

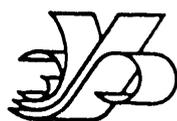
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

ИЗВЕСТИЯ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

Периодический научный журнал

№ 3 (123)



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2020

Главный редактор
д-р экон. наук, проф. *И.А. Максимцев*

Заместители главного редактора:
д-р экон. наук, проф. *Е.А. Горбашко*, д-р экон. наук, проф. *В.А. Плотников*

Члены редакционной коллегии:
д-р филол. наук, проф. *О.В. Александрова*, д-р экон. наук, проф. *И.И. Антонова*,
д-р экон. наук, проф. *А.В. Бабкин*, д-р экон. наук, проф. *Г.Л. Багиев*, д-р экон. наук, проф. *В.Я. Белобрагин*,
д-р экон. наук, проф. *О.С. Белокрылова*, д-р экон. наук, проф. *Ю.В. Вертакова*,
д-р философ. наук, проф. *З.Т. Голенкова*, член-корр. РАН, д-р экон. наук, проф. *И.И. Елисеева*,
д-р социол. наук, проф. *Н.Л. Захаров*, д-р экон. наук, проф. *А.Е. Карлик*,
д-р экон. наук, проф. *Е.А. Мальшев*, д-р экон. наук, проф. *Д.Ю. Миропольский*,
д-р экон. наук, проф. *Л.А. Миэринь*, д-р филол. наук, проф. *Г.Г. Молчанова*,
академик РАН, д-р экон. наук, проф. *В.В. Окрепилов*, д-р экон. наук, проф. *А.Н. Петров*,
д-р экон. наук, проф. *А.В. Полянин*, д-р социол. наук, проф. *Н.А. Пруель*,
д-р геогр. наук, проф. *В.А. Разумовский*, д-р филол. наук, проф. *И.Б. Руберт*,
д-р экон. наук, проф. *Т.А. Салимова*, д-р социол. наук, проф. *В.И. Сигов*,
д-р филол. наук, проф. *Т.П. Третьякова*, академик РАН, д-р экон. наук, проф. *В.И. Трухачев*,
д-р филол. наук, проф. *В.Е. Чернявская*, д-р филол. наук, проф. *В.А. Ямшианова*

Журнал входит в перечень изданий, публикации в которых учитываются Высшей аттестационной комиссией (ВАК) Министерства образования и науки Российской Федерации при защите диссертаций на соискание ученых степеней кандидата и доктора наук.

До 2013 года научный журнал «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета» издавался под названием «Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов».

С 2014 года название журнала изменено в связи с реорганизацией университета-учредителя. Преемственность выпуска и редакционной политики сохранены. Изменения коснулись лишь наименования журнала.

Статьи журнала включаются в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ), доступный в Интернете по адресу <http://www.elibrary.ru> (Научная электронная библиотека). РИНЦ – база данных, содержащая библиографическую информацию, извлеченную из текста статей, а также пристатейных ссылок (списков литературы).

Точка зрения редакции может не совпадать с мнениями авторов статей.

Ответственность за достоверность приводимых статистических данных, фактов, ссылок на источники несут авторы статей. При перепечатке материалов ссылка на «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета» обязательна.

Все публикуемые в журнале материалы проходят обязательное рецензирование. В публикации автору может быть отказано в случае отрицательной рецензии либо несоответствия материала профилю издания, что определяется отсутствием экспертов в предметной области статьи в составе рецензентов. В переписку с авторами отклоненных рукописей редакция не вступает, присланные материалы не возвращаются.

Подписные индексы по каталогу агентства «Роспечать» – **15395** и **37154**.
Условия подписки приведены на последней странице журнала.

Учредитель издания – федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Санкт-Петербургский государственный экономический университет».
Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-57287.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ ХОЗЯЙСТВА

Багиев Г.Л., Черенков В.И., Таничев А.В. Макромаркетинг как фактор обеспечения устойчивости экономики: генезис и диалектика развития.....	7
Фейгин Г.Ф., Евдокимов П.А. Особенности макроэкономического развития богатых ресурсами национальных хозяйственных систем.....	17

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И МИРОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ПРОЦЕССЫ

Максимцев И.А., Межевич Н.М. Мировая экономика после шока первого полугодия 2020 года: старые проблемы в новых условиях.....	22
Дятлов С.А., Трунин В.И. Эффекты интеграции в условиях цифровой трансформации экономик стран Евразийского экономического союза.....	28
Щеголькова А.А. Геополитический ренессанс России на европейском газовом рынке.....	36
Пшеничникова С.Н., Кубышева А.М. Моделирование уровней конкурентоспособности экономик России и Китая.....	43

ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ

Михалина Л.М., Голованов Е.Б. Оценка качества банковских услуг как инструмент повышения эффективности деятельности банка.....	47
--	----

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИКИ

Пролубников А.В. Специфика пространственного развития современной российской экономики как фактор региональной политики.....	54
Гасанов Г.С., Мамедова И.И. Современные тенденции развития государства.....	61
Боркова Е.А. Методические аспекты политики стимулирования инноваций для устойчивого развития и зеленого роста.....	65
Коломыцева О.Ю. Государственная промышленная политика и ее влияние на обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий.....	71

ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИЯТИЙ, РЕГИОНОВ И ОТРАСЛЕЙ

Шаралдаева В.Д., Максанова Л.Б.-Ж., Шарафанова Е.Е. Государственно-частное партнерство в сфере туризма в России: состояние и особенности.....	79
Курочкина А.А., Сергеев С.М., Лукина О.В. Информационное взаимодействие при оказании услуг гостеприимства в концепции цифровой экономики.....	87

МЕТОДОЛОГИЯ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ УПРАВЛЕНИЯ

Курбанов А.Х., Плотников В.А. Оценка перспектив развития логистики в условиях цифровизации экономики и трансформации социальной сферы.....	94
Лящук А.В., Тихонова М.В. Стратегический анализ внутренних факторов предприятий грузового автомобилестроения в условиях цифровой трансформации экономики.....	102

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ

Кисляков А.Н. Показатели асимметрии в задачах изучения поведенческой активности пользователей продукта.....	110
Лыгина Н.И., Пьянова Н.В., Алекса Е.А. Психологическое воздействие рекламы на потребителей.....	117

ПРОБЛЕМЫ ЯЗЫКОЗНАНИЯ И ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Клишин А.И. Основной вопрос практики и теории перевода. История и современность	121
Санжарова О.Н. Методика практического разграничения метафоры и метонимии.....	126

ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Горчаков С.Е. Особенности организационного поведения в научной организации.....	133
Казанцева А.Н. Государственная политика формирования и развития рынка экологически чистой продукции: выбор инструментария	138
Ли На. Стратегические аспекты формирования транспортно-логистической инфраструктуры в условиях глобализации	143
Лоскутова М.А. Обеспечение конкурентоспособности пула российских вузов на мировом рынке образовательных услуг при занятии топовых мест в рейтингах международных университетов.....	148
Нуянзин В.М. Проблемы региональной экономической интеграции на постсоветском пространстве	152
Ню Цзяхуэй. Организационно-экономические особенности проектирования международных цепей поставок в электронной оптовой торговле.....	158
Селюнина О.А. Духовно-нравственное воспитание нации как основополагающий фактор борьбы с ненаблюдаемой экономикой и коррупцией.....	164
Тархова А.С. Менеджмент знаний в сфере государственного управления: кейс проектов государственно-частного партнерства	170
Федорова И.О. Анализ факторов интеграции мигрантов в принимающее сообщество Санкт-Петербурга.....	175
Чжао Дань. Анализ логистической системы Китая в условиях эпидемии COVID-19	180
Юнусова Л.Д. Применение финансовых инструментов в инновационных лизинговых отношениях	185

