinov, Saint-Petersburg

E-mail: komdep@bstu.spb.su

² Воронов А.А., доцент кафедры финансов и статистики, кандидат экономических наук, доцент; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Voronov A.A., Associate Professor of the Department of Finance and Statistics, PhD in Economics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: mignon1977@gmail.com

³ Шандров С.С., магистрант кафедры экономики, организации и управления производством; Балтийский государственный технический университет "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова, г. Санкт-Петербург

Shandrov S.S., Undergraduate of the Department of Economics, Organization and Production Management; Baltic State Technical University "VOENMECH" named after D.F. Ustinov, Saint-Petersburg

Первый принцип – это открытость. Прочной, предсказуемой основой для углубления международной кооперации видим развитие удобной и независимой платёжной инфраструктуры в национальных валютах, налаживание логистических, кооперационных связей; формирование развития транспортных коридоров, а также наращивание научного, технологического, культурного, гуманитарного и спортивного сотрудничества на принципах равноправия и уважения партнёров.

Второй принцип – опора на предпринимательские свободы. Именно частный бизнес – в жёстких условиях, на фоне попыток любыми способами сдержать наше развитие – доказал, что способен конкурировать на глобальных рынках.

Третий принцип – ответственная и сбалансированная макроэкономическая политика.

Четвёртый принцип нашего развития – это социальная справедливость. У роста экономики и деловой инициативы, индустриальных возможностей и научно-технологического потенциала страны должно быть мощное социальное воплощение.

Пятый принцип, на котором Россия выстраивает свою экономическую политику, – это опережающее развитие инфраструктуры.

Шестой принцип развития – сквозной, объединяющий нашу работу – достижение настоящего технологического суверенитета, создание целостной системы экономического развития, которая по критически важным составляющим не зависит от иностранных институтов.

Основные положения, обозначенные В.В. Путиным, определяют развитие национальной экономики, создают условия комплексного производственно-финансового потенциала. За время работы Петербургского международного экономического форума в 2023 г. подписано более 900 соглашений на общую сумму почти четыре триллиона рублей. Об этом сообщил советник президента России, ответственный секретарь организационного комитета ПМЭФ Антон Кобяков, подводя итоги форума.

На полях ПМЭФ-2023 обозначились векторы международных, государственных, экономических и социальных задач. В дискуссиях приняли участие руководители государств-участников, члены правительства, ведущие специалисты, учёные-практики.

Авторы статьи предлагают алгоритм регулирования экономики в контексте основных ключевых принципов, обозначенных В.В. Путиным, и точек зрения субъектов – физических лиц, принимающих решение в вопросах регулирования экономики РФ.

Развитие национальной экономики определяется финансовой, денежно-кредитной политикой (ДКП). Регулирование ДКП должно обеспечивать устойчивое функционирование всех звеньев финансовой системы, рост экономики страны.

Обоснуем, что ДКП, проводимая Центральным банком (ЦБ), не вписывается в формат национальной экономики и не обеспечивает парадигму развития российской экономики. На протяжении 30-летнего периода регулирования национальной экономики происходит на основе "стабилизационной" программы МВФ, некоторые элементы которой используются регулятором и в настоящее время. "Стабилизационная" программа МВФ предусматривала: открытие экономики для иностранных инвестиций; снижение курса национальной валюты; отмену импортного контроля; предоставление банками кредитов субъектам под относительно высокие процентные ставки; контроль за дефицитом государственного (федерального) бюджета и сокращение расходов; увеличение налогов и др. [18. С. 14]. По сути, "стабилизационная" программа МВФ определяла макроэкономическую ДКП Банка России. Макроэкономический показатель – коэффициент монетизации – не отвечал потребностям национальной экономики. Недостаток денежных средств в экономике страны приводил к росту стоимости создаваемого продукта в обществе, финансово-стоимостным диспропорциям [24. С. 74].

Почему ЦБ инструментом регулирования определил плавающий валютный курс?

Эльвира Набиуллина отмечает, что плавающий валютный курс имеет большие преимущества. Мы и в предыдущие кризисы видели, как он принимает на себя шоки и помогает экономике адаптироваться к изменению внешних условий [3]. Банком России предусмотрено, что курс рубля к доллару будет планомерно снижаться на протяжении всего периода 2022–2025 гг., несмотря на укрепление в 2022 г. В 2023 г. – 80 руб. за доллар, в 2024 г. – 85 руб. за доллар, в 2025 г. – 88 руб. за доллар [25].

Обоснуем влияние плавающего валютного курса и укрепление рубля на развитие экономики. Эльвира Набиуллина обратила внимание на то, что нашим предпринимателям было очень непросто наладить новые каналы поставок, найти новых партнёров в странах, с которыми они раньше не работали. И укрепление рубля, которое произошло в II квартале 2022 г., даёт возможность восстанавливать объёмы и потребительского,

и инвестиционного импорта, несмотря на логистические издержки и повышение отпускных цен, т.е. работает на переориентацию экономики, на новую географию международного сотрудничества, является предохранительным клапаном в ответ на ограничения по поставкам товаров в Россию [3]. Из выступления главы ЦБ следует, что устойчивость курса рубля положительно влияет на развитие экономики. Анализ курсов доллара и евро в 2022 г. определил, что укрепление национальной валюты связано с увеличением курса рубля по отношению к доллару и евро. Так, по состоянию на 11.03.2022., курс составлял: 1 долл. = 120.4 руб., а на 29.06. курс составлял: 1 долл. = 52,9 руб., а в период до 30.11.2022. курс рубля по отношению к доллару составлял около 60 руб. за доллар.

Следуя логике рассуждения главы Банка России – в период укрепления рубля и незначительного колебания курса валюты (по нашим расчётам колебание курса составляло около 1%) создаются условия устойчивого развития экономики [18. С. 15].

В первой декаде июля 2023 г. прошёл Финансовый конгресс Банка России. На дискуссионных площадках затрагивались вопросы развития экономики, финансового регулирования, долгосрочных тенденций на финансовом рынке, денежно-кредитной политики и многие другие [27]. В своём выступлении глава ЦБ обратила внимание, что динамика курса рубля главным образом определяется сальдо внешней торговли. "Сейчас, если мы посмотрим на динамику курса, она тоже во многом объясняется внешней торговлей. Если, например, сравнить положительный текущий счёт в первом квартале этого года [30,2 млрд долл.], то по сравнению с пиком прошлого года он упал в пять раз" [26]. Позиция Эльвиры Набиуллиной относительно зависимости курса рубля от сальдо внешней торговли не убедительна. Динамика экспорта и импорта остаётся стабильной ежемесячно, и резких сдвигов там не наблюдается. В целом, низкий текущий счёт в июне слабо объясняет слабость или крепость рубля, отмечает эксперт Александр Коныгин [13].

Снижение курса национальной валюты можно объяснить следующими причинами.

Во-первых, ЦБ предусмотрено снижение курса рубля к доллару (в 2023 г. – 80 руб. за доллар, в 2024 г. – 85 руб. за доллар, в 2025 г. – 88 руб. за доллар), а регулирование экономики продолжается на основе "стабилизационной" программы МВФ, о чём было отмечено ранее. По состоянию на 0.6.07.2023., на Московской бирже курс доллара достиг 93 руб., а курс евро – 102 руб. Центробанк возобновил операции по покупке и продаже иностранной валюты с 2023 г. Они коснулись пары "юань – рубль" со сроком расчётов "завтра". Операции проводятся в рамках механизма бюджетного правила. На основе курса Московской биржи Банк России устанавливает стоимость валюты на следующий день [16].

Предусмотренное снижение курса рубля к доллару и установление курса валюты на основе показателей Московской биржи – свидетельство приверженности главы ЦБ выполнять "стабилизационную" программу МВФ. "Уступка нерезидентам контрольного пакета Московской биржи позволила им проводить высокомаржинальные (высокоокупаемые) операции с валютой, акциями и иными активами, что позволило им в 2014–2015 гг. получить не менее 30 млрд долл. прибыли от девальвации и спекуляций с валютными облигациями России. За последние 5 лет валютные спекулянты выручили на российском рынке ещё не менее 70 млрд долл. [4].

Во-вторых, макроэкономическое регулирование осуществляется с учётом исполнения доходной части бюджета. Интересы корпоративного сектора и доходы домашних хозяйств остаются на втором плане. В ноябре 2014 г. Банк России принял решение о снижении валютной интервенции (ежедневной) с 3 млрд долл. до 300 млн долл., что привело к росту спроса на иностранную валюту, её курса по отношению к рублю. Снижение курса национальной валюты привело к росту цен, росту спроса на товары в розничной сети. Необходимо было сбалансировать федеральный бюджет в условиях снижения цен на нефть на мировом рынке и снижения доходов в корпоративном секторе экономики. В сложившихся условиях основной источник формирования государственных финансовых ресурсов – это доходы населения страны. Из-за роста инфляции денежные доходы населения трансформировались в финансовые ресурсы государства, прежде всего через ценовой механизм розничного товарооборота, что позволило сформировать доходную часть федерального бюджета в 2014 г. Последствия регулирования Банком России экономики в 2014 г. – снижение положительной динамики поступлений налогов в бюджетную систему страны из-за финансовых проблем в бизнес-среде, снижение реальных доходов населения [28. С. 52-53].

"Каждый рубль за доллар [ослабление] приносит нам примерно 130 млрд [руб.] доходов", – говорил министр финансов Антон Силуанов в интервью "Ведомостям" летом 2022 г. [7].

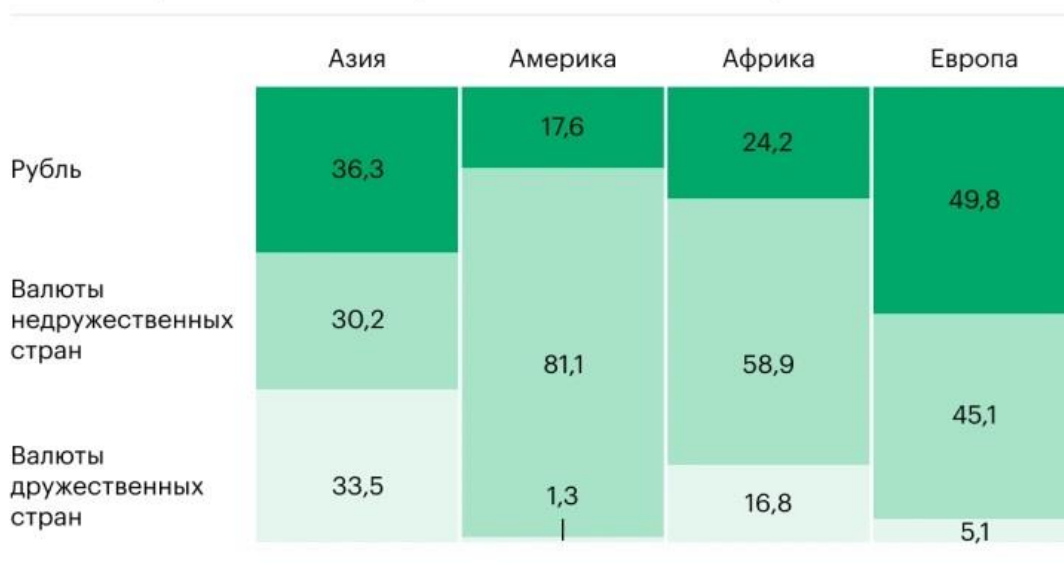
В-третьих, рубль опережает доллар, евро и валюты дружественных стран в расчётах за экспорт из России в Европу и Азию. В мае 2023 г. его доля составляла 49,8 и 36,3% соответственно. С Америкой и Африкой доля рубля составляет 17,6 и 24,2% соответственно, уступая "токсичным" валютам (Табл. 1) [16]. Значительная часть платежей за российские газ и нефть поступает не в долларах и евро, а в рублях, юанях, рупиях, дирхамах и лирах [14]. Несмотря на увеличение расчётов в рублях, ЦБ продолжает деформацию национальной валюты на основе валютных манипуляций с долларом.

Таблица 1

В каких валютах с Россией рассчитываются разные части света

Данные за май 2023 года.

% от всех расчетов за экспорт из России по этим направлениям



Источник: данные Центробанка

© РБК, 2023

Совместные действия Минфина и ЦБ определили рост инфляции. Минфин снизил выплаты по демпферу нефтеперерабатывающим предприятиям, что привело к росту цен на топливо на российском рынке и увеличению поступления доходов в бюджет [10]. Низкий курс рубля привёл к росту инфляции (импортируемая инфляция). Рост инфляции определил решение ЦБ – повысить ключевую ставку. Совет директоров Банка России на заседании 21 июля 2023 г. повысил ключевую ставку на 100 б.п. – с 7,5 до 8,5% годовых.

"Рост инфляционного давления проявляется по всё более широкому кругу товаров и услуг. Это во многом является отражением того, что устойчивый рост внутреннего спроса превышает возможности расширения производства во многих отраслях, в том числе вследствие ограниченности свободных трудовых ресурсов", – указывает ЦБ и вновь обращает внимание на эффект от ослабления рубля [1].

Решения, принятые Минфином и ЦБ, сравнимы с регулированием экономики страны в конце 2014 г. Последствия денежно-финансового регулирования усилили проблемы во всех звеньях финансовой системы.

Исследование причин низкого курса рубля объясняется тем, что алгоритм регулирования экономики за постсоветский период не изменился.

Денежно-финансовое регулирование ЦБ и Минфина не обеспечивает устойчивость и развитие экономики страны. "Сложение прямого и косвенного ущерба (потери российской экономики и симметричная выгода нерезидентов от обеспеченного Банком России неэквивалентного обмена) даёт сумму в более чем 1 трлн долл. (более 2/3 годового ВВП страны) накопленным итогом, или 8% ВВП ежегодно" [4].

Обратимся к выступлению В.В. Путина на форуме. "Соединённые Штаты, отметил В.В. Путин, словно не замечают, что за последние десятилетия на планете сформирова-

лись и всё громче заявляют о себе новые мощные центры. Каждый из них развивает свои политические системы и общественные институты, реализует собственные модели экономического роста" [12]. Российская Федерация и другие страны формируют и развивают собственные модели.

В стране формирование новой модели развития экономики началось в постпандемный период. Усиление санкций со стороны США и их сателлитов определили новый вектор развития национальной экономики на основе широкого использования ресурсного потенциала. Конкретизация направлений развития экономики, обозначенных В. Путиным, предусматривает системный механизм инвестирования, создающий более высокий технологический уровень, обеспечивающий экономический, финансовый, технологический и кадровый суверенитет [23].

Исследование вопросов ДКП (правомерно финансовой политики) позволяет констатировать, что элементы финансовой системы модифицировались. Изменились технологии, инструменты на рынке (в широком формате), категория "финансы" приняла характер сквозного финансирования. В экономике страны комплексно развиваются инфраструктура, экосистемы [29]. Усиливаются интеграционные процессы, развиваются двусторонние отношения, финансовый формат, в том числе расчёты в национальных валютах. Новая парадигма развития изменяет содержательные процессы в производстве на основе комплексного использования ресурсного потенциала страны [30].

Функционирование производительного капитала определяет процесс воспроизводства корпораций – основного звена финансовой системы, а кругооборот денежного капитала непосредственно связан с денежным рынком и рынком капитала. Можно утверждать, что финансовая система претерпела изменение. Дефиниция "финансовая система" трансформировалась в производственно-финансовую систему. Логично, что и методологией исследования выступает производственно-финансовая система, а не финансовая система. Поэтому ДКП может рассматриваться только как составная часть финансовой политики в контексте исследования производственно-финансовой системы страны [17. С. 4640], [19. С. 73].

В.В. Путин на Пленарном заседании Петербургского международного экономического форума выделил ключевой принцип, на котором Россия выстраивает свою экономическую политику, – это опережающее развитие инфраструктуры [12].

Опережающее развитие инфраструктуры в социальной и производственных отраслях российской экономики предусматривает широкое, системное использование материальных, трудовых, интеллектуальных, финансовых ресурсов.

Новый формат развития экономики неразрывно связан и с возрождением межотраслевых балансов, отмечал Михаил Мишустин. Цифровая трансформация государственного управления идёт полным ходом. Происходит разработка основных платформ, которые существенным образом усилят эффективность управления [9].

Важным связующим звеном экономической системы стали межотраслевые балансы, сопряжённые с финансовой системой. Межотраслевой баланс встраивается в парадигму развития экономики России. Флюгер парадигмы развития – кругооборот производительного капитала: $P...T' - D' - T...P$. Кругооборот денежного капитала $D - T...P...T' - D'$ и кругооборот банковского капитала $D - D'$ сопряжённо вторичны по отношению к кругообороту производительного капитала. Именно функционирование производительного капитала определяет процесс воспроизводства корпораций – основного звена финансовой системы страны, обеспечивающего воспроизводство общественного капитала [22. С. 4641].

Сквозной характер экономических отношений, в том числе финансовых отношений, охватывающий все звенья экономической системы, в том числе и финансовую систему, является определяющей формой развития национальной экономики [20. С. 72]. Это требует формирование и реализацию новых подходов регулирования денежных, финансовых отношений Минфином и ЦБ.