CONTENTS

THEORY AND PHILOSOPHY OF ECONOMY

Bagiev G.L., Cherenkov V.I., Tanichev A.V. Macromarketing as a factor ensuring the sustainability of economics – genesis and dialectics of development.....	7
Feygin G.F., Evdokimov P.A. The features of the macroeconomic development of the rich resources national economic systems.....	17

GLOBALIZATION PROCESSES

Maksimtsev I.A., Mezhevich N.M. Global economy after the shock of the first semester of 2020: old problems in new conditions.....	22
Dyatlov S.A., Trunin V.I. Effects of integration in terms of digital transformation of economies of Eurasian economic union.....	28
Shchegol'kova A.A. Russia's geopolitical renaissance in the European gas market.....	36
Pshenichnikova S.N., Kubysheva A.M. Modeling levels of competitiveness economies of Russia and China.....	43

FINANCIAL SECTOR OF ECONOMY

Mikhailina L.M., Golovanov E.B. Assessment of quality of bank services as a tool for increasing efficiency of bank activities	47
--	----

STATE REGULATION OF ECONOMY

Prolubnikov A.V. Specificity of spatial development of the modern Russian economy as a factor of regional policy	54
Hasanov H.S., Mamedova I.I. Modern trends in the development of the state	61
Borkova E.A. Methodological aspects of innovation stimulation policy for sustainable development and green growth.....	65
Kolomytseva O.Yu. State industrial policy and its influence on economic security of industrial enterprises	71

ECONOMY OF ENTERPRISES, REGIONS AND BRANCHES

Sharaldaeva V.D., Maksanova L.B.-Zh., Sharafanova E.E. State-private partnership in the sphere of tourism in Russia: state and features	79
Kurochkina A.A., Sergeev S.M., Lukina O.V. Information interaction in the provision of hospitality services in the digital economy concept.....	87

MANAGEMENT

Kurbanov A.Kh., Plotnikov V.A. Evaluation of the development of logistics prospects in the conditions of digitalization of the economy and transformation of the social sphere	94
Lyaschuk A.V., Tikhonova M.V. Strategic analysis of internal factors in the truck industry enterprise in digital transformation of the economy.....	102

SOCIOLOGICAL ASPECTS OF MANAGEMENT AND ECONOMY

Kislyakov A.N. Indicators of asymmetry in the tasks of studying the behavioral activity of product users	110
Lygina N.I., Pyanova N.V., Aleksa E.A. Psychological impact of advertising on consumers	117

PROBLEMS OF LINGUISTICS AND COMMUNICATIONS THEORY

Klishin A.I. A basic problem of practice and theory of translation. The distant past and current state of affairs	121
Sanzharova O.N. The method of practical differentiation of metaphor and metonymy	126

YONG RESEARCHERS' WORKS

Gorchakov S.E. Peculiarities of organizational behavior in a scientific organization	133
Kazantseva A.N. State policy for the formation and development of the ecologically pure product market: choice of tools.....	138
Li Na. Strategic aspects of the formation of transport and logistics infrastructure in the context of globalization.....	143
Loskutova M.A. Ensuring the competitiveness of the pool of Russian universities in the world market of educational services while taking top positions in the rankings of international universities	148
Nuyangzin V.M. Problems of regional economic integration in the post-soviet space.....	152
Niu Jiahui. Organizational and economic features designing international supply chains in electronic wholesale trade	158
Selyunina O.A. Spiritual and moral upbringing nation as the fundamental factor for the fight against non-observed economy and corruption	164
Tarkhova A.S. Knowledge management in public administration: public private partnership case study	170
Fedorova I.O. Analysis of integration factors of migrants into the host society of St. Petersburg	175
Zhao Dan. Analysis of China's logistics system in the context of the COVID-19 epidemic	180
Yunusova L.D. Application of financial instruments in innovative leasing relations.....	185

ТЕОРИЯ И ФИЛОСОФИЯ ХОЗЯЙСТВА

Багиев Г.Л., Черенков В.И., Таничев А.В.

МАКРОМАРКЕТИНГ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ЭКОНОМИКИ: ГЕНЕЗИС И ДИАЛЕКТИКА РАЗВИТИЯ

***Аннотация.** Настоящая статья посвящена сущности, проблемам и перспективам становления макромаркетинга, понимаемого как идеология и технология устойчивого развития. Отмечено, что в России эта концепция пока не получила должного развития ни в теории, ни на практике. Обосновано, что диалектический подход является конструктивным для совершенствования теории устойчивого развития и макромаркетинга. Приведены примеры действия законов диалектики в области маркетинга и устойчивого развития. Выполнен качественный сравнительный анализ микромаркетинга и макромаркетинга. Уточнена предметная область макромаркетинга. Определена необходимость наполнения учебных программ студентов-экономистов мировоззренческими дисциплинами. Сделаны ссылки на значительную библиографию по вопросам данной статьи, которая может быть полезна для дальнейших исследований.*

***Ключевые слова.** Диалектический подход, идеология, макромаркетинг, макросоциальный маркетинг, маркетинг устойчивости, микромаркетинг, общественный маркетинг, политическая экономика, российские школы маркетинга.*

Bagiev G.L., Cherenkov V.I., Taniehev A.V.

MACROMARKETING AS A FACTOR ENSURING THE SUSTAINABILITY OF ECONOMICS – GENESIS AND DIALECTICS OF DEVELOPMENT

***Abstract.** This article is devoted to the nature, problems and prospects of developing the macromarketing, understood as ideology and technology for sustainable development. It is noted that this concept has not yet received a proper development neither in theory nor in practice in Russia. It is proved that the dialectical approach is constructive for improving the theory of sustainable development and macromarketing. Examples of operating of dialectics laws in the field of marketing and sustainable development are given. A qualitative comparative analysis of micromarketing versus macromarketing has been performed. The subject area of macromarketing has been refined. The necessity of filling the curricula for economics students with worldview disciplines is determined. A significant bibliography on the said article items has been referenced, which may be useful for further research.*

ГРНТИ 06.81.55

© Багиев Г.Л., Черенков В.И., Таничев А.В., 2020

Георгий Леонидович Багиев – доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, помощник проректора по научной работе, научный руководитель Научно-образовательного центра маркетинга евразийского сотрудничества, профессор кафедры менеджмента и инноваций Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Виталий Иванович Черенков – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры маркетинга Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета.

Александр Валерьевич Таничев – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, организации и управления производством Балтийского государственного технического университета «Военмех» им. Д.Ф. Устинова (г. Санкт-Петербург).

Контактные данные для связи с авторами (Багиев Г.Л.): 191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, д. 21 (Russia, St. Peterebrng, Sadovaya str, 21). E-mail: bagievgl@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 26.02.2020.

Keywords. *Dialectical approach, ideology, macromarketing, macro-social marketing, micromarketing, political economy, Russian marketing schools, societal marketing, sustainability marketing.*

Введение

Маркетинг (вернее его американская школа) вошел сегодня, можно сказать, не то, чтобы в мафусаиловский, но в весьма почтенный для современного человека (да и для жизненного цикла научных парадигм) возраст. Можно подсчитать, что, начиная со «столетнего юбилея маркетинга» [Черенков, 2003]; этот возраст в 2020 г. составляет (по разным свидетельствам) около 115-117 лет. В то же время, российский маркетинг чуть ли не втрое моложе. Считается, что московская школа маркетинга (например, Г. Абрамишвили, И. Герчикова, В. Демидов, П. Завьялов, С. Карпова, И. Кретов, И. Скоробогатых, В. Соловьев) [Попов, 2011; XX лет..., 2016], импульс к развитию которой дала Секция маркетинга при ТПП СССР, начала активно формироваться в 1976 году [Ковалева, 2017].

Что касается Санкт-Петербургской школы маркетинга (например, О. Третьяк, Д. Баркан, О. Новиков, Г. Багиев, В. Черенков, И. Аренков, Ю. Соловьева, В. Татаренко, В. Томилов, И. Успенский, О. Юлдашева, В. Наумов и р.д.) [Иванов, 2011; Багиев Г., 2016], то деятельность этой школы можно без преувеличения считать прорывной для развития маркетинга в России, поскольку эта школа (представленная кафедрой маркетинга Санкт-Петербургского государственного экономического университета) впервые, скрупулезно проработав, во взаимодействии с учеными старейшего (существует с 1477 г.) в Швеции и всей Скандинавии Уппсальского университета инновационные (в отличие от американской школы маркетинга сделок) достижения скандинавской школы маркетинга (известная группа IMP), системно ввела в научный оборот российского маркетинга концепцию маркетинга отношений (*relationship marketing*) и маркетинга взаимодействия (*interaction marketing*).

Более того, результатом этой научной деятельности явился объемный учебник по маркетингу [Багиев и др., 1999], где в его основу, также впервые в России, была положена концепция маркетинга взаимодействия. Это было правильным и своевременным решением, поскольку ранее было обосновано [Vagozzi, 1978], что основной и исходной категорией маркетинга является обмен, а маркетинг *per se* представляет собой наиболее распространенный, можно сказать повсеместный, социально-экономический феномен современного капиталистического общества; порою несколько модифицируемый в зависимости от национальных социокультурных особенностей и уровня развития той или иной страны.

Несмотря на более чем вековой «возраст» маркетинга, в этой статье подробно останавливаемся только на периоде XXI в., или «Маркетинге 3.0» [Багиев и др., 2018], когда происходит становление и концептуализация маркетинга устойчивости [Багиев, Черенков, 2018], поскольку предыдущий период эволюции маркетинга, на наш взгляд, получил достаточно подробное рассмотрение [Черенков, 2004; Третьяк, 2006]. Правильно выбранные критерии этой эволюции помогают лучше понять, как сущность всеобщего феномена капиталистического общества – маркетинга, так и основные характеристики того его вида, потребность в котором заявлена принятым ООН и поддержанным национальными правительствами курсом на устойчивое развитие, которое предстает в последние годы в виде концепции инклюзивно-устойчивого развития [Georgescu, Nerman, 2019].

Период «Маркетинг 3.0» (в терминах Котлера) представил весьма существенную рамификацию «обновленных» маркетинговых концепций и соответствующей маркетинговой терминологической парадигмы [Багиев, Черенков, 2018]. Логика развития маркетинговой мысли показала, что, наряду с совершенствованием технологии коммерческого (прикладного) маркетинга, представляющего собой драйвер неустойчивого развития общества потребления, поэтапно концептуализировалась оппозиционная ветвь – макромаркетинг, как идеология и технология устойчивого развития.

Попутно заметим, что в терминологической парадигме, соответствующей рассмотренным маркетинговым концепциям, имеет место существенная разноголосица [Багиев и др., 2018], которая затрудняет их усвоение особенно среди студентов и нового поколения маркетингового сообщества России. Нехватка общеметодологической подготовки у российского поколения экономистов, в основном выращенного на *Economics*, привело к необходимости дистанцировать «макромаркетинг» от «микромаркетинга», поскольку ложное понимание только количественного (но не качественного) различия меж-

ду ними вызвано механистическим переносом количественного различия между членами морфологически близкой пары терминов – «макроэкономика» и «микроэкономика».

Кроме того, решено представить развитие двух расходящихся полярных ветвей маркетинга: традиционный (коммерческий), или микромаркетинг, и макромаркетинг, который в свете становления и реализации концепции устойчивого развития предлагается именовать «макросоциальный маркетинг» (macro-social marketing) [Kennedy, 2016]. Авторам представилось также необходимым подчеркнуть идеологическую сущность маркетинговой деятельности, предопределяющей в обществе потребления поведенческое поведение и его связь с коммерческим маркетингом [Сорокин, Медведева, 2015]. Критически оценивающие перспективы устойчивого развития в рамках общества потребления авторы [Ghadirian, 2010] заключают, что «современное глобальное общество потребителей, *движимое маркетингом* [курсив наш – авт.], нацелено на изменение материальных желаний и удовлетворение инстинктивных appetites, которые часто отвергают достижение внутреннего удовлетворения, определяемого естественными ценностями». Поэтому макромаркетинг представляется в данной статье как идеологическая оппозиция микромаркетингу. Конечным итогом статьи видится переход от развития маркетинговой теории к некоторым практическим замечаниям, касающимся современной высшей школы и проблем воспитания студентов, которым определять будущее России.

Диалектический подход к разработке теории маркетинга устойчивого развития

Несмотря на то, что общие положения об устойчивом развитии, концепция которого все активнее продвигается в соответствии с формулой «инклюзивно-устойчивое развитие» (inclusive and sustainable development) [Inclusive..., 2012], заполнили все отечественные журналы, данная статья не может обойтись без уместной, связанной с развитием маркетинга устойчивости [Багиев, Черенков, 2018], информации об устойчивом развитии, идеологическую и технологическую базу которого составляет макромаркетинг. Тем более, что частотность откликов на «устойчивое развитие» в Google составляет 3,52 млн (январь 2020), а для «sustainable development» – 78,1 млн, что свидетельствует о несокращающемся интересе к этой глобальной теме, как за рубежом, так и в России.

Внутренняя противоречивость имманентной концепции устойчивого развития предопределяет применение диалектико-логического метода исследования [Миропольский, 2016], поскольку этот феномен, в предлагаемых философских терминах [Мантатов, Мантатова, 2017] «выражает диалектику вселенского бытия как единства противоположностей: устойчивости и изменчивости, содержания и формы, порядка и хаоса и т.д.». Действительно, если обратиться, например, к понятию равновесия по Парето, то замкнутая геосоциоэкономическая система (ГСЭ-система) макроэкономического уровня [Черенков и др., 2019] никоим образом не может обеспечить автоматическое удовлетворение интересов всех мегадоменов ГСЭ-системы – Profit, People, Planet [Elkington. 1994] – за счет «невидимой руки» рынка.

Семантическая неадекватность русскоязычного термина «устойчивое развитие» оригинальному «sustainable development» критиковалась слишком часто [Багиев и др., 2018], чтобы еще раз на ней останавливаться. В отличие от обобщенно-декларативного определения устойчивого развития, академик Н.Н. Моисеев предложил [Моисеев, 1996] понимать устойчивое развитие как стратегию «перехода общества к состоянию, способному обеспечить его коэволюцию с биосферой». Следовательно, ГСЭ-система должна – в целях ее сохранения и развития – обнаруживать и разрешать противоречия, понимаемые как диалектические, разрешение которых суть основа всякого развития. К сожалению, диалектика развития стала *terra incognita* для современных студентов-экономистов в силу состава содержания изучаемых ими курсов. В то же время, концепция маркетинговой экологии [Мајаго, 1993, р. 41] основана на обеспечении динамического равновесия, реализуемого как цепь постоянного обнаружения и разрешения противоречий путем образования новых форм хозяйственной деятельности, социальных инноваций, институтов.

Верно сказано [Кожухметов, Кадирбекова, 2011], что «динамическое равновесие относительно и практически никогда не достигается, вернее, достигается диалектически – на основе непрерывных нарушений и восстановления равновесия». Важнейшим подходом к научному прогнозированию развития социально-экономических систем и организации управления их развитием остается раскрытие диалектики устойчивости и изменчивости в конкретных процессах этого развития [Гнатюк, Никонов, 2010]. Авторы привлекают сопоставление диалектики устойчивого развития с понятием гармонии [Мантатова, 2011], которая есть внутренняя связь, скрытая согласованность, то есть равновесие, получающееся в результате «схождения» и «расхождения» противодействующих сил» (по Гераклиту).