Новый формат экономических отношений определяет принятия решений, определяющих устойчивое развитие национальной экономики.

"Познать суть происходящих процессов – феномен человеческого мышления. Понимание экономических процессов, выделение основных элементов, направленных на рациональное решение текущих и стратегических задач, своевременное устранение ненужных элементов в системе в сочетании с ответственностью – высшая форма понимания и осознания человеком окружающего мира" [21. С. 8].

Развитие национальной экономики на качественно новом технологическом уровне требует переосмысления сложившегося инерционного финансового механизма, не обес-

печивающего переход на качественно новый технологический уровень. Переход к новой модели финансового регулирования аксиоматичен. В трансформационной модели национальной экономики предусматривается сквозной инструментарий, затрагивающий все звенья экономической системы [20. С. 72]:

1. Выделение региональных проблем, на основе которых будет определяться объём финансовых ресурсов.

2. Переход от точечного финансирования к сквозному финансированию региональной инфраструктуры, в том числе в рамках национальных проектов, обеспечит решение многих проблем в регионах страны.

3. Расширение платёжеспособного спроса населения – пенсионеров – за счёт увеличения размера пенсий, индексация пенсий работающим пенсионерам. При определении размера пенсий следует абстрагироваться от понятия "прожиточный минимум". Дефиниция "прожиточный минимум", как стоимостная форма, включающая минимальный набор продуктов питания и непродовольственных товаров и услуг, не соответствует потребностям населения страны и интересам государства. Источник расширения спроса этой социальной группы населения – средства Фонда национального благосостояния России. Расширение платёжеспособного спроса обеспечит развитие предпринимательства, его доли в ВВП, рост доходов населения в регионах страны, ликвидность банковской системы. В результате дополнительного привлечения денежных средств населения банками будет отменена правовая норма, определяющая возможность использования бюджетных средств в банковской системе, что позволит в определённой мере устранить нецелевое использование финансовых ресурсов, повысить их эффективность.

Устойчивое развитие национальной экономики невозможно при макроэкономической турбулентности, создаваемой денежными регуляторами. Устойчивость курса национальной валюты – основа устойчивого развития хозяйствующих субъектов, усиления интеграционных процессов, повышения жизненного уровня населения. В отличие от России, в КНР изменение курса доллара и юаня в 2023 г. прогнозируемый. Максимальное значение курса доллара к юаню составит – 6,9602, минимальное – 6,7066, среднее: 6,8144. Среднее отклонение курса доллара к юаню составит в 2023 г. 2,5% [6].

Решение вопроса устойчивости рубля должно закрепляться правовой нормой. Аналогично необходимо закрепить правовой нормой финансовые отношения Минфина с нефтеперерабатывающими предприятиями, что повлияет на снижение инфляции в экономике.

Переход к формату инвестиционной политики, направленной на сокращение регионов-реципиентов. При этом рубль обеспечивается ресурсным потенциалом страны. Напомним, что в ходе денежной реформы 1947 г. были выпущены государственные казначейские билеты, которые обеспечивались всем достоянием Союза ССР. Отсюда, дефиниция, что "несбалансированность денежной и товарной массы приводит к росту инфляции", которой придерживается регулятор, исключается при принятии стратегических решений. Пол Кругман, лауреат Нобелевской премии, отмечал: "Нужно сменить курс от политики жёсткой экономии к активному стимулированию развития экономики... Основным противником такого подхода, монетаристы. Это в них причина всех бед" [8. С. 214]. В основе новой политики должен быть заложен новый формат, направленный на импортозамещение, расширение банками кредитных отношений с корпорациями под относительно невысокие процентные ставки – 3-5% годовых. Ставка рефинансирования Центрального банка РФ не должна превышать 2% годовых. Снижение стоимости заёмного капитала позволит корпорациям высвободить часть созданной стоимости на пополнение оборотных средств и увеличение заработной платы сотрудникам.

Темп экономического роста и доля сбережений в национальном доходе взаимозависимы. Согласно данным ВШЭ и Института исследований и экспертизы ВЭБа, всего 3% россиян (4,5 млн чел.) контролируют 89% всех финансовых активов, 92% всех срочных вкладов и 89% всех наличных сбережений в нашей стране [11. С. 16]. Следовательно, большая часть населения не имеет накоплений.

Денежно-финансовым ресурсом могут являться дореформенные вклады граждан в Сбергательном банке. Приостановка выплат компенсаций продлевается по причине отсутствия источников финансирования и "законодательной области применения долгового рубля. Объём необходимых для их погашения средств в 2022 году составил 49,7 трлн руб. При этом в 2023 году подобная сумма приравнивается к 51,8 трлн руб., в 2024-м – к 53,9 трлн руб." [2].

В законодательстве по компенсации дореформенных вкладов должна учитываться двуединая сопряжённость: эмиссия денег (размер эмиссии определяет правительство)

и приобретение гражданами акций отраслевых предприятий. Приоритеты выбора предприятий определяет правительство в соответствии со стратегией развития экономики.

Таким образом, устранение обозначенных проблем и переход к новой финансовой парадигме развития будут способствовать устойчивому развитию национальной экономики.

Список использованных источников

1. Банк России повысил ключевую ставку сразу до 8,5%. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/21/07/2023/64b995319a7947a84fc5647> (дата обращения: 21.07.2023).
2. В РФ снова отложили полную компенсацию советских вкладов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://finance.rambler.ru/money/47667705-v-rf-snova-otlozhili-polnuyu-kompensatsiyu-sovetskih-vkladov/> (дата обращения: 07.07.2023).
3. Выступление Эльвиры Набиуллиной на пленарном заседании Государственной Думы РФ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cbr.ru/press/event/?id=14311>.
4. Глазьев Сергей, Митяев Дмитрий. Российская экономика недосчиталась триллиона долларов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://argumenti.ru/economics/2022/07/781388> (дата обращения: 19.07.2023).
5. Итоги работы ПМЭФ 2023. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.vedomosti.ru/press_releases/2023/06/19/itogi-raboti-pmef (дата обращения: 10.07.2023).
6. Исторические данные валют USD/CNY. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.investing.com/currencies/usd-cny-historical-data> (дата обращения: 20.07.2023).
7. Как слабый рубль влияет на бюджет. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/14/07/2023/64afcf659a79478a8aaf5f65> (дата обращения: 14.07.2023).
8. Кругман Пол. Выход из кризиса есть! – М.: Азбука бизнеса, 2013. – С. 214.
9. Мишустин возрождает сталинские межотраслевые балансы. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://za-dergavy.livejournal.com/294170.html> (дата обращения: 09.07.2023).
10. Минфин хочет сократить вдвое выплаты нефтекомпаниям. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2023/04/28/973126-minfin-sokratit-neftekompaniyam> (дата обращения: 13.07.2023).
11. Огородников О., Ремизов М. Страна нищих капиталистов // Эксперт. – 2019. – № 18-19(1118). – С. 16.
12. Пленарное заседание Петербургского международного экономического форума. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/68669> Итоги (дата обращения: 20.06.2023).
13. Платёжный баланс России впервые почти за три года ушёл в минус. Повлияло ли это на ослабление рубля. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/11/07/2023/64ad61cb9a79472bb3e0c352> (дата обращения: 11.07.2023).
14. Рубль осваивается в расчётах. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/5952284> (дата обращения: 17.07.2023).
15. ЦБ раскрыл роль рубля в торговле России с Европой, Азией и Америкой. О чём говорит статистика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/finances/15/07/2023/64b1433b9a7947acac20dca0>.
16. ЦБ снова начнёт покупать валюту на Мосбирже. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/news/finance/1072017.html> (дата обращения: 10.07.2023).
17. Черненко В.А. Денежно-кредитная политика при реализации ключевых задач в экономике России [Электронный ресурс] / В.А. Черненко, И.А. Резник // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: сб. материалов Всерос. науч.-метод. конф., Оренбург, 26-27 янв. 2023 г. / Оренбург. гос. ун-т; ред. А.В. Пыхтин. – Оренбург: ОГУ, 2023. – С. 4640.
18. Черненко В.А., Резник И.А. Таргетрегулирование – анахронизм современной экономики // Актуальные вопросы современной экономики: мат. II Междунар. А43 науч.-практ. конф. Санкт-Петербург-Витебск-Астана-Донецк, 20-21 апреля 2023 г. – СПб.: Изд-во БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова, 2023. – С. 15.

19. Черненко В.А. Переформатирование национальной экономики в условиях санкционного режима. Актуальные вопросы современной экономики: мат. Междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург – Донецк – Витебск, 10-11 ноября 2022 г. – СПб.: Изд-во БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова, 2022. – С. 73.
20. Черненко В.А. Переформатирование национальной экономики в условиях санкционного режима. Актуальные вопросы современной экономики: мат. Междунар. науч.-практ. конф. Санкт-Петербург – Донецк – Витебск, 10-11 ноября 2022 г. – СПб.: Изд-во БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова, 2022. – С. 72.
21. Черненко В.А. Финансовая безопасность России / В.А. Черненко. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. – С. 8.
22. Черненко В.А. Денежно-кредитная политика при реализации ключевых задач в экономике России. [Электронный ресурс]. / В.А. Черненко, И.А. Резник // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: сб. материалов Всерос. науч.-метод. конф., Оренбург, 26-27 янв. 2023 г. / Оренбург. гос. ун-т; ред. А.В. Пыхтин. – Оренбург: ОГУ, 2023. – С. 4640-4641.
23. Шесть ключевых задач в экономике России на 2023 год. Стенограмма выступления Владимира Путина на заседании Совета по стратегическому развитию и национальным проектам. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/12/15/stenogramma-vystupeniia-vladimira-putina-na-zasedanii-soveta-po-strategicheskomu-razvitiuu-i-nacionalnym-proektam.html> (дата обращения: 24.06.2023).
24. Экономическая безопасность Российской Федерации: монография / Б.П. Ивченко, В.А. Черненко. – СПб. Изд-во СПбГЭУ, 2022. – С. 74.
25. Экономический прогноз от Банка России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fingeniy.com/ekonomicheskij-prognoz-na-2022-2025-gody-ot-banka-rossii/> (дата обращения: 20.02.2023).
26. В ЦБ объяснили падение курса рубля. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/11/07/2023/64ad61cb9a79472bb3e0c352> (дата обращения: 14.07.2023).
27. Как прошёл Финансовый конгресс Банка России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/partners/64ad2eca7a8aa9171c303b4f> (дата обращения: 19.07.2023).
28. Экономическая безопасность Российской Федерации: монография / Б.П. Ивченко, В.А. Черненко. – СПб. Изд-во СПбГЭУ, 2022. – С. 52-53.
29. Черненко В.А., Шандров С.С. Роль экосистем в развитии автомобильной промышленности // Актуальные вопросы современной экономики: мат. II Междунар. А43 науч.-практ. конф. Санкт-Петербург – Витебск – Астана – Донецк, 20-21 апреля 2023 г. – СПб.: Изд-во БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова, 2023. – С. 246-248.
30. Черненко В.А., Воронов А.А., Резник И.А. Архитектура деятельности компаний и банков в области ESG / Экономический вектор. – 2023. – № 1(32). – С. 94-98.

VII. ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ. БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА

УДК 338.46

A.V.Aleksandrov, G.V. Gulyaev

ANALYSIS OF INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT FOR THE DEVELOPMENT OF THE INDUSTRIAL TOURISM MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION

The article analyzes the currently existing information resources on the Internet dedicated to the development and promotion of industrial tourism in the tourist services market. In the course of the research, the strengths and weaknesses of the main information resources in the field of industrial tourism were identified in order to develop methodological recommendations for their improvement in the conditions of digitalization of socio-economic processes in the service sector. The article highlights the main blocks of reasons that reduce the effectiveness of the promotion and development of industrial tourism programs in the context of its information and analytical support.

Keywords: industrial tourism, information and analytical support, tourist market, information resources, development strategy of industrial enterprises.

А.В.Александров¹, Г.В.Гуляев²

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В РФ

В статье проводится анализ существующих в настоящее время информационных ресурсов в сети Интернет, посвящённых развитию и продвижению промышленного туризма на рынке туристских услуг. В процессе проведения исследования выявлены сильные и слабые стороны основных информационных ресурсов в сфере промышленного туризма с целью выработки методических рекомендаций по их совершенствованию в условиях цифровизации социально-экономических процессов в сфере услуг. В статье выделены основные блоки причин, снижающих эффективность продвижения и развития программ промышленного туризма в контексте его информационно-аналитического сопровождения.

Ключевые слова: промышленный туризм, информационно-аналитическое сопровождение, туристский рынок, информационные ресурсы, стратегия развития промышленных предприятий.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-93-97

Следует признать, что основополагающим фактором в продвижении и развитии промышленного туризма в Российской Федерации является целесообразность создания унифицированных информационных ресурсов и цифровых систем, которые бы позволили проводить аккумуляция данных о предприятиях уже предлагающих услуги по проведению экскурсий или готовых предложить подобные услуги в будущем.

Независимо от выбранного сегмента туристского рынка, можно говорить о существовании тенденции, которая свидетельствует о том, что если потребитель не будет получать достаточную по объёму и доступности информацию, то он вряд ли будет заинтересован в потреблении туристского продукта, даже если первоначально тот был ему интересен. Подобная ситуация касается не только рядового клиента, но и юридических лиц, которые могут быть заинтересованы как в расширении своего бизнеса, создании длительных

¹ Александров А.В., профессор кафедры бизнес-информатики, доктор экономических наук, доцент; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Aleksandrov A.V., Professor of the Department of Business Informatics, Doctor of Economics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: a@gtifem.ru

² Гуляев Г.В., ассистент кафедры бизнес-информатики; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Gulyaev G.V., Assistant of the Department of Business Informatics; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: i@gguljaev.ru

партнёрских отношений, так и поиску дополнительной рекламной площадки. Данные цели могут быть достигнуты посредством создания и развития программ промышленного туризма как возможного дополнительного источника дохода.

Так как промышленный, или индустриальный туризм имеет ряд специфических особенностей реализации туристского продукта, то информация, размещённая на специализированных информационных ресурсах, должна быть подготовлена соответствующим образом, начиная с этапа ознакомления с предложением (посредством рекламы или иными способами) и заканчивая покупкой билета на экскурсию и подготовкой к самому мероприятию [8].

На данный момент многие российские сайты ограничиваются лишь общей информацией о возможности посещения предприятия с экскурсией и контактными данными ответственных лиц или туристских организаций. Более подробную информацию можно найти у агрегаторов, но информация о проведении экскурсии так же ограничивается возможностью оставить свои данные, для того чтобы с клиентом связался специалист поддержки портала.

Для начала рассмотрим основные информационные порталы, на которых представлена информация о предприятиях, предоставляющих свои услуги в рамках реализации программ промышленного туризма. В Табл. 1 представлена статистика посещений и просмотров ряда российских информационных порталов, на которых размещены данные о туристских продуктах в сфере промышленного туризма.

Таблица 1 – Статистика посещений и просмотров ряда российских информационных порталов ([12], [4], [5], [6])

Сайт	Посещаемость в день	Просмотры в день
promtourism. online	150	30
promtourism.ru	30	70
extraguide.ru	10.4K	23.5K

Как видно из представленных данных, посещаемость сайта promtourism. online значительно превышает количество просмотров, что может говорить о том, что этот сайт используется целенаправленно как туроператорами, которые отслеживают обновляющуюся информацию о новых локациях, так и частными экскурсоводами. Так или иначе, сайт больше ориентирован на узкий круг пользователей. Самостоятельно турист, желающий посетить предприятие с развлекательной или профессиональной целью, вряд ли сможет легко и быстро найти нужную ему информацию. Для аналитического сравнения в Табл. 1 также приведена информация по просмотрам и посещаемости агрегатора extraguide.ru [6]. Аналитика посещаемости сайта приведена в целом по всем видам услуг, так как агрегатор не имеет отдельного раздела, связанного с программами промышленного туризма.

На основании данных сайта "Promtourism.online" можно сделать утверждение о том, что ориентированность клиентов на программы промышленного туризма может наблюдаться в зависимости от региона проживания [1]. Рассмотрим распределение предлагаемых программ промышленного туризма по отдельным регионам-лидерам, на основании информации с уже упомянутого выше сайта.