В более поздние времена (1884) системная «гармония» (сохранение системы как таковой) была сформулирована при помощи принципа Ле Шателье, согласно которому, если на систему, которая находится в состоянии динамического равновесия, оказывать внешнее воздействие, то в системе будут протекать процессы, направленные на уменьшение этого внешнего воздействия. Например, в некоторой макроэкономической национальной ГСЭ-системе внешним воздействием могло бы считаться (1) ухудшение национальной экологической обстановки, (2) глобальное потепление или же введение (геополитических) экономических санкций. В результате, для сохранения своего гомеостаза ГСЭ-система вынуждена разрабатывать и внедрять национальные экологические программы, что должно составлять мейнстрим национальной политики (инклюзивно-) устойчивого развития. Уместно заметить, что подобная деятельность государства входит в предметную область макромаркетинга [Shulz, 2007].

Приведем один из вариантов представления совокупности общих принципов развития социальных систем, разработанных для повышения их устойчивости [Белояров, 2011]: (1) создание противоположностей возникающим процессам, которые не имеют противодействия и тем самым нарушают равновесие системы в целом; (2) поддержание равновесия противоположных сил и процессов; (3) устранение диспропорций и антагонистических противоречий; (4) ограничение и контроль процессов самоорганизации; (5) планирование подготовки условий для необходимых качественных изменений организации общества, чтобы свести к минимуму влияние случайности. Несмотря на то, что приведённая совокупность принципов устойчивого развития системы скорее отвечает на вопрос «Что надо сделать?», чем на «Как это сделать?» ее следует считать структурой, подходящей для применения диалектического подхода к исследованию проблем устойчивого развития, где центральное место занимает макромаркетинг в различных ипостасях в зависимости от этапа его эволюции.

Чтобы подчеркнуть естественность применения диалектического подхода для развития теории устойчивого развития и макромаркетинга, рассмотрим проявление действия закона отрицания отрицания в свете устойчивого развития. На первом этапе примитивные общества, не располагавшие мощной технологической базой, были вынуждены жить в гармонии с природой (например, вводились запреты/ограничения на охоту и рыбную ловлю в зависимости от времени года и воспроизводственного цикла). На следующем наблюдалось практическое отрицание запретов в рамках ложной технократической концепции «Человек – царь природы». На современном этапе происходит осознанное принятие стандартов экологического поведения в рамках концепции устойчивого развития.

В конечном итоге, диалектические отношения между мегадоменами ГСЭ-системы органически требуют диалектического метода исследования [Jabareen, 2008; Fuchs, 2017]. Свидетельства действия этого же закона диалектики в условиях изменяющейся маркетинговой среды – основные изменения: (1) тотальная глобализация; (2) распространение феномена гиперконкуренции; (3) Интернет как важнейшее достаточное условие глобализации (см. табл. 1).

Таблица 1

**Пять этапов маркетингового цикла (действие закона отрицания отрицания
на примере эволюции маркетинговой парадигмы)**

Этап эволюции	Основные характеристики маркетинговой парадигмы
Ремесленный	<i>Кастомизированные маркетинговые коммуникации типа O2O (one-to-one – один-одному) Маркетинг отношений</i>
Индустриальный	Маркетинговые коммуникации типа O2M (one-to-many – один-многим) Ориентация компаний на товар Маркетинг = менеджмент продаж + продвижение
Массового потребления	Маркетинговые коммуникации типа O2M Ориентация компаний на потребителя Массовый маркетинг
Предложение ценности	Маркетинговые коммуникации типа O2F (one-to-few – один-немногим) Дифференцированный маркетинг
Цифровой	<i>Кастомизированные маркетинговые коммуникации типа O2O Маркетинг отношений</i>

Составлено авторами на основе [Fuchs, 2017].

Микромаркетинг и макромаркетинг: действие закона перехода количества в качество

В контексте более обширной, чем прагматичное рыночное место, социально-экономической системы национального или регионального уровня, маркетинг должен был бы активно изучаться и преподаваться с комплексным учетом социально-экономических (а в дальнейшем и энвайронментальных) условий и социально-экономических последствий на макро- и мезоуровнях маркетинговой среды [Черенков, 2016], на которые (помимо природы) оказывает влияние внутренняя и внешняя политика государства, что, бесспорно, включается в предмет макромаркетинга [Shultz, 2007].

Предметная область макромаркетинга давно характеризуется [Dixon, Wilkinson, 1982, p. xv] как «маркетинг в целом, включая все работы, выполняемые всеми участниками [маркетинговой системы – авт.], и все последствия этих действий, оказываемые на нас» [общество и окружающую среду – авт.]. Добавим *en pendant* развернутое описание предметной области микромаркетинга [там же, pp. xv-xvi], в которую включаются «не все участники, а конкретные группы участников», по каждой предметной подобласти, что составляет отдельные маркетинговые дисциплины, а именно: (1) покупательское поведение (множество покупателей-потребителей); (2) маркетинговые каналы (маркетинговые посредники и их взаимодействия); (3) маркетинг-менеджмент (внутрифирменная маркетинговая деятельность).

Можно полагать, что сказанное внятно свидетельствует о том, что макромаркетинг и дисциплины микромаркетинга соотносятся, соответственно, как общее и частное. Причем здесь же следует сделать замечание, что главное различие между этими дисциплинами имеет не столько количественную, сколько качественную природу, что подчеркивается тем (см. выше), что в предметную область макромаркетинга включаются все последствия маркетинговых действий (на уровне микромаркетинга), оказывающих воздействие на общество и окружающую среду. Известно [Bagozzi, 1977; McCarthy, 1978], что дистанцирование предметов этих дисциплин выполнено достаточно четко и довольно давно – полвека тому назад.

Тем не менее, в случае России конвенционального понимания такой качественной дихотомии маркетинга не наблюдается, а ее разрешение для широкого круга лиц является актуальным и сегодня. Тем более, что собственно «макромаркетинг» весьма скупо представлен в учебниках по маркетингу (обычно переводных) и соответствующих университетских курсах; равным образом, весьма скудно откликается на «макромаркетинг» поисковая машина «Яндекс» (около 36 тыс. откликов в начале февраля 2020 г.); для сравнения: число откликов Google на «macro marketing» – около 266 тыс.

Впрочем, не все так хорошо с макромаркетингом и за рубежом. Так, в рассчитанной на студентов книге [Marketing Theory..., 2010] весьма известных маркетинговых авторов – под редакцией Майкла Бейкера и Майкла Сарена – макромаркетинг присутствует лишь в библиографии как название цитируемого источника (Journal of Macromarketing). Диапазон российских суждений о сущности макромаркетинга весьма обширен. Есть, на наш взгляд, довольно странные: например:

- «маркетинг, занимающийся продвижением товаров от производителя к потребителю, включая участие в процессе производства всех участников производства данного товара» [Словарь бизнес-терминов – Академик.ру, 2001] – непонятно, в чем здесь отличие от «просто маркетинга»;
- «система хозяйственной деятельности в рамках относительно замкнутого рынка по направлению потока товаров от производителя к потребителю, в которой предусматривается участие в процессе производства всех производителей товара на паритетных началах и которая содействует удовлетворению потребностей общества в товарах и услугах» [Большой экономический словарь – Академик.ру, 2001] – здесь появляются релевантные «интересы общества», но вызывают сомнения «система хозяйственной деятельности», а также стремление свести всех маркетинговых стейкхолдеров к совокупности «производителей товара»;
- как совсем маргинальный случай, можно упомянуть такое университетское (ОГУ им. Ф.М. Достоевского) издание [Чертыховцев, 2017], где после многообещающей аннотации: «В учебнике изложены современные концепции, задачи и подходы маркетинга к управлению социально-экономическими системами, дуалистическая взаимосвязь общества, человека и маркетинга», – о макромаркетинге даже не упоминают. Дальнейшее изложение заполнено проблемой устойчивости и ее связью с маркетингом. Однако оно излишне технократично и, на наш взгляд, ближе к понятию устойчивости по Ляпунову, чем к концепции устойчивого развития, получившей широкую известность после известного доклада «Our Common Future».