Таблица 2 – Характеристика количества и содержательного контента программ промышленного туризма в региональном аспекте (составлено авторами на основании [5])

№	Регион	Количество задействованных предприятий	Основные проекты в сфере промышленного туризма и их краткое описание
1	Кемеровская область	4	-КАО "Азот" (в качестве объектов показа выступает законченный цикл химического производства); -АО "Угольная компания "Кузбассразрезуголь" (возможность посещения угольных шахт в рамках групповых экскурсий);
2	Нижегородская область	4	-АО "Хохломская роспись" (знаменитый производитель изделий народно-художественного промысла); -Фабрика мороженого "Колибри" (предлагает увидеть процесс производства продукции с дегустацией);
3	Пермский край	7	-ООО "Промобот" (молодой стартап из Перми по производству сервисных роботов демонстрирует возможности собственной инновационной продукции); -АО "Кондитерская фабрика "Пермская" (экскурсии на первое кондитерское производство на Урале и в Сибири); -ООО "ЛУКОЙЛ-Пермнефтеоргсинтез" (предлагает посетить музеи и сам нефтеперерабатывающий завод);
4	Рязанская область	4	-АО "Елатомский приборный завод" (возможность посетить в режиме реального времени производство медицинского оборудования); -АО "Русская пивоваренная компания "Хмельёфф" (демонстрирует экскурсантам весь процесс производства хмельных напитков);
5	Санкт-Петербург	7	-ООО "Ленигрушка" (экскурсия и мастер-класс на старейший завод по производству новогодней игрушки); -Часовой завод "Ракета" (предлагает посетить производство наручных часов и магазин готовых изделий);
6	Свердловская область	4	-ПАО "Уралхиммаш" (экскурсии на производство сосудов и аппаратов высокого давления для различных технологических процессов и установок предприятий); -АО "ЕВРАЗ Нижнетагильский металлургический комбинат" (посещение старейшего металлургического производства с полным производственным циклом);
7	Тульская область	4	-ООО "Тульская Гармонь" (посещение фабрики, где производят гармони); -АО "Тульский молочный комбинат" (посещение фабрики по изготовлению различной молочной продукции);
8	Челябинская область	5	-АО "Челябинский трубопрокатный завод" (экскурсии на крупнейший производитель стальных труб в России); -ЗАО "Практика" (экскурсии и мастер-классы в рамках школы златоустовской гравюры).

Ещё в 31 регионе, информация по которым представлена на портале акселератора, количество предприятий не превышает 1-2, что указывает на очевидную необходимость расширения возможных предложений со стороны промышленных предприятий с точки зрения организации экскурсий и иных досуговых мероприятий на их территории. Если рассматривать уже предложенные варианты организации программ промышленного туризма, то значительную часть будут составлять те, которые предлагают экскурсантам различные мастер-классы, либо дегустацию продукции. Например, в Санкт-Петербурге на ООО "Ленигрушка" [9] можно изготовить и забрать с собой в качестве сувенира ёлочную игрушку, ООО Императорский ювелирный дом "Русские самоцветы" [10] предлагает изготовить простое ювелирное украшение и т.п.

На основе вышесказанного, можно сделать вывод о том, что посещение действующих производств будет востребовано в тех регионах, где уже имеется достаточное количество достопримечательностей в сфере промышленного туризма и есть определённый практический опыт организации подобного рода программ и туров, либо наоборот, в условиях регионов, ориентированных на развитие крупных производств, но не обладающих

значительным опытом в развитии промышленного туризма, требуется усиление информационно-аналитического сопровождения на данном сегменте туристского рынка [2].

Кроме того, при формировании методики информационно-аналитического сопровождения развития программ промышленного туризма, необходимо учитывать тот факт, что крупные предприятия нефтедобывающей, сталелитейной и иных видов тяжёлой промышленности скорее будут интересны посетителям, имеющим опыт работы в данной сфере, либо их посещение может быть связано с профессиональным ориентированием подростков и учащейся молодёжи. В последнем случае могут существовать ограничения по возрасту. Например, металлургические предприятия можно посещать только с 18 лет, что соответствует требованиям безопасности на промышленных объектах [3].

Актуальность развития информационных сервисов по бронированию экскурсий на предприятиях промышленного сектора заключается также в том, что, как правило, посещение заводов и фабрик не планируется и не воспринимается туристами как отдельный вид путешествия, а скорее является дополняющим посещение региона или соответствующей достопримечательности. Например, основная часть туристов, посещающих Сахалин, изначально ориентированы на природные достопримечательности, но их досуг можно разнообразить посещением ООО "Сахалинская Энергия". На данном предприятии туристам предлагают пройти по "заповедным" местам: увидеть действующие производственные площадки, проследить весь путь, как газ попадает в дома по всей России. На предприятии работают специалисты, которые рассказывают об истории предприятия, примерах карьерного роста среди простых рабочих, профессиях, которые необходимо освоить для работы в энергетической сфере и т.д. [11].

Как показывает практический опыт, в случае самостоятельного путешествия заинтересованному клиенту трудно найти и забронировать экскурсию на конкретное предприятие, так как даже на рассматриваемых выше акселераторах не всегда представлен полный спектр всех организаций, которые предлагают посещение своего производства. Как правило, они ограничиваются размещением информации на своём собственном сайте, не прибегая к услугам посредников, что создаёт значительные трудности в коммуникации с туристом и негативно отражается на потенциальном уровне спроса на программы промышленного туризма [7].

Одной из потенциальных причин развития такого рода ситуации может быть неготовность промышленного предприятия к участию в качестве субъекта действий на рынке промышленного туризма по целому ряду объективных причин внутреннего характера, среди которых можно отдельно выделить:

- причины технического характера (невозможность обеспечить безопасность туристов в процессе проведения экскурсии, устаревший цикл производства, отсутствие возможности доступа к отдельным стадиям технологического процесса и т.д.);
- причины экономического характера (отсутствие необходимых средств на оснащение имеющихся производственных помещений под запросы потенциальных туристов, необходимость дополнительных расходов, в том числе на информационную и рекламную поддержку проекта и т.д.);
- причины социального характера (неготовность технического и управленческого персонала к участию в программах промышленного туризма, несоответствие проектов требованиям внутреннего распорядка или принятым нормам организационной культуры и т.д.);
- причины психологического характера (неготовность руководителя или собственника предприятия к подобного рода диверсификации бизнеса, наличие сомнений относительно рентабельности проекта и его жизнеспособности в длительной перспективе).

В дополнение к вышесказанному необходимо отметить и значительное влияние внешних факторов, которые не всегда способствуют успешному информационному сопровождению проектов и программ промышленного туризма.

Как уже было отмечено ранее, одной из проблем, остро стоящих на пути популяризации промышленного туризма в нашей стране, является закрытость с психологической точки зрения как самого руководства, так и коллектива предприятия. Информационный портал "promtourism.online" предпринимает определённые шаги для решения обозначенной проблемы, проводя опрос сотрудников предприятий с точки зрения выявления степени открытости компании, и составляя рейтинг самых открытых компаний с точки зрения организации туристской деятельности на их территории. По мнению авторов, широкое распространение результатов данных опросов среди российских компаний могло бы изменить отношение к идее организации программ промышленного туризма.

Как видно из представленных примеров, перед агрегатором, ориентированным на промышленный туризм, стоит большая задача, в частности, по модернизации формы размещения информации на своём портале. Кроме доступности описания для самого туриста, информация должна быть представлена как для бизнес-туристов, так и для профессионалов (менеджеров и руководителей), с целью вовлечения последних в процесс организации той или иной туристской услуги на своём предприятии.

Рассмотрим основной элемент информационного портала, аккумулирующего данные о программах промышленного туризма – процесс бронирования экскурсии частным лицом. На данный момент, система бронирования по своему типу взаимодействия с потребителем, в основном, является телефонной. Можно говорить о попытках сделать комбинированный тип бронирования, но, тем не менее, к полноценному электронному онлайн бронированию рассмотренные в данном исследовании акселераторы ещё не пришли.

Существенным недостатком системы бронирования туров на промышленные предприятия является отсутствие визуального расписания о возможности посещения по конкретным дням и часам. Также среди недостатков следует отметить невозможность совершения оплаты в режиме реального времени, что также снижает потенциальный уровень спроса на туристские услуги.

Резюмируя всё вышесказанное, необходимо отметить актуальность разработки и внедрения единой, многофункциональной системы информационно-аналитического сопровождения рынка промышленного туризма в России.

Список использованных источников

1. Антонец В.Г. Эффективность промышленного туризма и его влияние на социально-экономическое развитие региона // Сборник научных работ серии "Экономика". – 2021. – № 21. – С. 5-14.
2. Гененко О.Н., Посохова Н.В., Бовкунова Ю.В., Кущенко Е.С. Промышленный туризм как фактор повышения туристской привлекательности региона // Инновации и инвестиции. – 2020. – № 10. – С. 207-210.
3. Костиков А.К., Лихачёв Е.Н. Комплексная модель объектов промышленного туризма // Творчество и современность. – 2020. – № 1(12). – С. 27-34.
4. Официальный сайт "Портал о промышленном туризме в РФ" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://promtourism.ru/> (дата обращения: 07.07.2023).
5. Официальный сайт "Всероссийский Акселератор по промышленному туризму" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://promtourism.online/> (дата обращения: 07.07.2023).
6. Официальный сайт "Экстрагид – поиск по всему миру" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://extraguide.ru/> (дата обращения: 08.07.2023).
7. Официальный сайт "МТС – медиа" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://media.mts.ru/society/203455-industrialnyi-turizm/> (дата обращения: 08.07.2023).
8. Официальный сайт "Промышленный туризм в Санкт-Петербурге" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.visit-petersburg.ru/promtourism/lp/> (дата обращения: 09.07.2023).
9. Официальный сайт "Фабрика стеклянных ёлочных игрушек Ленигрушка" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenigrushka.ru/company/> (дата обращения: 09.07.2023).
10. Официальный сайт "Императорский ювелирный дом "Русские самоцветы" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://russam.ru/about/> (дата обращения: 09.07.2023).
11. Официальный сайт "Сахалинская Энергия" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sakhalinenergy.ru/ru/> (дата обращения: 09.07.2023).
12. Официальный сайт "Сервис самостоятельного продвижения сайта" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://a.pr-cy.ru/promtourism.online/> (дата обращения: 07.07.2023).

УДК 338.2

V.A. Balukova, A.V.Osipenko

**STATE REGULATION OF THE ECONOMIC
ACTIVITY DIGITAL TRANSFORMATION
PROCESSES IN THE FIELD OF DESIGN**

This article features basic digital economics state policy. It covers consequences of economics digital modelling in terms of capital construction projects. The article reveals current level of digital maturity of design processes and its relationship with related areas of economic activity. Particular attention is paid to the integration of the cost estimate system into information modeling processes. Based on the results of the design processes maturity analysis, proposals were formulated on further directions for state regulation of digital transformation.

Keywords: state regulation, digital transformation, design and construction, cost estimating.

В.А.Балукова¹, А.В.Осипенко²

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
ПРОЦЕССОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СФЕРЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ**

В статье рассмотрены основные положения государственной политики в сфере цифровой экономики. Показано влияние процессов цифровой трансформации экономической деятельности на сферу проектирования объектов капитального строительства. Выполнен анализ текущего уровня цифровой зрелости процессов проектирования и её взаимосвязь со смежными областями экономической деятельности. Особое внимание уделено интеграции системы сметного нормирования в процессы информационного моделирования. По результатам выполненного анализа текущего уровня зрелости процессов проектирования сформулированы предложения о дальнейших направлениях государственного регулирования цифровой трансформации.

Ключевые слова: государственное регулирование, цифровая трансформация, проектирование, сметное нормирование.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-98-102

Государственное регулирование цифровой трансформации экономической деятельности направлено на формирование наиболее благоприятных условий для поддержания экономического развития и сохранения устойчивого развития общества. В настоящее время политика государственного регулирования процессов цифровой трансформации экономической деятельности в области проектирования выражается в виде системного подхода, изложенного в Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 гг. (далее – Стратегия) [1].

Стратегия устанавливает основные задачи, излагает пути и мероприятия, необходимые для достижения поставленных целей в сфере информационных и телекоммуникационных технологий, которые в своей совокупности обеспечивают развитие цифровой экономики РФ. Эффективность цифровой экономики зависит от развития технологий обработки данных, что в свою очередь сокращает производственные издержки [2].

Масштаб цифровой трансформации охватывает все сферы экономической деятельности посредством существующих взаимосвязей. В данной статье авторами рассматривается государственное регулирование процессов цифровой трансформации экономической деятельности применительно к сфере проектирования. Проектно-изыскательские работы, как направление экономической деятельности в сфере услуг, представляют собой преобразование технических и функциональных параметров в технические показатели и характеристики, необходимые для строительства

¹Балукова В.А., профессор кафедры "Экономика и управление предприятиями и производственными комплексами", доктор экономических наук, профессор; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский экономический университет", г. Санкт-Петербург

Balukova V.A., Professor of the Department "Economics and Management of Enterprises and Industrial Complexes", Doctor of Economics, Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State University of Economics", Saint-Petersburg

E-mail: balukova_v_a@mail.ru

²Осипенко А.В., главный специалист; ООО "Ленгипроннефтехим", г. Санкт-Петербург

Osipenko A.V., Chief Specialist; LLC "Lengiproneftekhim", Saint-Petersburg

E-mail: osipenko.spb@gmail.com

объектов. Нормативное, правовое регулирование и методическое сопровождение сферы проектирования объектов строительства находятся в сфере ответственности Минстроя России.

Современное развитие цифровой трансформации процессов проектирования осуществляется на основе технологий информационного моделирования [3]. Цифровая информационная модель объекта капитального строительства – это совокупность взаимосвязанных инженерно-технических и инженерно-технологических данных об объекте капитального строительства, представленных в цифровом объектно-пространственном виде.

Предыдущие 10 лет в России динамично развиваются и внедряются технологии информационного моделирования в проектировании. Информационное моделирование рассматривается профессиональным сообществом, с точки зрения инновационного подхода к реализации проектов, посредством управления планированием, проектированием, строительством и эксплуатацией объектов. Актуальность применения данных об объекте востребована на всех этапах жизненного цикла. Электронные по природе цифровые вычисления имеют важнейшее преимущество – повышение динамичности управления, решение задач системным образом, что позволяет качественно изменить подход к развитию процессов проектирования. Опираясь на электронную обработку материалов, возникают возможности использовать для работы значительно больший объём информации, одновременно контролировать эффективность собственной работы, снижая риски ошибок, увеличивать безопасность.

Ответственность за проведение государственной экспертизы проектной документации и результатов инженерных изысканий возложена на ФАУ "Главгосэкспертиза России", иерархически подчинённое Минстрою России. Поэтому механизм государственного регулирования развития цифровой трансформации процессов проектирования наиболее целостно функционирует посредством изменения требований к проектной документации и отчётам по результатам инженерных изысканий, передаваемых для проведения государственной экспертизы.

В соответствии с положениями Стратегии цифровая трансформация процессов проектирования предусматривает переход на использование единой технологии информационного моделирования для всего жизненного цикла проектируемого объекта капитального строительства [4].

Так, с 2022 г. для объектов строительства, финансируемых с привлечением средств бюджетов бюджетной системы Российской Федерации, устанавливается обязательное формирование и ведение информационной модели объекта капитального строительства [5]. С 2024 г. предусматривается обязанность застройщиков (технических заказчиков) по формированию и ведению информационной модели в отношении объектов, реализуемых с привлечением средств участников долевого строительства [6].

Понятие цифровой трансформации неразрывно связано с пониманием постепенного отказа от применения бумажных носителей информации и переходу к единому электронному формату взаимодействия [7]. В развитие указанного формата взаимодействия органов исполнительной власти Минстроем России в декабре 2020 г. утверждена "XML-схема", предназначенная для автоматического формирования заключений государственной экспертизы.

Цифровизация процессов формирования заключений государственной экспертизы, направленная на расширение объёма передачи данных в системе межведомственной интеграции, основывается на применении документов машиночитаемого формата "XML". Для этого в качестве первоначального изменения предусматривается обязательная передача первого раздела проектной документации "Пояснительная записка" и сметной документации на рассмотрение в экспертизу в формате "XML" [8], [9]. Формат документов "XML" расшифровывается как "eXtensible Markup Language". На русский язык данная аббревиатура переводится как "расширяемый язык разметки", получивший наибольшее распространение в сфере совместимости программного обеспечения. Формат документов "XML" позволяет формировать, передавать и однозначно идентифицировать наборы данных в виде текстовых полей, что делает этот формат интуитивно понятным. Конечно, автоматизированная обработка и распознавание электронной информации снижает количество ошибок.

Принципиальное обновление или качественные изменения в работе ФАУ "Главгосэкспертиза России" по сути являются одним из этапов цифровой зрелости процессов проектирования в виде электронного документооборота: обработка обращений и формирование результата в форме заключения государственной экспертизы в режиме реального времени. Механизм функционирует посредством обмена информацией в машиночитаемом виде. На следующих этапах жизненного цикла объектов строительства информация, указанная в заключениях государственной экспертизы, планируется к применению для оформления необходимых разрешительных документов в рамках установленных процедур.