Поскольку коннективизм [Гуреева, Козьмина, 2014] является доминантой сегодняшнего поколения студентов, черпающих информацию почти исключительно из Интернета, искажающее влияние

подобных определений на их формирующийся критерий самокомпетентности (self-reference criterion) [Cateora, Graham, 1999, p. 12–14] вполне может обеспечить негативный вклад в их мировоззрение и процесс национально значимой социализации [Черенков, Черенкова, 2018].

На более высоком уровне понимания макромаркетинга в России можно обнаружить достаточно глубокую проработку концепции и предназначения макромаркетинга [Розанова, Шубенков, 2009]. Так, положение о том, что макромаркетинг представляет собой «вид маркетинга, помогающий выработать государственную политику в определенных сферах жизнедеятельности общества» [там же] можно отнести к определению целевой функции макромаркетинга. В цитируемой статье абсолютно верно определены макро- и мезо- уровни макромаркетинговой активности (национальный и региональный, куда можно было бы добавить «муниципальный»), показана межотраслевая, комплексная, системная природа макромаркетинга.

Верное понимание сущности макромаркетинга можно обнаружить и в русскоязычной части Интернета [Маркетинговый словарь], хотя здесь обнаруживается просто вполне прилично сделанный перевод *a lettre* статьи «Macromarketing» [<https://en.wikipedia.org/wiki/Macromarketing>]. Заметим, что Интернет может дать противоречивые сведения. Так, имеются российские статьи, где макромаркетинг признается действенным инструментом государственного регулирования [Петросян, 2011], а в украинской статье [Maslennikov, Lenska, 2017], государственное регулирование макроэкономической среды отражено лишь в названии, а «макромаркетинг» даже не упоминается в собственно тексте статьи.

Вольное толкование макромаркетинга в русскоязычном Интернете не прекращает удивлять. Так, оказывается, что «если собственником земли является государство, то данный вид маркетинга относится к макромаркетингу» [<https://mybiblioteka.su/tom2/5-84445.html>] или «макромаркетинг (в некоторых источниках – массовый маркетинг) – это целостная стратегия маркетинга, служащая для охвата как можно большей части рынка» [https://psyera.ru/makromarketing-i-mikromarketing_7187.htm]. В связи с тем, что странных определений макромаркетинга в России «не счесть» предлагаем читателям сравнение основных характеристик этих категорий (табл. 2).

Таблица 2

Сравнительные характеристики (микро)маркетинга и макромаркетинга

Маркетинг* – это деятельность, множество институтов и процессов для создания, распространения, доставки и обмена предложениями, которые имеют ценность для покупателей, клиентов, партнеров и общества в целом** [https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing]	Макромаркетинг – система научных взглядов и практической деятельности, которая имеет возможность понимания, объяснения и прогнозирования тех эффектов, которые маркетинговая система может иметь и имеет [воздействуя на геосоциоэко систему – авт.], в современном мире [Wilkie, Moore, 2006]
управленческая ориентация	социо-культурная или политическая ориентация
концентрация на обмене или сделке, при исключении внимания к более широкой системе маркетинга	концентрация на рыночном месте в целом с особым вниманием к системам сделок, а не на отдельных обменах
основная единица анализа – фирма или покупатель	основная единица анализа – рынок в целом и/или маркетинговая система
теоретическая база – микроэкономика или теория фирмы (неоклассическая экономическая теория)	теоретическая база – макромаркетинг, как система взаимодействия между всеми компонентами агоры в целом, а не только диад «продавец – покупатель»
допущение: существование однородного спадающего спроса и движения рынка к точкам естественного равновесия	допущение 1: быстрое изменение маркетинговой среды, ускоряемое за счет развития технологий, что не соответствует допущению о равновесии; допущение 2: нереальность рыночного равновесия, поскольку маркетеры стремятся к несовершенству рынка, что (в частности, за счет влияния бренд-капитала и монопольной силы) приводит к ценовой дискриминации

Примечания: * термины «маркетинг», «микромаркетинг», «традиционный маркетинг» и «коммерческий маркетинг» используются в тексте настоящей статьи как синонимы; ** (sic!) абсолютно политэкономически нейтральное определение.

Источник: аналитическая компиляция авторов из [Mittelstaedt et al., 2006], за исключением определений маркетинга и макромаркетинга в первой строке.

Очень четко предметная область макромаркетинга была определена (1981) в обращении к целевой аудитории специализированного журнала *Journal of Macromarketing*, которое фактически конституирует макромаркетинг как особую научную дисциплину [Fisk, 1981], а именно: (1) маркетинговая технология обеспечения поддержания жизнедеятельности общества; (2) маркетинговые средства достижения необходимых качественных и количественных характеристик целей жизни; (3) маркетинговые технологии мобилизации и распределения ресурсов общества и (4) выявление последствий маркетинговой деятельности (побочные эффекты) за счет преднамеренных или непреднамеренных действий маркетеров [Dixon, 1978].

Завершая эту ретроспективу развития макромаркетинга за рубежом, согласимся с мнением [Meleg, Magas, 2014], что маркетинг устойчивости [Багиев и др., 2018], скорее всего, должен опираться на систему понятий/категорий именно макромаркетинга, так как макромаркетинг – это исследование маркетинговых процессов, видов деятельности, институтов и результатов, рассматриваемых в весьма широком диапазоне уровней и направлений: страна, регион, мегаполис в свете социокультурных, политических и экономических взаимодействий различных акторов (маркетинговых стейкхолдеров) различного уровня (национального, регионального, муниципального), как коммерческой, так и некоммерческой природы [Meleg, Magas, 2014].

Теоретические основы макромаркетинга – в которых без особого труда обнаруживаются признаки того, что ранее (2018) было предложено терминировать как «маркетинг устойчивости» [Багиев, Черенков, 2018; Багиев и др., 2018] – заложил явно опередивший свое время Рой Олдерсон, который первым привлек внимание к важности «вписаться в окружающую среду» и антиципировал идеи, которые позже расцвели под заголовками о защите окружающей среды, экологическом императиве, системном видении и (в более общем плане) макромаркетинге [Wooliscroft, 2006]. Несмотря на то, что авторы обосновали уместность применения именно термина «маркетинг устойчивости» (*sustainability marketing*) [Багиев и др., 2018], авторы видят целесообразным и находят тому подтверждение за рубежом [Kennedy, 2016], применение иного термина, более четко определяющего суть маркетинга как идеологии и технологии устойчивого или инклюзивно-устойчивого развития.

Дело в том, что термин «маркетинг устойчивости» включает в себя многократно критиковавшуюся как неадекватную термилируемому социально-экономическому феномену «устойчивость» [Багиев и др., 2018]. В то же время, макромаркетинг несет на себе семантическое «родовое пятно» макроэкономики и отражает лишь количественную характеристику данного феномена. Сегодня термин «макросоциальный маркетинг» в контексте устойчивого развития продвигается не только его создателем, Анной-Марией Кеннеди [Kennedy, Parsons, 2012; Kennedy, 2016; Kennedy, et al., 2017]. По сути, он уже довольно прочно вошел в терминологическую парадигму макромаркетинга.

Так, в последнем по времени (2019) выпуске Трудов Ежегодной конференции макромаркетингового общества (*Macromarketing Society*) [Proceedings..., 2019] термин «*macro-social marketing*» встречается 35 раз. Авторы собираются в ближайшее время вернуться к анализу становления и сущности этой формы маркетинга как наиболее подходящей для устойчивого развития гипотетической «пострыночной экономики» [Рязанов, 2019, с. 73].

Заключение. Задачи и перспективы макромаркетинга в России

Обосновав в данной статье место и роль макросоциального маркетинга в реализации концепции устойчивого развития, хотелось бы обратить особое внимание на скудную представленность в России не только инновационной концепции макросоциального маркетинга, но и макромаркетинга в целом. Наши неформальные интервью со студентами в четырех университетах Санкт-Петербурга показали, что дихотомия (микро-) маркетинга и макромаркетинга воспринимается – по аналогии, с микроэкономикой и макроэкономикой – почти исключительно не с точки зрения качественного различия целей и задач этих видов маркетинга, а в количественном измерении как объектов, так и субъектов микро- и макромаркетинга.