Как отмечалось ранее, цифровая трансформация имеет широкое распространение [10], [11], [13]. Так, развитие процессов информационного моделирования позволило осуществлять представление объектов не только во времени, но и во взаимосвязи проектных решений со смет-

ной стоимостью. Следует отметить, что подобные разработки имеют слабое распространение в России на сегодняшний момент, по причине значительных расходов на создание и поддержание подобных возможностей. Несомненно, флагманом в развитии этого направления выступают организации по проектированию предприятий нефтегазового комплекса [13]. Объем инвестиций в развитие нефтегазового комплекса позволяет осуществлять разработки в части совместимости программных средств, предназначенных для информационного моделирования, и программных средств, предназначенных для разработки сметной документации. Основная цель данных разработок – это обеспечение прозрачности формирования размеров инвестиций, которая реализуется сейчас посредством автоматического расчёта объёмов строительно-монтажных работ. Экономическая составляющая является определяющей при принятии любого проектного решения, особенно в условиях ограниченного финансирования развития предприятий нефтегазового комплекса в современных геополитических условиях.

С точки зрения государственного регулирования процессов проектирования прозрачность в определении сметной стоимости проектируемых объектов также является значимым приоритетом.

Формат документов "XML" уже много лет используется для обмена данными между различным программным обеспечением в сфере сметного нормирования [14]. Поэтому предоставление сметной документации на государственную экспертизу в формате документов "XML" потребовало незначительных корректировок со стороны разработчиков сметного программного обеспечения. Отдельно следует отметить, что сметное программное обеспечение всегда было отечественным.

Несмотря на формализацию общих требований к документообороту в сфере проектирования, ценообразование и сметное нормирование имеет слабую взаимосвязь с развитием информационного моделирования. Несомненно, что задачи по развитию цифровой трансформации процессов проектирования взаимосвязаны. Достижение одной цели находится в прямой зависимости от достижения других. Сейчас опубликованы и ведутся разработки нормативных документов, регламентирующие степень детализации информационной модели. Но существующие требования не учитывают детализацию информации, необходимую для автоматического расчёта объёмов строительно-монтажных работ и соответственно автоматического составления сметной документации. При этом важно понимать, что сметная документация является одним из разделов единого комплекта проектной документации, предоставляемой на государственную экспертизу. В настоящее время в своём развитии цифровая трансформация, обходя область сметного нормирования, направлена на охват дальнейших этапов жизненного цикла проектируемого объекта, а именно систематизацию процессов ведения исполнительной документации в строительстве [15], [16], [17].

Описанная выше сложившаяся ситуация представлена на Рис. 1 в виде структурной схемы развития процессов проектирования.

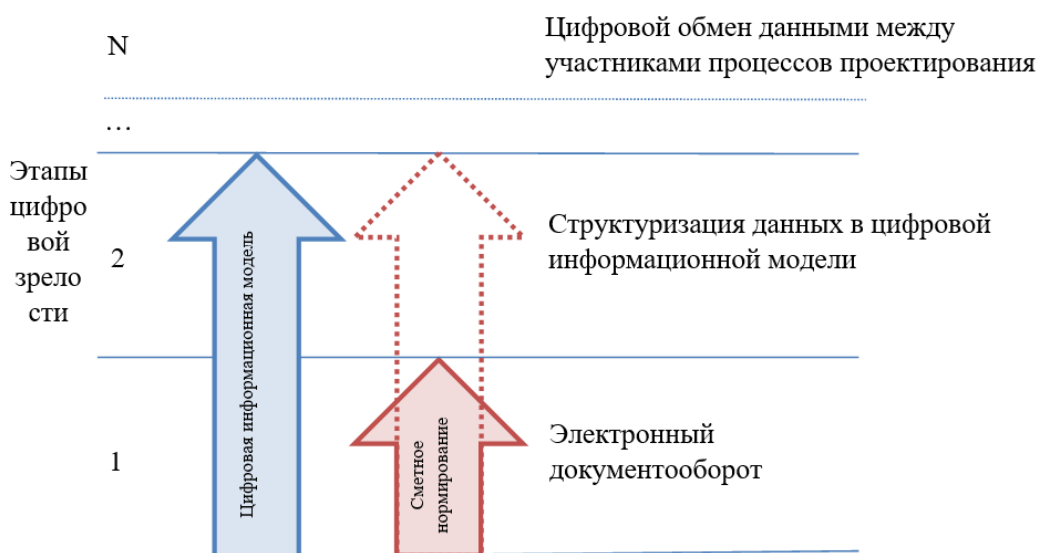


Рис. 1 – Схема развития процессов проектирования

Примечание:

В рассматриваемой схеме под термином "цифровая зрелость" понимается результат цифровой трансформации организаций-участников процесса проектирования, основанный на

модернизации управления производственными и бизнес-процессами с применением систем поддержки принятия решений.

Как видно из представленной схемы, текущий уровень развития технологий информационного моделирования превосходит уровень развития системы сметного нормирования в строительстве по уровню цифровой зрелости. Пунктирной линией показан требуемый (желаемый) уровень цифровой зрелости системы сметного нормирования с целью обеспечения взаимосвязей смежных областей сферы проектирования, направленных на обеспечение общего прогресса в рамках Стратегии развития. Этапы цифровой зрелости, указанные авторами на схеме, приведены исходя из текущих задач и обозначенных правительством РФ приоритетов. Этап под номером "N" идентифицируется авторами гипотетически и обобщённо в единой системе классификации будущих процессов цифровой трансформации, достижение которого вероятно потребует наличия дополнительных ступеней развития или необходимости соответствия отдельным целевым показателям.

Очевидно, что системный подход должен обеспечивать вовлечённость смежных областей в общий центр развития. Проводимые с 2014 г. реформы по переходу строительной отрасли на определение сметной стоимости на основе ресурсно-индексного метода, были и остаются направлены на изменение методов определения потребности и стоимости строительных материалов, изделий и конструкций [18]. Естественно, что развитие технологий информационного моделирования представляет потенциальные возможности для определения соответствующей потребности в ресурсах, но задача по углублению структуризации данных, содержащихся в цифровой информационной модели проектируемого объекта до настоящего времени не сформулирована на законодательном уровне.

Неоспорим и тот факт, что применение формата "XML" при автоматической (программной) проверке со стороны государственной экспертизы сметной документации, сформированной на основании данных, содержащихся в цифровой информационной модели, позволит избежать необоснованного завышения сметной стоимости строительства.

Технологии анализа больших объёмов информации в различных отраслях экономики обеспечивают для государства конкурентное преимущество на мировом рынке. Таким образом, роль государства как регулятора процессов цифровой трансформации является определяющей и носит межотраслевой характер. Формирование цифровой среды и настройка межведомственной интеграции, посредством мгновенного обмена данными, позволит обеспечить основу для повышения эффективности строительной отрасли и производительности труда в том числе [19].

Механизмы стандартизации являются чётко ориентированными и наиболее быстрореализуемыми в части развития технологических отраслей, запуская фундаментальные изменения в логике их развития [20], [21]. Авторами отмечается важность такой задачи как наличие комплексной стратегии создания общей цифровой среды для различных отраслей российской промышленности.

Список использованных источников

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 г. N 203.
2. Моисеев А.Е., Мурашова Н.А. Оценка эффективности цифровой трансформации секторов экономики // Инновации и инвестиции. 2023. № 7. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-effektivnosti-tsifrovoy-transformatsii-sektorov-ekonomiki>.
3. Балукова В.А., Осипенко А.В., Садчиков И.А. Эмпирический анализ цифровой трансформации процессов проектирования российских нефтеперерабатывающих предприятий // Экономический вектор. – 2023. – № 1. – С. 71-76.
4. Распоряжение Правительства РФ от 31.10.2022. N 3268-р.
5. Постановление Правительства Российской Федерации от 5 марта 2021 г. N 331.
6. Постановление Правительства РФ от 20.12.2022. N 2357.
7. Приказ Минстроя России N 783/пр от 12.05.2017 г.
8. Бахтаирова Е.А. Цифровая трансформация государственного управления и новая электронная бюрократия // КЭ. 2021. №6. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-gosudarstvennogo-upravleniya-i-novaya-elektronnaya-byurokратиya>.
9. Письмо Минстроя России от 5 мая 2023 года N 25724-ИФ/00.
10. Осипенко А.В. Практические аспекты внедрения многомерного формата проектирования в рамках популяризации BIM-технологий в России [Электронный ресурс] – 2019 – Режим доступа: <https://ardexpert.ru/article/15458>.
11. Лихтин А.А. Трансформация государственного управления в условиях цифровизации // Управленческое консультирование. 2021. №4 (148). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-gosudarstvennogo-upravleniya-v-usloviyah-tsifrovizatsii>.

12. Чмут Г.А. Цифровая трансформация государственного управления на современном этапе // Вестник ГУУ. 2022. №12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-transformatsiya-gosudarstvennogo-upravleniya-na-sovremennom-etape>.
13. Еловская М.А. Мировой опыт построения цифровой экономики перспективы цифровизации экономики России // Известия СПбГЭУ. 2022. №5-2 (137). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mirovoy-opyt-postroeniya-tsifrovoy-ekonomiki-perspektivy-tsifrovizatsii-ekonomiki-rossii>.
14. Официальный сайт Министерства энергетики РФ, выступление министра Н. Шульгина 15.03.2023г.: "Российский ТЭК успешно развивается даже в условиях внешних ограничений". – URL: <https://minenergo.gov.ru/node/24151>.
15. Никитина Е.А. Внедрение BIM-технологий в сметную документацию // ИВД. 2020. №12 (72). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnedrenie-bim-tehnologiy-v-smetnuyu-dokumentatsiyu>.
16. Приказ Минстроя России от 02.11.2022. N 929/пр.
17. Приказ Минстроя России от 02.12.2022. N 1026/пр.
18. Приказ Минстроя России от 29.11.2022. N 1015/пр.
19. Антонян О.Н., Карпушко Е.Н., Соловьева А.С. Реформа ценообразования и сметного нормирования в строительстве: концептуальный подход к новой системе ценообразования // Экономика строительства. 2017. №4 (46). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/reforma-tsenoobrazovaniya-i-smetnogo-normirovaniya-v-stroitelstve-kontseptualnyy-podhod-k-novoy-sisteme-tsenoobrazovaniya>.
20. IV Международный форум развития и цифровой трансформации городов "Умный город – Умная страна": материалы форума, Уфа, 26-28 июля 2023г. – URL: <https://forumsmartcity.ru/ufa?ysclid=lltcb7mcp501354382>.
21. Разработка документов долгосрочного планирования // <http://www.rgtr.ru/>: сайт. – URL: <http://www.rgtr.ru/press-tsentr/2457?ysclid=llteg4e2v8718051614>.

УДК 338.001.36

А.А. Siniitsina, А.П. Taburchak

STOCHASTIC DOMINANCE IN THE STOCKS OF INNOVATIVE COMPANIES ON THE RUSSIAN STOCK MARKET

During the period of significant economic changes, the role of the state in the economy is strengthening, while the need for efficient resource allocation remains, which is characteristic of the market mechanism. The criterion for determining preferences based on second-order stochastic dominance, considered in the paper, allows the planner to identify the most preferred innovative companies for conducting appropriate policies. The result of the study is a hierarchy of preferences for a set of innovative companies represented on the Russian stock market. The article presents a calculation algorithm for series of different lengths generated by a stochastic process. An overview of the organized capital market for innovative companies is presented.

Keywords: innovative companies, stock market, second-order stochastic dominance, utility function.

А.А.Синицына¹, А.П.Табурчак²**СТОХАСТИЧЕСКОЕ ДОМИНИРОВАНИЕ В АКЦИЯХ ИННОВАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ ФОНДОВОМ РЫНКЕ**

В период существенных экономических изменений происходит усиление роли государства в экономике, при этом сохраняется потребность в эффективности распределения ресурсов, которая свойственна рыночному механизму. Критерий определения предпочтений на основе стохастического доминирования второго порядка, рассматриваемый в статье, даёт возможность планеру выявить наиболее предпочтительные инновационные компании для проведения соответствующей политики. Результатом исследования является иерархия предпочтений по набору инновационных компаний, представленных на российском фондовом рынке. В статье приведён алгоритм расчёта для рядов разной длины, порождаемых стохастическим процессом. Представлен обзор организованного рынка капитала для инновационных компаний.

Ключевые слова: инновационные компании, фондовый рынок, стохастическое доминирование второго порядка, функция полезности.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-103-107

Введение

Новые экономические условия, в которых на данный момент находится Российская Федерация, затрудняют доступ к капиталу на мировых рынках во многих областях. В связи с этим возрастает значимость государственных инвестиций, а именно вопрос эффективности их осуществления.

Согласно теореме о разделении Фишера: при наличии совершенного рынка капитала производство регулируется только объективным рыночным критерием (максимизация прибыли) без учёта субъективных предпочтений отдельных лиц, которые реализуют решения о потреблении. В таком случае распределение ресурсов, основанное на равновесной процентной ставке и децентрализованном выборе домашних хозяйств и фирм, является Парето-эффективным (не может быть получено распределение ресурсов, благоприятствующее в большей степени какому либо из экономических объектов, без ухудшения положения какого-либо другого экономического агента). Таким образом, в случае, когда появляются ограничения и рынок перестаёт быть совершенным, планер (государство/правительство), как минимум, хотел бы иметь информацию об уровне предпо-

¹ Синицына А.А., доцент кафедры менеджмента и маркетинга, кандидат экономических наук, доцент; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Siniitsina A.A., Associate Professor of the Department of Management and Marketing, PhD in Economics, Associate Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg

E-mail: severanna@mail.ru

² Табурчак А.П., декан факультета экономики и менеджмента, доктор экономических наук, профессор; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)", г. Санкт-Петербург

Taburchak A.P., Dean of the Faculty of Economics and Management, Doctor of Economics, Professor; Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Technological Institute (Technical University)", Saint-Petersburg
E-mail: ta@inbox.ru

чений, аналогичном рыночному, для осуществления инвестиций. Особенно это актуально для инвестиций в инновации, как одной из четырёх основных движущих сил в экономике. Наше исследование будет сосредоточено на выявлении данных предпочтений, а также на последующем объяснении их ранжирования. В качестве базы данных будет использована информация с российского фондового рынка сектора инноваций. Теоретическим обоснованием выявления предпочтений является теория общего равновесия с методологией принятия решений на основании критерия стохастического доминирования. Отдельные попытки применения стохастического доминирования для отбора инновационных компаний уже появлялись, например работа Леи и Луо [1].

Источник данных

Начиная с 2009 г. на Московской бирже была запущена секция Рынка Инноваций и Инвестиций (РИИ Московской биржи). Данный сектор предназначен для высокотехнологичных компаний – это была первая попытка создать на российском рынке аналог NASDAQ.

Секция РИИ создавалась совместно с "Роснано" и задумана для катализации развития таких секторов экономики, как ядерная промышленность, приборостроение, фармацевтика, химическая и лазерная промышленность. В рамках секции РИИ существует координационный совет, в состав которого входят представители профильных министерств. Совет занимается проработкой государственной политики по внедрению инноваций в производство, привлечению инвестиций в технологические предприятия и развитием рынка инновационной продукции. Главной целью деятельности РИИ является развитие малых и средних предприятий в сфере инноваций, а также создание новых инновационных компаний.

Для оценки сектора инновационных компаний был создан специальный индекс – MICEXINNOV. Для расчёта индекса используется ценовая информация по одиннадцати инновационным компаниям из различных секторов: ПАО Завод экологической техники и экопитания "ДИОД", ОАО "Донской завод радиодеталей", ПАО "Институт Стволовых Клеток Человека", ПАО "Фармсинтез", ОАО "Левенгук", ОАО "Мультисистема", АО НПО "Наука", ПАО "ЧЗПСН-Профнастил", PLC "QIWI", ПАО Группа Компаний "Роллман", ПАО "Объединённая авиастроительная корпорация". Отсутствие в индексе IT компаний обусловлено существованием отдельного отраслевого индекса – MOEXIT, в который входят: PLC Cian, PLC HeadHunter Group, PLC Ozon Holdings, ПАО "Группа Позитив", PLC Noventiq Holdings, VK Company LTD, Yandex N.V.¹

В нашем исследовании мы использовали ценовую информацию по приведённым компаниям из официального архива Мосбиржи [2]. Были использованы месячные данные до 04.2023 с момента начала торгов по каждому инструменту на Московской бирже. Полученные ценовые ряды были преобразованы в ряды доходностей, по формуле исходя из допущения о логнормальном распределении цен:

$$r_t = \ln\left(\frac{P_t}{P_{t-1}}\right),$$

где:

r_t – доходность за период t ,

P_t – ценовое значение в период t .

Теоретическое обоснование

Нашей целью является ранжирование компаний и выявление рыночных предпочтений не с точки зрения портфельной теории инвестиций. В этом случае экономический агент оценивает вклад каждой отдельной акции в его существующий портфель с точки зрения оценки ковариации доходности данной акции по отношению ко всему портфелю и соотношения доходностей. Нами будет применяться соответствующий критерий с точки зрения инвестирования в компанию, как в отдельный инновационный проект. В данном случае методология сравнения будет опираться на критерий стохастического доминирования.

Избегающий риска инвестор всегда предпочитает стохастически доминирующую инвестицию, а избегание риска является характеристикой, которую общество хотело бы видеть у планера. Также критерий более общий в том смысле, что меньшее число допущений требуется для его применения. Стохастическое доминирование первого порядка требует лишь, чтобы функция полезности для экономического агента, принимающего решение, была неубывающей. При этом стохастическое доминирование второго порядка требует дополнительно к неубывающему характеру функции полезности только выпуклость. При этом, каких-либо ограничений на функцию вероятности не накладывается. Мы будем использовать общепринятые в научной литературе определения [3], [4].

Определение 1.

¹ Далее для простоты для обозначения компаний будут применяться их биржевые тикеры.

Мы говорим о стохастическом доминировании первого порядка случайной величины X над случайной величиной Y , если $Y = X + \varepsilon$, где $\varepsilon \leq 0$.

Или эквивалентно:

Функция распределения $Y, F_Y(z)$ превосходит функцию распределения $X, F_X(z)$ для всех Z :

$$F_Y(z) \geq F_X(z) \forall z$$

Определение 2.

Мы говорим о стохастическом доминировании второго порядка случайной величины X над случайной величиной Y , если распределение Y равно распределению $X + \varepsilon + \delta$, где $\varepsilon \leq 0$ и для случайной величины $\delta, E[\delta|X + \varepsilon] = 0$.

Или эквивалентно:

Площадь под функцией распределения $Y, F_Y(z)$ больше, чем под функцией распределения $X, F_X(z)$ для всех Z :

$$\int_{-\infty}^z F_Y(z) dz \geq \int_{-\infty}^z F_X(z) dz \forall z$$

и

$$\exists z: F_Y(z) \neq F_X(z)$$

Следует отметить, что для стохастического доминирования второго порядка достаточным условием является наличие стохастического доминирования первого порядка.

Методология исследования и результаты

Доходность отдельной акции представляет собой случайную величину. На основе исторических данных мы имеем ряд доходностей, по которому может быть получена оценка распределения случайной величины. Пример гистограммы частот для ряда доходностей акций ПАО Завод экологической техники и экопитания "ДИОД" представлен на Рис. 1.

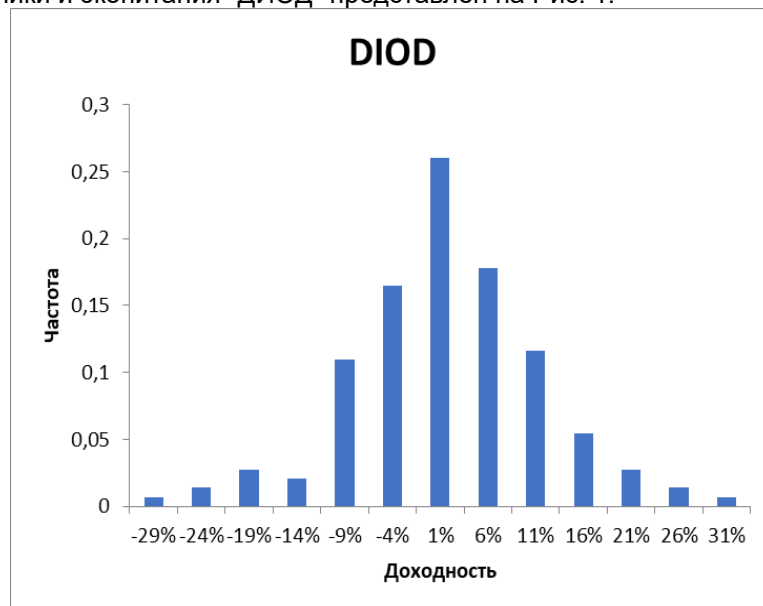


Рис. 1 – Распределение доходности акций DIOD

Далее проводилось попарное сравнение по критерию стохастического доминирования второго порядка среди 18 акций. Сравнение проводилось с применением алгоритма, написанного на языке Python. В связи с тем, что ряды данных имели разную длину, прямое сопоставление было невозможно. В данном случае, использовалась интерполяция значений процесса, на основе равномерно распределённых точек на интервале от 0 до 1, чтобы создать упорядоченный массив значений, который можно использовать для вычисления площади под кривой кумулятивной функции распределения. Пример визуализации сопоставления двух рядов данных представлен на Рис. 2. В

данном случае отчётливо видно, что ряд данных 1, генерируемый процессом 1, доминирует над рядом данных 2, генерируемым процессом 2.

Фрагмент кода, описывающий процесс сравнения двух рядов данных, представлен на Рис. 3.

Результат попарного сравнения позволил получить следующую иерархию, начиная от наиболее предпочтительной компании к наименее предпочтительной.

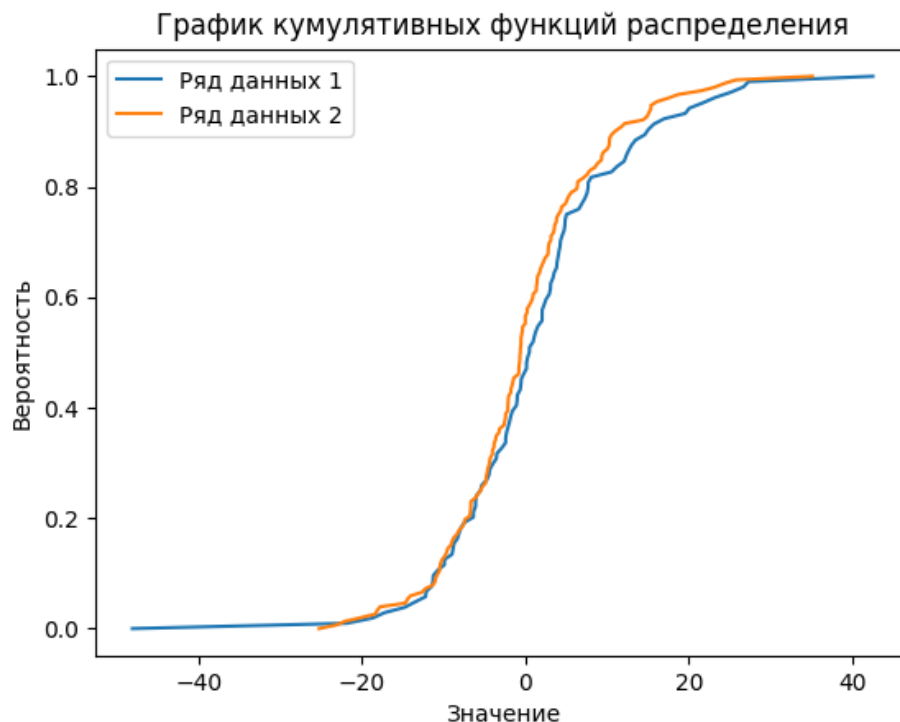


Рис. 2 – Сопоставление двух рядов данных

```
def stochastically_dominates_second_order(process1, process2):  
    if np.array_equal(process1, process2):  
        return False  
    else:  
        x = np.linspace(0, 1, len(process1))  
        y1 = np.interp(x, np.linspace(0, 1, len(process1)), np.sort(process1))  
        y2 = np.interp(x, np.linspace(0, 1, len(process2)), np.sort(process2))  
        return np.trapz(np.sort(process1), np.linspace(0, 1, len(process1)))  
        <= np.trapz(np.sort(process2), np.linspace(0, 1, len(process2)))  
  
def main():  
    file1 = 'data1.csv'  
    file2 = 'data2.csv'  
    df1 = read_csv(file1)  
    df2 = read_csv(file2)  
  
    if stochastically_dominates_second_order(df1['Change %'], df2['Change %']):  
        print("Ряд данных 2 стохастически доминирует над рядом данных 1")  
    elif stochastically_dominates_second_order(df2['Change %'], df1['Change %']):  
        print("Ряд данных 1 стохастически доминирует над рядом данных 2")  
    else:  
        print("Ни один из рядов стохастически не доминирует над другим")
```

Рис. 3 – Фрагмент кода с алгоритмом для сопоставления процессов по критерию стохастического доминирования

Иерархия рыночных предпочтений:

POSI > PRFN > ISKJ > NAUK > HHRUDR > YNDX > DZRD > UNAC > LVHK >
QIWIDR > LIFE > OZONDR > DIOD > CIANDR > MSST > VKCODR >
RLMN > SFTLDR.

Полученная иерархия открывает широкие возможности для проведения дальнейших исследований от кластерного анализа и выявления отраслевых предпочтений в экономике [5], [6], [7], до определения доминирующих факторов внешней или внутренней среды, определяющих привлекательность инновационных компаний [8].

Список использованных источников

1. Y. Lei, J. Luo. Stochastic optimization for innovation project portfolio selection under uncertainty. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 66(2), 2019. DOI: 10.1109/TEM.2018.2843241.
2. Архив котировок Московской биржи // [электронный ресурс] – URL: <https://www.moex.com/ru/marketdata/archive/>.
3. L. Lee, K. Lee. Stochastic Dominance under the Copula Framework: A Generalized Approach. *Insurance: Mathematics and Economics*, 86, 2019. DOI: 10.1016/j.insmatheco.2019.02.009.
4. W. D. K. Wong, K. M. W. Wong. Stochastic Dominance and Mean-Variance Measures of Profit and Utility for Discrete Probability Distributions. *Operations Research*, 62(6), 2014. DOI: 10.1287/opre.2014.1286.
5. R. Drechsler, C. P. J. Martin, J. Loydell. Innovation Management in the Digital Age: An Exploratory Study in the Media Industry. *International Journal on Media Management*, 23(4), 2021. DOI: 10.1080/14241277.2021.1938567.
6. M. J. P. Leite, A. R. G. Pereira, E. Torkomian. Innovation Management in the Pharmaceutical Industry: A Systematic Review of Success Factors. *Journal of Business Research*, 130, 2021. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.07.006.
7. R.M. Tavana, A.H. Ebrahimi, H. Diabat. A Configurational Approach" авторов. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 44(5), 2020. DOI: 10.1177/1096348020960573.
8. S. Salunke, S. Weerawardena, S. McColl-Kennedy. Innovation management practices and their impact on innovation performance. *Journal of Business Research*, 68(1), 2015. DOI: 10.1016/j.jbusres.2014.06.024.

УДК 330.341

A.N. Tsatsulin

ANALYSIS OF THE PERFORMANCE OF THE ENTERPRISE IN THE CONCEPTS OF THE "GOLDEN RULE" OF THE ECONOMY AND THE BALANCED SCORECARD

The article is devoted to the consideration of two conceptual approaches to assessing the state and prospects for the development of economic entities in the real sector of the economy on the example of the so-called "golden rule" of the economy and the balanced scorecard. The relevance of the material of the article lies in the fact that the borrowed foreign methodology for studying the actual state of the enterprise, however, allows not only to assess the production and human potential of an economic entity in dynamics of the analyzed period, but also to assist in the development of enterprise development plans for the future of various durations and the development of an individual development strategy in a particular market space in the areas of investment, innovative improvement, marketing policy development, corporate culture, increasing market activity, strengthening business reputation and competitive positions.

The purpose of the study is to test the effectiveness of the methodology of both approaches and the effectiveness of the tools used on the examples of enterprises in the real sector of the economy. The index method of statistical research was used as a toolkit when fulfilling both the "golden rule" and the balanced system of standard technical and economic indicators. The calculations are summarized in tables, illustrated with graphic drawings. The results of the analysis are discussed and commented on taking into account the specific characteristics of the sectoral activities of the selected economic entities. The article draws the necessary conclusions regarding the similarities and differences of the considered methodologies and assesses the prospects for their use in solving applied problems of analysis.

Keywords: conceptual approach, "golden

А.Н.Цацулин¹**АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В КОНЦЕПЦИЯХ "ЗОЛОТОГО ПРАВИЛА" ЭКОНОМИКИ И СБАЛАНСИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ**

Статья посвящена рассмотрению двух концептуальных подходов к оценке состояния и перспектив развития экономических субъектов реального сектора экономики на примере так называемых "золотого правила" экономики и сбалансированной системы показателей. Актуальность материала статьи заключается в том, что заимствованная зарубежная методология исследования фактического состояния предприятия, тем не менее, позволяет не только оценить производственный и человеческий потенциал экономического субъекта в динамике анализируемого периода, но и оказать помощь в разработке планов развития предприятия на перспективу разной длительности и выработке индивидуальной стратегии развития в конкретном рыночном пространстве по направлениям инвестирования, инновационного совершенствования, разработки маркетинговой политики, корпоративной культуры, повышения рыночной активности, укрепления деловой репутации и конкурентных позиций.

Цель исследования сводится к проверке действенности методологии обоих подходов и эффективности используемого инструментария на примерах предприятий реального сектора экономики. В качестве инструментария был задействован индексный метод статистического исследования при выполнении как "золотого правила", так и сбалансированной системы типовых технико-экономических показателей. Расчёты сведены в таблицы, проиллюстрированы графическими рисунками. Результаты анализа обсуждены и прокомментированы с учётом специфических характеристик отраслевой деятельности выбранных экономических субъектов. По статье сделаны необходимые выводы, касающиеся сходства и различия рассмотренных методологий и оценены перспективы их использования при решении прикладных задач анали-

¹ Цацулин А.Н., профессор кафедры менеджмента, доктор экономических наук, профессор; Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы (СЗИУ РАНХИГС) при Президенте РФ, г. Санкт-Петербург

Tsatsulin A.N., Professor of the Department of Management, Doctor of Economics, Professor; North-West Institute of Management of the Russian Academy of National Economy and Public Administration (SZIU RANHIGS) under the President of the Russian Federation, Saint-Petersburg
E-mail: vash_64@mail.ru

rule" of business, balanced scorecard, index method, dynamics indicator, competitiveness, majoritarian inequality, producer's market share, market activity, business reputation.

за.

Ключевые слова: концептуальный подход, "золотое правило" бизнеса, сбалансированная система показателей, индексный метод, индикатор динамики, конкурентоспособность, мажорантное неравенство, рыночная доля производителя, рыночная активность, деловая репутация.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-3-34-108-122

"Tomorrow the state of the economy
will be better than ... the day after tomorrow".

(One of cautious statement
Of Russian's Academy of Sciences academicians)

Introduction

The turn of the 20th and 21st centuries was marked by a series of transformations of the Russian economy, which turned out to be associated with a change in the management model of the national economy – the transition from an erased administrative command to a sharply defined quasi-market essence. And also - with the entry into the phase of post-industrial, innovative development, with the accelerated digitalization of the economy and society, with the development of artificial intelligence and complex neural networks, with the active introduction of robotics in the real sector of the economy and, of course, with the aggravation of geopolitical risks and geostrategic threats to sustainable growth due to with the global restructuring of the not always effective system of state regulation of the economy.

The social and economic costs of carrying out such transformations were especially acute in the last years of the post-crisis period before the start of the Special military operation. Although, after a sharp decline in Gross domestic product in 2009, the domestic economy as a whole recovered, it continues to be under pressure from a set of negative transformational factors, which is expressed in sustainable macroeconomic stagnation, which has been undermining the economy non-stop and noticeably since 2013.

The quality of the financial condition of an economic entity (EE) is largely determined by the level of its business activity in the commodity markets. The criteria for the business activity of an enterprise include indicators that reflect the qualitative and quantitative aspects of its development and the characteristics of its production and economic activities: the volume of sales of products, works and services, the breadth of sales markets and the product range, the range of products, various types of profit, the value of net assets, time and the speed of their turnover, liquidity characteristics and other general and special financial, economic and technical and economic indicators.

Current information for conducting a financial analysis of the state of an economic entity, in addition to accounting information, can be obtained from the updated forms of official statistical reporting: Report on the use of funds F. No. 1-f; Report on the composition of funds and sources of their formation F. No. 2-f; Statement of financial results F. No. 5-f; Report on the status of settlements F. No. 6-f and some other special forms of enterprise reporting.

The degree of its financial attractiveness for shareholders, participants, shareholders, vendors, buyers, customers, banks and other legal entities and individuals depends on the good or bad financial condition of the EE. The listed actors of financial markets and active participants in economic processes have a completely market opportunity to really choose the method of their interested interactions between a particular and other EE that are able to fully satisfy their aggregate or individual financial interests.

Moreover, in the models of market behavior of one or another large EE of the real sector of the economy and in its approaches to managing a native, complexly structured organization, there must necessarily be a kind of synergistic symbiosis of a well-known philosophical concept and ethical principle, the meaning of which is to relate to other participants. the way you would like to be treated. This principle is intended to help the organization create an appropriate management culture (not necessarily of a corporate type) based on trust and mutual respect between all employees, all clients and all other stakeholders without any discriminatory exception [14].

The business activity of the EE is directly related to its business reputation in the market, and it is the latter that is a voluntary criterion in the procedure for all kinds of rating assessments used in competitive and tender tests of city, regional and similar selection commissions in strict accordance with Federal

Law No. 44¹. The fixed rating score is reflected and sometimes widely covered in specialized media channels.

Nevertheless, official organizations that carry out and advertise such ratings should not be accredited by the Federal Accreditation Service of the Russian Federation – Rosaccreditation (Rosreestr), but their activities must necessarily fit into the requirements of GOST R-66 dated 01.03.2016 and comply with the conditions of Rosstandart certification. The selection by competition of packages of submitted documents from applicants, for example, city, municipal, etc., is carried out according to a number of agreed criteria. According to one of the requirements in the selection of enterprises, the significance of the business reputation criterion turns out to be very high and sometimes reaches 30%, i.e., almost 1/3 among other weight characteristics according to other signs of forced rating.