Причины тому отмечены во введении настоящей статьи. Отмеченное отставание внедрения концепций макромаркетинга в России определяется не только относительной «молодостью» отечественных школ маркетинга, но и преобладающим прикладным характером маркетинговых исследований, часто финансируемых со стороны пользователей коммерческого маркетинга. Это приводит к тому,

что у студентов-экономистов слабо вырабатывается ментальный конструкт устойчивости, а именно им определять дальнейший курс развития России.

Надо сказать, что эта проблема коренится не только в «недоосвоенности макромаркетинга». Дело в том, что современные российские учебные программы для студентов-экономистов (и не только) отличаются в сравнении с западными существенно меньшей представленностью понятий из предметных областей бихевиористики, социальной психологии, постмодернизма, структурализма, экологической психологии, экономической психологии и т.п. Дисциплины «мировоззренческого» цикла могли бы оказать весомое содействие развитию личности в системе высшего образования [Чернова, 2013].

Наконец, собственно политическая экономия в «демократическом угаре» 1990-х гг. была практически отождествлена с государственной идеологией (похоже, в соответствии с ст. 13 Конституции РФ) и за единичными исключениями была вытеснена курсами микроэкономики и макроэкономики, соответствующими некоей «общей» экономической теории (по сути – *Economics*). Поэтому закономерность появления двух ветвей маркетинга, истоки которых таятся в двойственной природе товара (а с реставрацией капитализма в России практически все отношений в обществе – вне зависимости от нашего желания – приобретают товарную форму) чаще всего остается вне внимания студентов (по-рою, и не только).

Доминирование идеологии коммерческого маркетинга (микромаркетинга) подсознательно влияет на принятие хозяйственных и политических решений, что не может не сказываться на развитии страны в сторону неустойчивого развития. Измерения «достойного» качества жизни (*quality of life*) [Cloutier, Pfeiffer, 2015] должны не только оцениваться количественно, но их обоснованная пропаганда должна быть способна оказывать влияние на умы членов общества и способствовать его движению в направлении достижения целей устойчивого развития, среди которых для данной темы главная – «устойчивое потребление и производство» – «Sustainable Consumption and Production» (SDG12) [The Sustainable..., 2020].

Также хотелось бы, видеть важнейшую цель данной статьи в привлечении необходимого внимания к макромаркетингу в высшей школе – институту не только профессионального образования, но и формирования ментального конструкта устойчивости студентов – будущих ключевых фигур устойчивого социально-экономического развития России.

ЛИТЕРАТУРА

1. XX лет научно-педагогической школе «Маркетинг взаимодействия» Г.Л. Багиева. СПб.: НПК «РОСТ», 2016. 76 с.
2. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. М.: Экономика, 1999. 704 с.
3. Багиев Г.Л., Черенков В.И. Маркетинг для обеспечения устойчивого развития: сущность и логика становления // Проблемы современной экономики. 2018. № 3. С. 142-148.
4. Багиев Г.Л., Черенков В.И., Черенкова Н.И. Маркетинг для реализации концепции устойчивого развития: сущность и терминологическая парадигма // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 4. С. 139-152.
5. Белояров В.В. Диалектика устойчивого развития – The Dialectic of Sustainable Development. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://philosophy-sd.narod.ru/dialectics.htm> (дата обращения 30.08.2019).
6. Гнатюк В.С., Никонов О.А. Диалектика устойчивого развития в социокультурном аспекте // Вестник МГТУ. 2010. Т. 13, № 2. С. 425-430.
7. Гуреева Л.В., Козьмина Н.А. Коннективистская теория обучения // Молодой ученый. 2014. № 6. С. 695-697.
8. Иванов В.Г. Санкт-Петербургская школа маркетинга: концепция, эволюция, состав школы // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2011. № 4 (7). С. 171-177.
9. Ковалева Л.В. Маркетинг в строительстве. Хабаровск: Изд-во Тихоокеанского гос. ун-та, 2017. 126 с.
10. Кожухметов З.К., Кадирбекова А.А. Устойчивое развитие: диалектика единства и многообразия устойчивых и неустойчивых процессов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://be5.biz/ekonomika1/r2011/1476.htm> (дата обращения 30.08.2019).
11. Мантатов В.В., Мантатова Л.В. Философия устойчивого развития: диалектика и реализм // Вестник Бурятского государственного университета. Философия. 2017. Вып. 5. С. 3-14.
12. Мантатова Л.В. Философия устойчивого развития. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.baikal-center.ru/books/element.php?ID=1734> (дата обращения 30.08.2019).
13. Миропольский Д.Ю. Имеет ли евразийская политическая экономия особый метод исследования // Евразийская политическая экономия. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016.

14. *Моисеев Н.Н.* Экология и образование. М.: Юнисам, 1996.
15. *Петросян А.Д.* Маркетинг в государственном регулировании внешнеторговой деятельности // Аудит и финансовый анализ. 2011. № 1. С. 1-6.
16. *Розанова Т.П., Шубенков А.Ю.* Современные тенденции развития теории и практики маркетинга // Вопросы экономики. 2009. № 1 (50). С. 273-280.
17. *Третьяк О.А.* Эволюция маркетинга: этапы, приоритеты, концептуальная база, доминирующая логика // Российский журнал менеджмента. 2006. Том 4, № 2. С. 129-144.
18. *Черенков В.И.* Глобальная маркетинговая среда: Опыт концептуальной интеграции. М.: ИНФРА-М, 2016. 362 с.
19. *Черенков В.И.* Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. 8. Менеджмент. 2004. Вып. 2. С. 3-33.
20. *Черенков В.И., Черенкова Н.И.* Некоторые вопросы восстановления воспитательной функции в российской высшей школе. Маркетинговый подход к геополитической социализации студентов // Alma Mater – Вестник высшей школы. 2018. № 4. С. 79-86.
21. *Черенков В.И., Марьяненко В.П., Нос В.А., Черенкова Н.И., Цой Е.В.* Некоторые вопросы теории и практики устойчивого развития // Цели на глобально устойчивое развитие: осознание, концепции, метрика и обучение: колл. монография / под ред. А. Марчева; Академично издателство «Ценов». Свищов, Болгария, 2019. С. 12-38.
22. *Чернова Э.Г.* Потенциал мировоззренческих дисциплин в системе высшего профессионального образования // Социум и власть. 2013. № 1 (39). С. 30-31.
23. *Чертыковцев В.К.* Маркетинг. Самара: Изд-во Самарского университета, 2017. 183 с.
24. *Попов А.И.* Маркетинг как философия и инструментарий предпринимательства и бизнеса: научная школа профессора Георгия Леонидовича Багиева (к 70-летию со дня рождения) // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2011. № 1 (67). С. 7-14.
25. *Сорокин Б.Ф., Медведева Н.В.* Коммерческий маркетинг как исходная категория социального обмена // Территория науки. 2015. № 5. С. 129-138.
26. *Bagozzi R.* Is All Social Exchange Marketing? A Reply // Journal of the Academy of Marketing Science. 1977. Vol. 5, № 4. P. 315-326.
27. *Bagozzi R.P.* Marketing at the societal level: Theoretical issues and problems in macromarketing distribution processes from a societal perspective. University of Colorado, Business Research Division, 1977.
28. *Cateora Ph.R., Graham J.L.* International Marketing. Irwin/McGraw-Hill, 1999. 721 p.
29. *Cloutier S., Pfeiffer D.* Sustainability Through Happiness: A Framework for Sustainable Development // Sustainable Development. 2015. № 23. P. 317-327.
30. *Dixon D.* The Origins of Macromarketing Thought // Macromarketing: New Steps on the Learning Curve. University of Colorado, Business Research Division, 1978. P. 9-28.
31. *Dixon D.F., Wilkinson I.F.* The Marketing System. Australian Management Studies, Longman Cheshire, 1982. 383 p.
32. *Elkington J.* Towards the sustainable corporation: Win-Win-Win business strategies for sustainable development // California Management Review. 1994. Vol. 36 (2). P. 90-100.
33. *Fisk G.* An Invitation to Participate in Affairs of the Journal of Macromarketing // Journal of Macromarketing. 1981. Vol. 1 (1).
34. *Fuchs Ch.* Critical Social Theory and Sustainable Development: The Role of Class, Capitalism and Domination in a Dialectical Analysis of Un/Sustainability // Sustainable Development. 2017. Vol. 25 (5).
35. *Georgescu M.-A., Herman E.* Productive Employment for Inclusive and Sustainable Development in European Union Countries: A Multivariate Analysis // Sustainability. 2019. № 11. P. 1771.
36. *Ghadirian A.* Materialism: Moral and Social consequences. George Ronald Publishers, UK, 2010. 272 p.
37. Inclusive and sustainable development: challenges, opportunities, policies and partnerships. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/7809.pdf> (дата обращения 02.09.2019).
38. *Jabareen Y.* A new conceptual framework for sustainable development // Environmental Management and Sustainable Development. 2008. Iss. 10. P.179–192.
39. *Maslennikov Y., Lenska N.* Theoretical aspects of state regulation of national macroeconomic environment // Baltic Journal of Economic Studies. 2017. Vol. 3 (4). P. 165-170.
40. *Meler M., Magas D.* Sustainable marketing for sustainable development // 11th International Academic Conference, Reykjavik, 24 June 2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://iises.net/proceedings/11th-international-academic-conference-reykjavik/table-of-content/detail?cid=3&iid=33&rid=294> (дата обращения 24.01.2020).
41. *Kennedy A.-M.* Macro-social marketing // Journal of Macromarketing. 2016. Vol. 36 (3). P. 354-365.
42. *Kennedy A.-M., Parsons A.* Macro-Social Marketing and Social Engineering: A Systems Approach // Journal of Social Marketing. 2012. Vol. 2 (1). P. 37-51.