Purpose of the study

How to achieve high public ratings, how to increase the capitalization of the solidary reputation and the level of business activity of EE in the market space? Let's consider two relatively modern and relatively efficient systems, which, unfortunately, are not the product of domestic research by analysts, but are of particular interest. These are conceptually close systems, the names of which are given in the title of the article; their content side and prospects of possible applied use in solving problems of technical and economic analysis form the modest goal of this article material.

In world practice, in order to quantify business reputation and business activity, the "golden rule of enterprise economics" (GRB)² is used, according to which, in its simplified version, the following three

quantities are considered: $\mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}}$ – the growth rate of balance sheet (gross) profit Π_W in the reporting year ("1") compared to the base year ("0"); $\mathfrak{S}_{W1/0}$ – the growth rate of sales volume (W); $\mathfrak{S}_{A1/0}$ – the growth rate of the sum of all assets (non-current and working capital) of the economic entity (A). The optimal ratio here is the following ratio of the indicated indices, traditionally calculated as a percentage, in the form of a strict majorant inequality:

$$\mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}} > \mathfrak{S}_{W1/0} > \mathfrak{S}_{A1/0} > 100.00\%. \quad (1)$$

In general, compliance with the "golden rule" of the economy (GRP) means that the production and economic potential of EE increases measurably in the reporting year compared to the previous one, and it is desirable that this happens for a sufficiently long time (for example, within the given life cycle of LCA and its stages) in the mode of an annually repeating cycle. Often, network traders reduce the economic analysis of the development of a trading enterprise to an assessment of asset turnover ratios, capital, liquidity, as well as all kinds of profitability characteristics. However, such diagnostics has a set of limitations in its use:

- static assessment of financial ratios, which makes it difficult to analyze the dynamics of EE development;
- the absence of any universal indicator of business activity for assessing the state of the EE, making an operational management decision and developing strategic development scenarios;
- difficulties in establishing sectoral, intersectoral, normative levels of coefficients for EE with expanded industrial specialization, etc.

Let's carry out an assessment of business activity according to the GRB methodology on the example of case No. 1 of one of the enterprises of the machine-building association of the Almaz-Antey Concern. The analyzed object is an industrial and production enterprise of the real sector of the economy (more precisely, part of the defense industry complex / military industry complex³), for which there is more or less reliable information about economic activity for two years - 2016–2017, compiled taking into account the understandable conditions of didactics.

The concern completed on the site and on the basis of the Obukhov plant of the North-West Regional Center (NWRC). The creation of a single industrial and production cluster of six power plants began in 2010 and ended in 2021⁴. Investments in the project amounted to 54 billion rubles, including 25 billion rubles. for technical re-equipment and restoration of communications. As a result, the production

¹ Federal Law "On the contract system in the field of procurement of goods, works, services to meet state and municipal needs" dated 05.04.2013 No. 44-FL (last edition). See also the Commentary to 44-FL (as amended on 12/28/2022 in the version effective from 01/01/2023) [1].

²The "gold rule of business" – it is the general rule of enterprise economics. It is the compartment of tempo of the profit is gross, receipts, own capital and assets [2].

³ In connection with the sharp aggravation of the foreign policy situation and the need to strengthen the military security of our country, the term defense industrial complex (DIC) has slowly returned to the conceptual revolution to replace the term military-industrial complex (MIC).

⁴ The full name of the new company is Joint-Stock Company "North-Western Regional Center of Concern Aerospace Defense "Almaz-Antey" – Obukhov Plant.

volume of the NWRC in 2020 increased by 2.5 times compared to 2014, and labor productivity – by 1.6 times.

It should be remembered that the technological complexity of the military-industrial production and its high level of science intensity determine its multiplier impact on the comprehensive development of the national economy as a whole, due to the presence of already recreated multi-level cooperation and a clear supply chain. According to some quite reliable information, the share of innovative enterprises accounts for up to 70.0% of the totality of EE in the domestic DIC / MIC [3]. In this production case, it is necessary to check according to the data presented in Table. 1 Six standard, i.e. the most common indicators, the performance of GRB according to their actual ratios in dynamics. First, let's calculate the val-

ues of the first three characteristics $\mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}}$, $\mathfrak{S}_{W1/0}$, $\mathfrak{S}_{A1/0}$, using tabular information in the spirit of the GRB requirements.

Table 1 – Typical indicators of business activity of the analyzed enterprise for two years

No. in order	Name of Indicator	Conventions	Basic period, thousand roubles	Reporting period, thousand roubles	Indicator dynamics index, %
1	2	3	4	5	6
1	Profit from sales (balance sheet)	Π_W	201 695.0	231 801.0	114.93
2	Sales revenue	W	1 714 588.0	2 053 833.0	119.79
3	Average annual value of all assets (sum of fixed and working capital)	A	4 427 090.5	5 235 252.5	118.25
4	Net profit (income-netto)	Π_{W_N}	161 356.0	194 712.8	120.67
5	The cost of the active part of fixed industrial and production assets	Fa	2 634 113.0	2 849 721.4	108.19
6	The cost of all commercial products	C	1 519 892.0	1 622 023.0	106.72

Based on the requirements of the GRB, the ratios of the indicated values from columns 4–6 are compiled, respectively, in lines 1-3 of Table. 1:

1. Since $\mathfrak{S}_{W1/0} > \mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}} > 100.00\%$, then in this fragment of the relation from expression (1) the rule is violated.

2. $\mathfrak{S}_{W1/0} > \mathfrak{S}_{A1/0} > 100.00\%$ – in this part of the ratio from expression (1), the rule is observed.

3. And finally, the last pair of simple dynamics indices: $\{ \mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}} < \mathfrak{S}_{A1/0} \} > 100.00\%$ - in this part of the relation from expression (1), the rule is again violated.

The business activity of the EE should be evidenced by information relating to the progressive dynamics of the main technical, economic and financial and economic indicators of the development of the enterprise and the achievement of its operational goals. The main criteria for the overall efficiency of the enterprise is productivity, efficiency, profitability from production, economic and financial and economic activities.

One of the most important areas of performance analysis in the market, financial and economic sense is business activity, which, from the point of view of the non-stop movement of added value, manifests itself in the speed and time of turnover of various types of enterprise assets, the rate of their increase or decrease and partial economic return by type.

The remaining three simple indices from column 6 of Table 1 can be implanted into the chain of already created pairwise relations, and the reader is given the opportunity to check the performance of GRB in relation to the activity of the analyzed EE according to the ready data of column 6 of Table. 1. The ideal variant of the execution of the rule is the sequence of dynamics indices specified in expression (2) according to the indicators of economic activity of the EE selected for this case.

$$\mathfrak{S}_{\Pi_{W_N1/0}} > \mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}} > \mathfrak{S}_{W1/0} > \mathfrak{S}_{F_{a1/0}} > \mathfrak{S}_{A1/0} > \mathfrak{S}_{C1/0} > 100.00\%. \quad (2)$$

The meaning of the ratios from expression (2) is that the balance sheet profit indicators are growing at a higher rate than sales volumes, and this circumstance may indicate a comparative decrease in

the cost growth rate. At the same time, sales volume increases faster than the total assets of the enterprise, which proves the efficient use of enterprise resources. Further, the effective economic potential of the enterprise increases compared with the previous period, provided that the growth rate of the active part of the fixed industrial production assets outpaces the dynamics of all other assets of the enterprise and incurred direct production costs and, finally, distribution costs.

According to the calculations of the dynamics indices from the table of initial data, in the analyzed

EE, the characteristic $\mathfrak{S}_{F_{a1/0}}$ lags behind in its growth rates from $\mathfrak{S}_{A1/0}$. Here, the explanation of what is happening in the analyzed EE is quite accessible. The actual physical wear and tear of machine tools, machines and equipment exceeded 80.0%, which, of course, reduced the technical capabilities to produce new products on them both under the State Order and under the State Defense Order.

But it was already difficult to purchase modern equipment in the analyzed years abroad (due to the man-made collapse of the domestic machine tool industry), and this enterprise invested in the restoration of practically destroyed industrial buildings, structures and transmission devices that make up the passive part of the main industrial and production assets according to the list of the all-Russian classifier - OKOF OK 013-2014 (SNA 2008) for 2023. The latter are included in the total average annual value of assets.

But it is precisely such a strict execution of the extended ratio of simple dynamics indices from expression (2) that forms the content of the GRB enterprise, which received such a name in international scientific circulation. Here it remains only to determine those real economic conditions under which the

organization's net profit Π_{W_N} can outpace the balance sheet (or other, for example, gross, accounting, economic, etc.) profit of the organization Π_W , or comparable reporting characteristics IFRS – EBIT, EBITDA and others.

Methodology and research methods

Consider a special case and a simplified version of the possible discrepancy between two simple indices containing the given indicators. To this end, let us construct in a general form two proportions for the first two terms from the expression (2) that work for the implementation of the GRB in its non-strict, identical case. To do this, we clarify the main numerical dependence of the indicator of the size of net

profit $\mathfrak{S}_{\Pi_{W_N1/0}}$ on the indicator of the mass of gross profit $\mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}}$.

In this dependence, there is a single factor tax_{Π_0} - corporate income tax (Article 25 of the Tax Code of the Russian Federation), the initial rate of which is 20.00%, with its quantitative invariance both in the reporting and in the base periods in the formula from expression (3) is the value reduced $(1 - tax_{\Pi_0})$ in numerator and denominator of a fraction

$$\mathfrak{S}_{\Pi_{W_N1/0}} = \frac{\Pi_{W_{N1}}}{\Pi_{W_{N0}}} = \frac{\Pi_{W_1} - \Pi_{W_1} \times tax_{\Pi_0}}{\Pi_{W_0} - \Pi_{W_0} \times tax_{\Pi_0}} = \frac{\Pi_{W_1} (1 - tax_{\Pi_0})}{\Pi_{W_0} (1 - tax_{\Pi_0})} = \frac{\Pi_{W_1}}{\Pi_{W_0}} \equiv \mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}} > 100.00\%. \quad (3)$$

In order for a strict inequality "more" (>) to appear between the considered simple dynamics indices, it is necessary to reduce the corporate income tax rate in the reporting period compared to its base level. That is, for the ratio of corporate income tax rates in the base and reporting periods

$tax_{\Pi_0} > tax_{\Pi_1}$ a dependence appears that is different from expression (3):

$$\mathfrak{S}_{\Pi_{W_N1/0}} = \frac{\Pi_{W_{N1}}}{\Pi_{W_{N0}}} = \frac{\Pi_{W_1} (1 - tax_{\Pi_1})}{\Pi_{W_0} (1 - tax_{\Pi_0})} > \frac{\Pi_{W_1}}{\Pi_{W_0}} = \mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}} > 100.00\%. \quad (4)$$

In this case, the desired ratio of typical indicators from GRB in the right direction ap-

pears $\mathfrak{S}_{\Pi_{W_N1/0}} > \mathfrak{S}_{\Pi_{W1/0}} > 100.00\%$. The enterprise manages to achieve this state of affairs with its active socially oriented, innovative activities, work in the Special Economic Zones (SEZ), as part of an industrial and production cluster, under the State Order and the State Defense Order, close and useful contacts with local authorities, participation in educational, charitable, sponsorship, even donor programs in accordance with the best domestic and international traditions, and much, much more.

The above considerations make it possible, by the way, to evaluate the change in the volume of net profit in the reporting year compared to its baseline due to a decrease / increase in the corporate income tax rate using the analytical method of differences in value terms.

In other words, the essence of GRB is that the growth rate of net profit indicators, then gross profit must exceed/outstrip the growth rate of revenue from the sale of products, works, services, and the growth rate of sales revenue must exceed/outstrip the growth rate of the active part fixed assets rate of total asset value.

Higher profit growth rates compared to sales revenue growth rates indicate a relative reduction in distribution costs, which reflects an increase in the economic efficiency of the enterprise. Higher growth rates of revenue from product sales compared to the growth rate of the organization's assets indicate an increase in the efficiency of the use of enterprise resources. In general, the economic potential of the enterprise is increasing compared to the previous period.

Results

Some experts propose to include in the chain of majorant inequalities from expression (2) the rate of change in the balance sheet currency of the EE related to small and medium-sized businesses as the last link [4], [5]. Or variants of the GRB model with the inclusion in the chain of indices of the dynamics of the value of current assets and the value of fixed assets. In the latter case, there is a completely legitimate meaningful discourse and even a creative discussion about why current assets should grow at a faster rate than fixed assets.

With other interesting proposals for improving the GRB, Prof. V. G. Belolipetsky, who presents his general formula for the efficiency of an enterprise, generalizing its semantic definitions from the standpoint of assessing the current value of the company's business. The developer of the general formula claims that this is the ideal model, a kind of universal dependence from expression (5) for measuring the efficiency of business functioning and evaluating business activity, which closes literally all the problems of studying dynamics [6].

$$\mathfrak{S}_{TR_{N1/0}} > \mathfrak{S}_{RE_{1/0}} > \mathfrak{S}_{A_{N1/0}} > 100.00\%, \quad (5)$$

where $\mathfrak{S}_{TR_{N1/0}}$ is the total net income of the economic entity;

$\mathfrak{S}_{RE_{1/0}}$ – the total taxable value of the property of the analyzed economic entity;

$\mathfrak{S}_{A_{N1/0}}$ – the value of the net assets of the economic entity.

A more complex interpretation can be subjected to a chain of relationships from expression (6), proposed by another well-known specialist [7.347] for public joint-stock companies (PJSC) actively participating in open trading on stock exchanges:

$$\mathfrak{S}_{P(Ak)_{1/0}} > \mathfrak{S}_{\Pi_{N1/0}} > \mathfrak{S}_{EBIT_{1/0}} > \mathfrak{S}_{W_{1/0}} > \mathfrak{S}_{L_{1/0}} > 100.00\%, \quad (6)$$

where $\mathfrak{S}_{P(Ak)_{1/0}}$ – the growth rate of market prices of shares and market value of securities;

$\mathfrak{S}_{\Pi_{N1/0}}$ – growth rate of net profit (income–netto);

$\mathfrak{S}_{EBIT_{1/0}}$ – the growth rate of profit before tax according to IFRS reporting schemes;

$\mathfrak{S}_{W_{1/0}}$ – growth rate of proceeds from the sale of goods;

$\mathfrak{S}_{L_{1/0}}$ – the growth rate of the average number of personnel of the EE.

The content of each of the pairwise inequalities has its own obvious explanation. Thus, the meaning of inequality $\mathfrak{S}_{W_{1/0}} > \mathfrak{S}_{L_{1/0}}$ implies the fulfillment of the requirement of the need for faster growth in

the productivity of living labor of workers. Inequality $\mathfrak{S}_{\Pi_{N1/0}} > \mathfrak{S}_{EBIT_{1/0}}$ is also quite understandable – net profit, unlike profit before taxation, is completely at the disposal of the labor collective of an economic entity and can be appropriately used both for industrial and production growth and for the overall socio-economic development of its potential.

It is natural to assume that the superiority of the outstripping growth of the net profit indicator over the favorable dynamics of gross profit (gross profit, according to Luca Pacioli¹) before tax is a priority for the successful operation of the EE. Such a ratio can be achieved, as noted above, as a result of the provision of certain tax benefits for the organization's profits due to the innovative nature of its activities, the social significance of its products, works and services, the social responsibility of its business to society and the state, participation in business chains in advanced development areas. Also, this outpacing of the pace of dynamics may be the result of legally permitted schemes for optimizing the tax base and the overall tax burden for the EE.

The dominance of the rate of dynamics of the indicator $\mathfrak{J}_{p(Ak)_{1/0}}$ over the growth rates of other characteristics means that it is desirable to outstrip the growth of the market value at the exchange auctions of shares owned by the EE and quoted securities. The formulated rule expresses the condition of the reference dynamics of the development of the analyzed organization and is the basis of management in the interests of its shareholders-owners. The degree of approximation of real dynamics to the reference one will have to characterize the high level of management of management systems and the service of financial analysts.

There are several more technical and economic indicators that can be associated with GRB, for example, return on investment (ROI). Customer retention rate is a metric that measures how many customers continue to use works, services, or purchase goods from a company. If a business treats its customers with due respect and consistently offers them high-quality goods, works and services, then this contributes to the growth of the dynamics of this indicator over the years [13]. And even the notional inactivity tax is a concept in the GAAP international accounting system that describes lost profits arising from non-compliance with the GRB of doing business.

So, if the EE does not treat its customers and partners sincerely and honestly, then this can lead to a loss of gross profit due to the unprofitability of improper transactions. But in fact, this is a tax, the basis for the calculation of which is not the real financial and economic indicators of the activities of the EE, but potentially possible or "abstract" amounts calculated according to a certain mathematical formula. Such a situation arose quite often during the activities of the EE under the Single Imputed Income Tax scheme, which was in force until 01/01/2021 on the territory of the Russian Federation, and this scheme gave rise to a serious problem for the entrepreneur. The tax had to be paid even when, say, the activity is not carried out or is carried out, but there is no income / profit. After all, the EE transferred to the SIIT scheme could not choose to pay him tax or not to pay, since the transfer to the scheme was carried out without fail. Therefore, many fell into this unassuming fiscal trap.