43. *Kennedy A.-M., Kapitan S., Bajaj N., Bakonyi A., Sands S.* Uncovering wicked problem's system structure: seeing the forest for the trees // *Journal of Social Marketing*. 2017. Vol. 7 (1). P. 57-73.
44. *McCarthy J.* Basic marketing. Homewood, IL: Richard Irwin Incorporated, 1978.
45. *Majaro S.* International Marketing: A Strategic Approach to World Markets. London, NY, Routledge, 1993. 307 p.
46. *Marketing Theory – A Student Text* / eds. M.J. Baker and M. Saren. SAGE Publications Ltd, 2010. 428 p.
47. *Mittelstaedt J.D., Clifford J., Shultz C.J., Kilbourne W.E., Peterson M.* Sustainability as Megatrend: Two Schools of Macromarketing Thought // *Journal of Macromarketing*. 2014, September. P. 1-12.
48. *Mittelstaedt J.D., Kilbourne W.E., Mittelstaedt R.A.* Macromarketing as agorology: Macromarketing theory and the study of the agora // *Journal of Macromarketing*. 2006. Vol. 26 (2). P. 131-142.
49. *Peterson M.* Sustainable Enterprise: A Macromarketing Perspective. Thousand Oaks, CA: Sage, 2013. 550 p.
50. Proceedings of Macromarketing Conference 2019 “Mobilizing Action to Catalyze Real rocking Outcomes”. Cleveland, Ohio, USA, June 26-29, 2019. 440 p.
51. *Shultz C.* Macromarketing // *Explorations of Marketing in Society*, eds. G. Gundlach, L. Block, W. Wilkie. Cincinnati: ITP / South-Western Publishers, for the American Marketing Association, 2007. P. 766-784.
52. The Sustainable Development Agenda. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda> (дата обращения 26.01.2020).
53. *Wilkie W.L., Moore E.S.* Macromarketing as a Pillar of Marketing Thought // *Journal of Macromarketing*. 2006. Vol. 26 (2). P. 224-232.
54. *Wooliscroft B.* Wroe Alderson a Life // *A Twenty-First Century Guide to Aldersonian Marketing Thought* / eds. B. Wooliscroft, R.D. Tamilya, S.J. Shapiro. Kluwer Academic Publishers, Boston/Dordrecht/London, 2006. P. 3-34.

Фейгин Г.Ф., Евдокимов П.А.

ОСОБЕННОСТИ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ БОГАТЫХ РЕСУРСАМИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СИСТЕМ

Аннотация. В статье рассматривается взаимоотношение ресурсного богатства, ресурсного проклятия и голландской болезни. Показано, каким образом связаны между собой 3 понятия, какие у них общие черты. Также рассмотрены страны, которые богаты природными ресурсами и их социально-экономические показатели развития. Проанализирована структура экспорта (доли экспорта природных ресурсов в структуре ВВП), выявлен уровень зависимости экономической системы от природных ресурсов.

Ключевые слова. Ресурсное богатство, ресурсное проклятие, голландская болезнь, диверсификация экономики, экономическая трансформация.

Feygin G.F., Evdokimov P.A.

THE FEATURES OF THE MACROECONOMIC DEVELOPMENT OF THE RICH RESOURCES NATIONAL ECONOMIC SYSTEMS

Abstract. In the article review the relationship of resource wealth, resource curse and Dutch disease. It is shown how the 3 concepts are related and what common features they have. Countries that are rich in natural resources and their socio-economic development indicators are also considered. The share of exports of natural resources in the GDP structure is analyzed, thus showing the level of dependence of the economic system on natural resources.

Keywords. Resource wealth, resource curse, Dutch disease, economic diversification, economic transformation.

Введение

В экономической науке используются три понятия, характеризующих особенности макроэкономического развития стран, обладающих богатыми запасами природных ресурсов. Этими терминами являются «ресурсная зависимость», «ресурсное проклятие», «голландская болезнь». Исходным можно считать понятие ресурсной зависимости. Речь идёт о степени зависимости объёмов производства продукции, предназначенной как для внутреннего потребления, так и для экспорта, от наличия или отсутствия на территории страны необходимых ресурсов. Зависимость может проявляться при избытке ресурсов и при их дефиците. Проявление ресурсной зависимости связывается также с усилением неравенства доходов и со структурными деформациями в финансовом секторе [2]. Помимо этого, ресурсная зависимость увеличивает неравенство национальных финансовых агентов по доходу, тем самым обеспечивая перекося финансовой системы в сторону рынка ценных бумаг, в то время, когда банковский сегмент остаётся в проигрыше.

ГРНТИ 06.03.07

© Фейгин Г.Ф., Евдокимов П.А., 2020

Григорий Феликсович Фейгин – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Павел Анатольевич Евдокимов – аспирант кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Евдокимов П.А.): 191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: 8-981-745-50-00. E-mail: evdokimovpavel28@gmail.com.

Статья поступила в редакцию 29.01.2020.

Рассмотрение понятий: ресурсная зависимость, ресурсное проклятие, голландская болезнь

Ресурсная зависимость – феномен, который изучается при помощи ряда количественных показателей. В частности, используются следующие понятия: стратегическая ресурсная зависимость характеризуется отношением объёма разведанных запасов ресурса к сумме годового потребления ресурсов в границах страны; тактическая ресурсная зависимость интерпретируется как потенциальный годовой доход, который может быть извлечен в результате экспорта данного природного ресурса с учётом вариации мировых цен на данный ресурс; интегральная ресурсная зависимость – феномен, характеризуемый количеством годовых объёмов ВВП, которые национальная экономика может получить за счёт эксплуатации того или иного природного ресурса.