According to the author of this article, the GRB canonical record should not include any secondary features (in the form of indicators of the ratio of coordination – RC), such as: the productivity of living labor and labor tools, specific profitability, any specific characteristics of comparative efficiency (in the form distribution ratio indicators – RD), as well as market prices, market prices of securities, etc. It seems that only primary typical technical and economic indicators from official statistical and accounting reports can be used in the chain of inequalities, regardless of the industry specifics of the EE activity.

The assessment of the reporting data of the condition of the head plant of the association in the period 2016–2017 according to the rule under consideration, it showed that the financial and economic state is stabilized and close to the norm, which is due to the fulfillment of the corporation's short-range plans and indicates its effective management in recent years. However, in some cases, for example, during a period of active investment in a business during its expansion, modernization or restructuring, GRB may not be partially fulfilled. But this does not mean at all that in the long run the activities of the analyzed company will not be effective, not productive, not effective in the market sense of self-sufficiency and self-financing [8].

Discussion

Recently, financial analytics has acquired a number of features that inexperienced financial managers of relatively new market economic entities and, of course, novice market players have no idea about. But these features formed a layer of memory of professional financial analysts, became known to successful investors – both portfolio market and majority owners of companies. The latter, however, caught the essence of these features, most likely at the level of subconsciousness, business intuition in full accordance with the spirit of the theory of behavioral finance developed by Nobel laureates in eco-

¹ Luca Pacioli (Italian Fra Luca Bartolomeo de Pacioli, 1445-1517) – Italian mathematician, one of the founders of modern accounting principles and the double entry system – see his *Treatise on Accounts and Records* / edited by prof. Yar.Vyach. Sokolov. The largest European algebraist of the XV century, the author of the treatises "The sum of arithmetic" (an encyclopedic calculation guide) and "The Divine Proportion", which laid the foundation for the theory of proportioning in architectural styles.

nomics D. Kahneman and A. Tversky (Kahneman Daniel & Tversky Amos⁶), although both are professional psychologists¹involved in assessing a variety of risks and threats [9].

According to the author of the article, these features are most successfully formulated with reference to Russian realities by Professor T. V. Teplova from the Moscow campus of the Higher School of Economics (HES) [10]:

a) to diagnose market success and investment attractiveness, only traditional financial (based on standard financial reporting) performance indicators of the EE are not enough;

b) the goals and interests of individual groups of stakeholders from among the EE differ, the solution of each task involves the use of its own set and its own systems of reporting technical and economic indicators;

c) regulatory indicators, norms, standards, including financial ones (profit margin, asset turnover of various types, etc.) should be linked with the dynamics of the business cycle, business process and industry changes and adhere to the main rule – there cannot be “eternal” norms in contrast to the existence of natural scientific constants.

Naturally, a not entirely rhetorical question arises: is it possible to assert that only financially healthy, according to the results of the analysis of the balance sheet of the EE, i.e., able to pay off its obligations on time, effectively managing its own capital, various assets and able to attract new capital into its business, can be successful, i.e., to build up the necessary competencies in the intense competition and in the creation of new markets?

If we are talking about the principles of functioning of a modern market economy, then the answer can be unambiguous - only a financially healthy EE with its own real innovative market product of high quality has a reliable chance for production and economic success. In the conditions of a quasi-market economy, when the methods of competition from the sphere of product quality, work, services, service and competitive prices, tariffs are shifted to the area of possession of only an administrative resource, the situation becomes much more complicated. True, there are many examples of how an inefficiently operating company, implementing unprofitable investment projects, offering consumers low-quality economic benefits, nevertheless maintains a high market share and enjoys the support of regulatory and supervisory authorities.

Is it possible to technically predict success or failure in the commodity market only from official statistical and accounting indicators of the financial health of an EE? In educational-methodical and popular literature, this question is often answered in the affirmative. But the results of scientific research in foreign markets²and the already fairly rich domestic practice show that everything here is not so unambiguous and straightforward, as it is interpreted in textbooks and other didactic materials that are ranked in the educational environment.

Firstly, most financial and economic indicators have their own time lag of action / aftereffect. But since the user receives information on the prevailing indicators not in real time (Online), for example, for a number of conditionally non-public companies according to the former status of the organizational and legal form (OLF) of existence –JSC / CJSC³), the minority owner can receive his annual report (Annual Report) only two or three months after the official end of the financial year.

Secondly, sometimes there are certain doubts about the reliability of the winning reports and impressive financial indicators demonstrated by companies, for example, when market (expert) or balance sheet estimates of the company's assets are given, which may not reflect the real value of the resources in question, and when calculating profits, certain assumptions, for example, about the revaluation of assets, which leads to the appearance of the so-called “paper” profit.

The orientation of a practicing analyst solely on such financial indicators of the activities of the EE, as the dynamics of the value of assets, capital, profits, operating cash flows, etc., can play a cruel joke on investors and company managers. The results of the analysis of the long history of ups and downs of North American and European companies demonstrate that traditional financial indicators based on foreign accounting standards (GAAP, EAS, etc.) are often late with a deep diagnosis of a well, and sometimes professionally, veiled problem.

Direction for future research

Alarming signals for analysts are more often not the financial indicators themselves, but the decline in the quality of the economic good produced and the deterioration of the company's business reputation in the market, the departure of qualified personnel, the presence of disagreements both among top management representatives and among stakeholders [14]. This pattern found understanding among

¹ D. Kahneman & A. Tversky have developed a descriptive theory that more or less clearly explains from the standpoint of behaviorism and differential psychology why an individual avoids risk in conditions of a high probability of winning, but is ready to make riskier bets with a much less likely reward for neighbors or long-term results of the completed transaction.

² For more details, see Norton & Kaplan's classic work in this field on the Balanced Scorecard (BSC) [2].

³ CJSC – Closed Joint Stock Company, a public organization with its own charter. The shares of such an enterprise are issued in limited quantities and can only belong to the founders. There is also a limit on the number of shareholders in closed depositories – there can be no more than 50 of them.

theorists and practitioners only by the mid-1990s, when the developers of management systems began to understand and emphasize the importance of comprehensive monitoring of the dynamics of related financial and non-financial technical and economic indicators.

Chronologically, it was at this point in time, in connection with the solemn procession and vigorous march of the companies of the so-called new economy, whose market behavior did not fit into the Procrustean bed of standard analytics based on existing financial statements and which demonstrated an explosive growth in their capitalization, the theoretical developments of economists appeared, trying to link financial and non-financial indicators and somehow explain the success of nouveau riche companies, and at the same time interpret the financial failures of the largest industrial companies, primarily in the transport engineering segment of the real sector of the economy¹.

The proposed options for supplementing a set of traditional financial indicators with non-financial indicators that characterize the success of various marketing programs, the high efficiency of exemplary personnel management systems, etc., are just one of the possible ways to improve analytical work in the companies under study. The second option, which seems to be more promising, is the transition to a fundamentally new level of financial analytics, aimed at the interests of market investors, as well as bringing together the goal-setting in business management of managers and key owners.

Within the framework of the latter direction, for many years to this day, massive and active research has been carried out to develop more or less universal systems of cost indicators built on the basis of the most exotic signs-factors of the economic movement of the subject. It is assumed that the result of such developments will be the construction of a composite system of new cost and traditional financial indicators, which will help economic entities not only more adequately diagnose the problems of the financial sphere of the functioning of the EE, but also reliably assess the measure of its market success.

Authoritative authors R.S. Kaplan and D.P. Norton, referring to his own rich experience of financial analysts in the service of the offices of the world's largest and transnational corporations, encourage their reader, viewer, listener, i.e. potential customer, that a workable and effective Balanced Scorecard (BSC) for any company can be created in just 16 weeks. In this case, a commercial organization that has ventured into a high-risk experiment with the organization of its business, according to economic gurus, will immediately begin to move towards undoubted market success when putting into practice the personal technology of the BSC, which will take into account the specifics of all the diverse activities of an economic entity, which in the end, and will become the desired "cornerstone of the entire management process" [2.214].

However, BSC is of known interest and deserves more detailed consideration. The BSC concept is a relatively fresh method of corporate governance, which allows you to evaluate the effectiveness of the organization as a whole and quickly monitor its achievements in accordance with its strategic goals. The BSC system is based on the substantive premise to measure not only financial performance, but also other key aspects of EE activities, such as a customer-oriented approach, innovative processes, development of personnel and human potential, etc.

The role of the BSC system in the economy of an economic entity can be described by the following positions in different areas:

- Improving the productivity of EE, as the BSC system really helps to focus on key aspects of its activities and develop strategic plans to increase consolidated efficiency in each of these areas;
- Improving risk and threat management, since the BSC system also has the ability to measure and predict the state of threat metrics related to various aspects of the EE market activities, such as the quality of products, works and services, customer satisfaction and contracting issues, geopolitical and geostrategic risks, and more. etc. In particular, an increase in the level of customer satisfaction is achieved by an effective diagnosis of understanding the needs and expectations of customer-consumers and the development of an appropriate strategy and plans of various durations to improve the dynamics of development;
- The BSC system provides the development of innovations of all types by integrating innovative approaches directly into the strategy for the existence of the EE, into its development plans and into its various business processes;
- The development of the personnel and human potential of the BSC system is carried out by assessing the existing quality of the personnel potential and human capital of the EE and developing an appropriate strategy and plans for their improvement, in accordance with the approved principles of team work of the EE;

¹ Studies of that time showed that evaluating the effectiveness of a company's activities solely on the basis of financial indicators does not provide a reliable forecast about its future development, stability of the market position. Companies with formally high financial indicators often disappeared from the usual market space, quickly lost their competitive advantages, and the "destruction" of their value was expressed in a drop in the level of capitalization. A convincing example of the above is the situation with the oldest American automaker Ford, which was forced out by competitors to 3rd place in the US commodity market [11, p. 221].

- The BSC system creates the prerequisites for a reliable assessment and forecasting of the competitiveness of business structures in the sectoral commodity markets.

So, a possible and extremely simplified version of the BSC mechanism for assessing the competitiveness of EE in the sectoral commodity markets is shown in Figure 1 as a diagram of four independent j-th blocks (B1 ÷ B4) with the fifth block of balanced technical and economic indicators – block of scoring / effective characteristics (B5).

Thus, the balanced scorecard, at first glance, seems to be a rather powerful tool for improving the overall efficiency of the EE and successfully managing its activities in accordance with its strategic goals and plans of various durations. The BSC system serves as a management tool that works according to four vectors-perspectives (as if in a single coordinate system), which makes it possible to measure the effectiveness of the EE activity in four main groups of indicators – traditional financial indicators, client; indicators characterizing internal business processes, including personnel training; indicators of sustainable economic growth and market development; indicators characterizing the ability of the EE to innovative development.

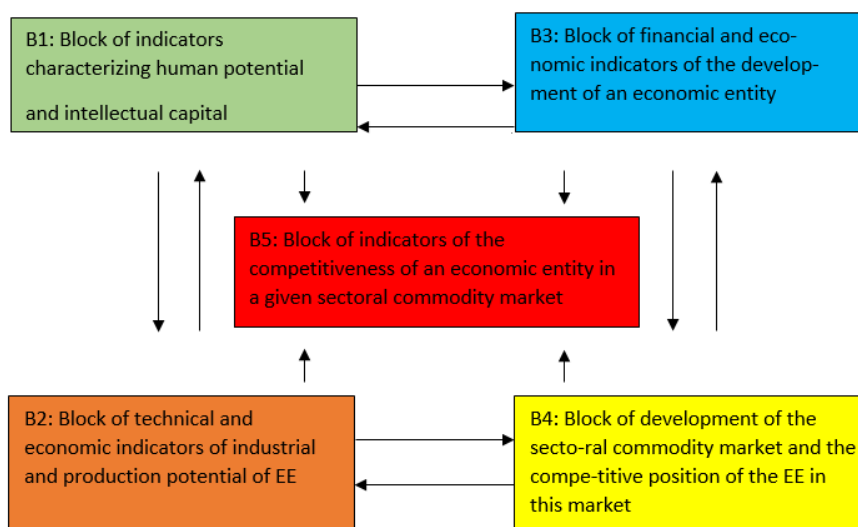


Figure 1 – A possible simplified 4-block version of the balanced scorecard system for assessing the competitiveness of an economic entity according to standard methodology according to R.S. Kaplan–D.P. Norton

Consider the following case No. 2, the procedure for assessing the state of competitiveness of ES on the example of the activities of PJSC “Kamaz” (Republic of Tatarstan, NaberezhnyeChelny, Avtozavodsky Avenue, 2) for a number of years using the BSC system. The initial data for such diagnostics are presented in Table. 2¹.

Table 2 – Dynamics of chain indexes of indicators by blocks of state estimation competitiveness of Kamaz PJSC using the BSC system for the period 2009-2016, in multiples of the previous year

No. in order	Name of Indicator in the block B _j	Analyzed period, years							
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
B1: Indicators of the block for assessing the intellectual potential of the EE									
1	Index of the dynamics of costs (C) for the reproduction of human capital (HC) of the EE, $\mathfrak{J}_{C(HC)}^{(i)}_{n/n-1},$ $i = \overline{1, n}$	1,08	1,15	0,97	0,96	1,03	1,04	1,04	1,03
2	Index of dynamics of costs (C) for informatization of business processes (IBP) of EE, $\mathfrak{J}_{C(IBM)}^{(i)}_{n/n-1}$	1,07	1,15	1,17	1,21	1,24	1,31	1,27	1,35

¹ The initial data on the enterprise were borrowed from [12] and the Annual reports of PJSC "Kamaz" for the corresponding analyzed periods.

3	Index of the dynamics of the cost of intangible assets of the EE, $\mathfrak{S}_{ITA_{n/n-1}}^{(i)}$	1,31	1,22	1,24	1,25	1,43	1,17	1,12	1,07
4	Average growth rate of indicators of the block of intellectual potential $\overline{\mathfrak{S}}_{IP_{n/n-1}}^{(i)}, j = 1$	1,15	1,17	1,12	1,13	1,22	1,17	1,13	1,14
B2: Indicators of the block for assessing the industrial and production potential of the EE									
5	Index of the dynamics of the indicator of the total return on assets (f) of the EE, $\mathfrak{S}_{f_{n/n-1}}^{(i)}$	1,12	1,08	1,08	0,57	1,19	1,32	1,06	0,94
6	Index of dynamics of the indicator of material consumption of products (m), $\mathfrak{S}_{m_{n/n-1}}^{(i)}$	0,99	0,99	1,03	1,05	0,99	1,02	1,04	1,03
7	Index of the dynamics of the indicator of expenditures (C) on innovations of the EE, $\mathfrak{S}_{C(inn)_{n/n-1}}^{(i)}$	0,78	1,04	1,19	0,87	0,81	1,36	0,80	1,08
8	Average growth rate of indicators of the block of industrial and production potential (IPP) of EE, $\overline{\mathfrak{S}}_{IPP_{n/n-1}}^{(i)}, j = 2$	0,96	1,04	1,08	0,78	0,99	1,21	0,93	0,99
B3: Indicators of the block for ensuring financial and economic calculations EE									
9	Index of dynamics of the indicator of the overall profitability (r) of EE, $\mathfrak{S}_{r_{n/n-1}}^{(i)}$	1,11	1,50	1,15	0,16	4,14	1,03	1,50	1,01
10	Index of Dynamics of Current Liquidity (CL) Ratio of EE, $\mathfrak{S}_{K_{CL}_{n/n-1}}^{(i)}$	0,97	1,05	1,03	0,86	0,97	1,03	1,11	1,27
11	Dynamic index of coefficient of financial autonomy, $\mathfrak{S}_{K_{fa}_{n/n-1}}^{(i)}$	0,99	0,92	0,96	0,95	0,97	0,93	1,07	1,21
12	Average growth rate of indicators of the block of financial and economic calculations, $\overline{\mathfrak{S}}_{FEC_{n/n-1}}^{(i)}, j = 3$	1,02	1,13	1,04	0,50	1,57	1,00	1,21	1,16
B4: Indicators of the block for assessing the commodity market and competitive position EE									
13	Index of the dynamics of the capacity of the sectoral commodity market, $\mathfrak{S}_{I_{cmc}_{n/n-1}}^{(i)}$	1,08	1,09	0,87	0,98	1,05	1,07	1,06	1,07
14	Index of the dynamics of EE market share (dn), $\mathfrak{S}_{d_{n/n-1}}^{(i)}$	1,12	1,21	0,85	1,96	0,85	0,81	0,87	0,98
15	Index of the dynamics of the indicator of costs for marke-	1,29	1,33	0,93	0,95	1,12	1,17	1,19	1,12

	ting and sales of $\bar{\mathfrak{S}}_{Mar\&S_{n/n-1}}^{(i)}$ of EE,								
16	Average growth rate of indicators of the market block and the competitive position $\bar{\mathfrak{S}}_{M\&C_{n/n-1}}^{(i)}$, j=4	1,16	1,21	0,88	0,93	1,00	1,00	1,03	1,05

The assessment of the average growth rates of indicators for each of the blocks is carried out in the form of a simple geometric average for each i-th year of the analyzed period. We will show this assessment on the calculated example of the desired block B4 for evaluating the market and the competitive position of the EE in the form of the following formula from expression (7) for the n-th last 2016 year of the period (n = 9) under consideration:

$$\bar{\mathfrak{S}}_{M\&C_{n/n-1}}^{(n)} = \sqrt[3]{\bar{\mathfrak{S}}_{Icmc_{n/n-1}}^{(n)} \times \bar{\mathfrak{S}}_{d_{n/n-1}}^{(n)} \times \bar{\mathfrak{S}}_{Mar\&S_{n/n-1}}^{(n)}} = \sqrt[3]{1,07 \cdot 0,98 \cdot 1,12} = 1,050 \quad (7)$$

Similarly, the average rates for all other blocks for all years are determined. The involved expert judgments about the significance of each of the blocks of the BSC system must meet the following requirement, or the condition of the theory of expert assessments – the sum of four j-th partial assessments of experts (Exp) must be strictly equal to one. In a more stringent requirement, expression (8) fits into one for each i-th year of the analyzed period

$$\sum_{j=1}^4 Exp_j^{(i)} = Exp_{IP_{n/n-1}}^{(i)} + Exp_{IPP_{n/n-1}}^{(i)} + Exp_{FEC_{n/n-1}}^{(i)} + Exp_{M\&C_{n/n-1}}^{(i)} \equiv 1,0 \quad (8)$$

And finally, the assessment of the level of competitiveness of the EE, which is advisable to carry out in a relatively representative dynamics, for example, for a number of homogeneous periods, is calculated using the following formula from expression (9) for each year

$$Com_j^{(i)} = \bar{\mathfrak{S}}_{IP_{n/n-1}}^{(i)} \cdot Exp_{IP_{n/n-1}}^{(i)} + \bar{\mathfrak{S}}_{IPP_{n/n-1}}^{(i)} \cdot Exp_{IPP_{n/n-1}}^{(i)} + \bar{\mathfrak{S}}_{FEC_{n/n-1}}^{(i)} \cdot Exp_{FEC_{n/n-1}}^{(i)} + \bar{\mathfrak{S}}_{M\&C_{n/n-1}}^{(i)} \cdot Exp_{M\&C_{n/n-1}}^{(i)}, \quad (9)$$

where Com(i) is an indicator of the comparative level of EE competitiveness, measured using the BSC system in the i-th year of the study period.

On the basis of the obtained indicator Com(i) over the years, a graph of the dynamics of the level of competitiveness of the EE is constructed according to the BSC methodology with the corresponding

calculation of the so-called. comparative index of dynamics, i.e. the same chain index $\bar{\mathfrak{S}}_{Com_{n/n-1}}^{(i)}$, as shown in Figure 2, which allows illustrating the individual dynamics of the level of competitiveness of EE for the analyzed period.

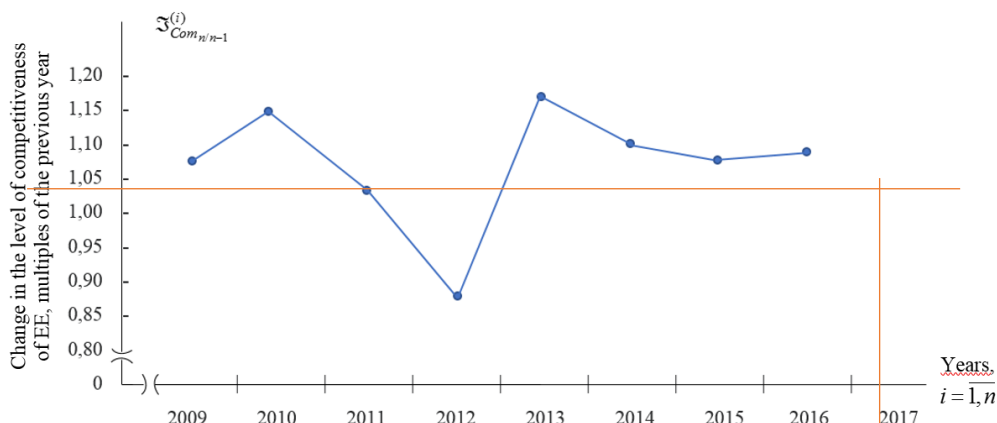


Figure 2 – Dynamics of the level of competitiveness of PJSC "Kamaz" for the period 2009-2016 (according to the results of the above calculations)

The ratio of the competitive position of "Kamaz" PJSC in terms of the occupied market share relative to its main competitors - manufacturers of trucks in the Russian Federation in the domestic market in 2016, according to the results of the analysis, is shown in Figure 3. The requirement for the size of the

$$\sum_{k=1}^K d_k = 100,00\%$$

occupied shares of all market actors fits into the identical record $\sum_{k=1}^K d_k = 100,00\%$ the producers presented on the chart occupy the found 94.23%; the remaining producers (5.77%) were not found in the example. Perhaps this share included civilian products of the Bryansk Automobile Plant (JSC "BAP"), which produced heavy-duty off-road trucks with a carrying capacity of up to 40 tons for operation in the oil and gas sector, in construction, for complex transport operations with the movement of military and civilian equipment.

After "ZIL" finally left the market in 2020, its share was gradually occupied and expanded by "BAP" JSC, which later became part of the North-West Regional Center. And part of its brands, for example, tractors of the latest type, JSC "BAP" transferred for assembly production at the beginning of 2023 to St. Petersburg Obukhov Plant, which is part of the "Aerospace Defense Concern "Almaz-Antey" and for which GRB was considered in the first production case. Such products are extremely in demand in the vastness of the Special Military Operation (SMO).

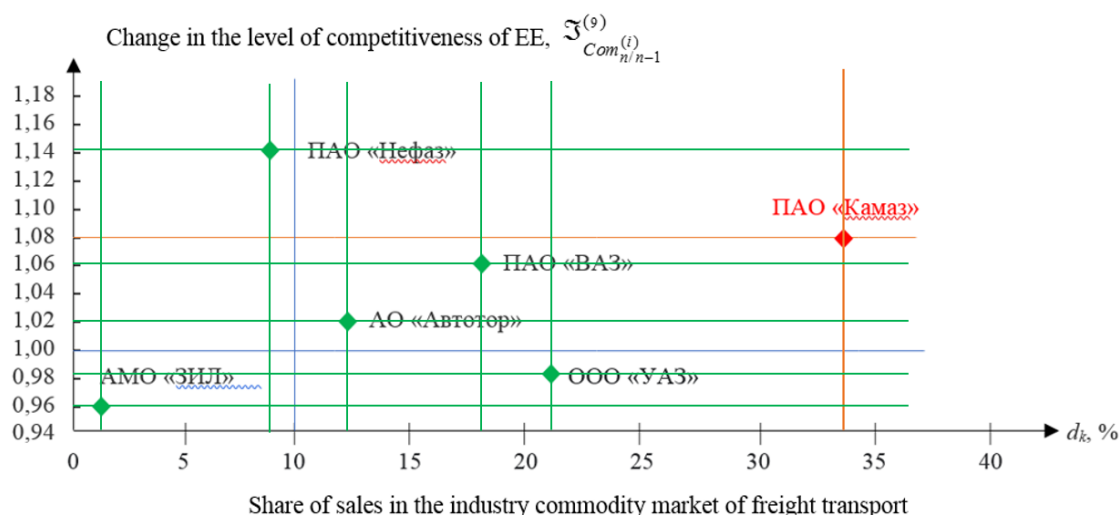


Figure 3 – Competitive position of PJSC "Kamaz" (in red) relative to the main domestic k-th producers of trucks in the Russian market in 2016

Nevertheless, the Obukhov plant did not change its 30-year habit of producing products not even for dual, but for purely civilian purposes. Thus, the plant won the city competition for the manufacture and supply under the State Order, where it was the only participant with a starting price of the competition of 2,372.0 million rubles, two single-track tunneling shields with a diameter of 5.63 meters and several stackers for tubing due to the urgent need of St. Petersburg subway in the laying of new lines and further development of the city subway. The execution of this order will be very useful in addition to the repaired "Nadezhda" tunneling complex manufactured by the German concern Herrenknecht AG and the only shield in the country (now after repairs in Moscow) for the construction of double-track tunnels with a diameter of 10.82 m.

Perhaps such a combination of tunneling mechanisms will provide a solution to the long-term problem of the development of the St. Petersburg metro. The plant also fulfills other civil orders for the manufacture of piece goods and the performance of unique works, in particular, the release of the "Neva" electric car with a mileage of 400 km to the next recharge, mainly for the urban environment, was announced.

A balanced system of technical and economic indicators or BSC indicators / criteria, considers the goals, objectives and strategy of the EE in the market space through the prism of a certain comprehensive set of evaluation of its activities, providing a certain methodology for creating a system of strategic indicators / criteria and a management system in the environment of a partially standardized Russian accounting system (RAS), financial and economic reporting systems, including advanced management accounting system.

Recently, in the context of the digitalization of the economy, design in the field of information technology, it is necessary to be able to quickly adapt to any sudden situations, surpass competitors in quality, speed and breadth of the provision of products, works and services. The BSC methodology is

also very useful here, which provides the analyst with search directions and the functionality of collecting, analyzing and systematizing the information that is necessary to make an informed and correct management decision.

The BSC system helps qualified EE management to identify key, transparent and at the same time balanced performance indicators, monitor them and control their dynamics in order to achieve their strategic goals within the announced time frame. And the distinctive characteristics of the BSC methodology are the emphasis on strategic goals, a relatively small number of tracking metrics, a flexible combination of financial and non-financial data, information and other information relevant to applied research.

Conclusions

Testing both approaches to the financial and economic analysis of production and economic activities on the examples of cases No. 1 and No. 2 of enterprises in the real sector of the economy allows us to formulate some preliminary conclusions.

Initially focused on the ethical narrative of GRB in terms of doing honest business within the framework of a full-fledged civilized corporate culture, building a business and market reputation, high good will, and possibly a brand, from the point of view of the possibilities for conducting a proper financial and economic analysis, it turned out to be more interesting and useful in its logical continuation. Namely, it turned into a thorough and reasonable construction of chains of majorant inequalities of the most important technical and economic indicators in the form of chain simple dynamics indices for the reporting and base period, taking into account the sectoral and industry specifics of the EE activity. This method allows you to more or less comprehensively assess the current state of the EE, identify weaknesses, identify hidden reserves, and detect inefficient / unproductive responsibility centers. And in this sense, the GRB approach seems to be quite a promising tool for subject analysis.

Unlike the first approach, the BSC methodology allows, when evaluating the dynamics for a longer, but relatively homogeneous period, based on the average harmonic characteristics of different degrees of compiled multipliers, both simple and weighted, calculated from structured blocks of specialized indicators of official statistical and financial (accounting) statements, as well as other involved relevant information in selected areas of completely market research.

In this case, BSC creates reliable prerequisites not only for more or less reliable forecasting, operational and technical planning, and, finally, a clear strategy for the development of EE, i.e. developing a package of strategic plans using a standard and hybrid scenario approach. The weak link of settlement operations here is not always reliable / reliable, but always subjective / tasteful nature of the expert assessments used.

References

- [1] Commentary to the Federal Law "On the contract system in the field of procurement of goods, works, services to meet state and municipal needs" of 04/05/2013 No. 44-FZ (last edition, as amended on 12/28/2022, as amended from 01/01/01.2023).[Electronic resource]. / URL: <https://docs.cntd.ru/document/499011838>. (date of access: 03/25/2023).
- [2] Kaplan R.S., Norton D. P. Balanced Scorecard. From strategy to action / transl. from English. Balanced Scorecard, BSC. – 3rd ed., Rev. and additional – M.: "Olimp-Business", 2023. – 474 p. (inRus.).
- [3] Sedov V.S. The role of the military-industrial complex in the innovative development of the country's economy / Abstract of the thesis. dissertation for the degree of Ph.D. – St. Petersburg, 2014. – 16 p. (inRus.).
- [4] Kiselev M. Retrospective analysis of the financial condition of the enterprise // "Audit and taxation". – 2001. – No. 9. – SS. 28-41. (inRus.).
- [5] Fedorova E.V. Methods of economic analysis of the organization's activities // Bulletin of the University of Management. – 2009. – No. 31. – SS. 62-64. (inRus.).
- [6] Belolipetsky V.G. Patterns and factors of development of the Russian economy: lectures for graduate students. – M.: Faculty of Economics of Moscow State University; TEIS, 2005. – 106 p. (inRus.).
- [7] Kovalev V.V., Kovalev Vit.B. Factor analysis of the financial results of agricultural producers. – M.: Prospekt, 2014. – 880 p. (inRus.).
- [8] Tsatsulin A.N., Babkina N.I. The recovery of the banking system as the guarantee of revival of the industrial sectors of the national economy // Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth: the 27th IBIMA conference in Milan. – 2016. – P. 2667-2677.
- [9] Tversky A., Kahneman D. (1982) Causal schemata in judgments under uncertainty / in Kahneman D., Slovic P., Tversky A. (Eds.) // Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases – Cambridge: Cambridge University Press, 1982. – 462 p.
- [10] Teplova T.V. Two contours of interests in the company's financial health policy [Electronic resource]. – URL: <https://click.ru/QtvsJ> (date of access: 09/15/2022).

[11] Tsatsulin A.N. Analysis of economic activity of enterprises of the real sector of the economy and financial organizations / Library of financial analytics // Izd. 4th, corrected. and add. – St. Petersburg: TsNIT "Asterion", 2022. – 506 p. (inRus.).

[12] Fardeeva A.R. Ensuring the competitiveness of industrial business structures based on a balanced scorecard. Ed. V. P. Popkov. – St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics, 2016. – 186 p. (inRus.).

[13] Reichheld F. Winning on Purpose: The unbeatable strategy of loving customers / Harvard Business Review Press, 2021. – 288 p.

[14] Suchanek A. Business Ethics and the Golden Rule / Discussion paper Nr. 3. Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V., 2008. – pp. 2-10.

Список использованных источников

1. Комментарий к Федеральному закону "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 № 44-ФЗ (последняя редакция, с изменениями на 28.12.2022 года в редакции, действующей с 01.01.2023 года) / <https://docs.cntd.ru/document/499011838> (дата обращения: 25.03.2023).

2. Каплан Р.С., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / пер. с англ. Balanced Scorecard, BSC. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: "Олимп-Бизнес", 2023. – 474 с.

3. Седов В.С. Роль оборонно-промышленного комплекса в инновационном развитии экономики страны / Автореф. диссер. на соискание учёной степени к.э.н. – СПб., 2014. – 16 с.

4. Киселев М. Ретроспективный анализ финансового состояния предприятия // "Аудит и налогообложение". – 2001. – № 9. – С. 28-41.

5. Федорова Е.В. Методика экономического анализа деятельности организации // Вестник университета управления. – 2009. – № 31. – С. 62-64.

6. Белолипецкий В.Г. Закономерности и факторы развития российского хозяйства: лекции для аспирантов. – М.: Экономический факультет МГУ; ТЕИС, 2005. – 106 с.

7. Ковалёв В.В., Ковалёв Вит.В. Факторный анализ финансовых результатов деятельности сельскохозяйственных производителей. – М.: Проспект, 2014. – 880 с.

8. Tsatsulin A.N., Babkina N.I. The recovery of the banking system as the guarantee of revival of the industrial sectors of the national economy // Innovation Management and Education Excellence Vision 2020: from Regional Development Sustainability to Global Economic Growth : the 27th IBIMA conference in Milan. – 2016. – P. 2667-2677.

9. Tversky A., Kahneman D. (1982) Causal schemata in judgements under uncertainty / in Kahneman D., Slovic P., Tversky A. (Eds.) // Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. – Cambridge: Cambridge University Press, 1982. – 462 с.

10. Теплова Т.В. Два контура интересов в политике финансового здоровья компании [Электронный ресурс]. – URL: <https://clck.ru/QtvsJ> (дата обращения: 15.09.2022).

11. Цацулин А.Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятий реального сектора экономики и финансовых организаций / Библиотека финансовой аналитики // Изд. 4-е, исправл. и доп. – СПб.: ЦНИТ "Астерион", 2022. – 506 с.

12. Фардеева А.Р. Обеспечение конкурентоспособности производственных предпринимательских структур на основе сбалансированной системы показателей. – Под ред. В.П. Попкова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. – 186 с.

13. Reichheld F. Winning on Purpose: The unbeatable strategy of loving customers / Harvard Business Review Press, 2021. – 288 p.

14. Suchanek A. Business Ethics and the Golden Rule / Discussion paper Nr. 3. Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik e.V., 2008. – pp. 2-10.