Помимо вышеупомянутых показателей, можно говорить о комплексной стратегической и тактической зависимостях, что наблюдается в случаях, если страна обладает несколькими видами природных ресурсов. Принципиально феномен ресурсной зависимости свойственен любой национальной экономике. Возможность осуществлять тот или иной вид производства связан с доступом к соответствующим видам ресурсов. В то же время, ресурсная зависимость может быть сильнее или слабее. Ослабление ресурсной зависимости наблюдается в случае, если в ВВП страны преобладают виды производства, развитие которых непосредственно не обусловлено наличием какого-либо ресурса именно на территории страны. Напротив, преобладание в ВВП страны производств, базирующихся на разведанных запасах соответствующих ресурсов, а также их экспорте, означает усиление ресурсной зависимости. Именно усиление ресурсной зависимости до крайних форм и приводит к появлению феномена ресурсного проклятия.

Ресурсное проклятие означает, что богатые природными ресурсами страны фактически развиваются медленнее по сравнению с менее ресурсообеспеченными государствами. Тем самым ресурсное богатство оказывается не позитивным, а скорее негативным фактором с точки зрения экономического прогресса и экономического роста [3]. Феномен ресурсного проклятия объясняется следующими причинами:

- понижение конкурентоспособности прочих (не сырьевых) секторов экономики, которое вызвано повышением реального обменного курса национальной валюты, в связи с притоком доходов от экспорта ресурсов;
- значительная неустойчивость доходов от экспорта ресурсов в связи с колебанием цен на мировых рынках;
- неэффективность государственного регулирования экономики, обусловленная притоком «легких» доходов в экономику страны;
- нехватка мотивации для модернизации реального сектора экономики, так как доходы от сырьевого сектора дают возможность удерживать сравнительно устойчивый уровень жизни населения;
- незначительный эффект мультипликатора, обусловленный добычей природных ресурсов и их последующей продажей внутри страны и за рубежом.

Ресурсное проклятие предполагает две тесно взаимосвязанные тенденции: с одной стороны, рост добычи природных ресурсов и их экспорт, с другой стороны, сокращение масштаба промышленного производства внутри страны.

Помимо терминов «ресурсная зависимость» и «ресурсное проклятие», для характеристики особенностей проблем макроэкономического развития богатых ресурсами стран используется термин голландская болезнь. Голландская болезнь национальной экономики – феномен, означающий негативное влияние больших доходов от экспорта природных ресурсов на развитии других секторов экономики, в частности инновационной сферы в обрабатывающей промышленности.

Большие доходы от экспорта сырья приводят к росту курса национальной валюты. Тем самым дорожает производство отечественных товаров. Они становятся менее конкурентоспособными на внутреннем и внешнем рынках, и извлекаемые от экспорта сырьевых ресурсов доходы идут на развитие сырьевой отрасли. Фактически долгосрочное стимулирование экономического роста предполагает направление значительной части ресурсов в обрабатывающую промышленность и, прежде всего, в высокотехнологичные инновационные продукты. В противном случае (если сырьевые доходы направляются за рубеж или расходуются на средства потребления и роскошь) несырьевые сегменты экономики стагнируют.

Теоретически существует возможность поддержки высвобождающейся рабочей силы из несырьевого сектора путём социальных выплат. Если эти социальные выплаты осуществляются в достаточном объёме, то спрос предъявляется прежде всего на зарубежные товары обрабатывающей промышленности, так как они являются более дешевыми. При недостаточных объёмах социальных выплат сокращается внутренний спрос.

В долгосрочной перспективе голландская болезнь способствует перемещению ресурсов из обрабатывающего сектора в сервисный и сырьевой, где создаётся меньший размер добавленной стоимости. Продолжительная зависимость экономики от экспорта полезных ископаемых также расслабляет стимулы для формирования обрабатывающих отраслей и развития новых технологий [1]. Деградируют и теряют позиции наукоемкие отрасли, так как отсутствуют крупные инвестиционные вложения. Рост курса национальной валюты обуславливает снижение рентабельности обрабатывающей промышленности, в результате чего доля этих отраслей в обрабатывающей промышленности существенно сокращается. Напротив, доля сырьевых отраслей, где потребность в модернизации технологий не является такой острой, увеличивается [4].

Результат голландской болезни можно представить и как комплекс структурной деформации, выделяя три сектора национальной экономики: экспортно-ориентированный сырьевой сектор, производство торгуемых благ (товары, которые можно продавать за рубеж и покупать за рубежом) и неторгуемый сектор (строительство, розничная торговля, индустрия развлечений, услуги парикмахерских и салонов красоты, то есть сферы, где конкуренция с иностранными производителями отсутствует в связи с тем, что эти блага нельзя экспортировать и импортировать).

Голландская болезнь проявляется в росте доходов сырьевого сектора, обусловленном извлечением природной ренты. Растут доходы населения. Вызванный таким образом рост спроса затрагивает прежде всего неторгуемый сектор. Происходит перераспределение занятых из «торгуемого» сектора в неторгуемый сектор. Этот процесс Дж.П. Нири и У.М. Корден назвали «прямой деиндустриализацией» [5].

Параметры экспорта и социально-экономического развития исследуемых стран

Каким же образом соотносятся рассмотренные нами термины? Изначально каждая национальная экономика характеризуется некоторой степенью ресурсного богатства, то есть обладает некоторым набором ресурсов. Ресурсное богатство в той или иной мере обуславливает ресурсную зависимость, которая определяется долей ресурсного сектора в экономической структуре страны и в структуре бюджетных доходов. Ресурсная зависимость свойственна всем странам, она может усиливаться или ослабляться с течением времени. Ресурсное проклятие является результатом крайней степени ресурсной зависимости. В этом случае обладание большими запасами сырьевых ресурсов оборачивается для национальной экономики тормозом для дальнейшего развития, так как доходы от сырьевого сектора существенно ослабляют мотивацию для дальнейшего развития страны.

Голландскую болезнь можно рассматривать как частный случай проявления ресурсной зависимости и один из факторов её существенного усиления и трансформации в ресурсное проклятие. Голландская болезнь означает усиление ресурсной зависимости в результате удорожания курса национальной валюты. Т.о., ресурсное проклятие и голландская болезнь – не идентичные понятия. Преодоление голландской болезни может рассматриваться и как задача Центрального банка страны, связанная с противодействием удорожанию курса национальной валюты. В данном контексте ресурсное проклятие – более комплексная и сложная проблема. Её решение требует совершенствования системы экономических институтов страны в целом.

В истории существует немало примеров, когда в отдельных странах ресурсная зависимость существенно усиливалась. В некоторых случаях ресурсная зависимость трансформировалась в ресурсное проклятие, а в некоторых – нет. В таблицах 1 и 2 приведены данные по странам, которые на разных этапах столкнулись с проявлением элементов сильной ресурсной зависимости.

Как видно из табл. 1, для некоторых стран (Нигерия, Замбия, Ангола, Венесуэла) характерна явная доминанта сырьевых ресурсов в структуре экспорта, при том, что экспорт сырьевых ресурсов составляет значительную долю в ВВП. Налицо признаки сильной ресурсной зависимости, принимающей формы ресурсного проклятия. Для некоторых других стран (Саудовская Аравия, Россия) также характерно преобладание сырьевых ресурсов в структуре экспорта, однако доля экспорта сырьевых ресурсов в структуре ВВП значительно меньше. В этом случае речь идёт о сильной ресурсной зависимости при отсутствии явных признаков ресурсного проклятия. Наконец, Канада, Испания и – в меньшей

степени – Австралия и Мексика имеют диверсифицированные структуры экспорта, доля экспорта сырьевых ресурсов в структуре ВВП сравнительно невелика. Несмотря на то, что национальные экономики этих стран характеризуются значительным ресурсным богатством, нельзя говорить о сильной ресурсной зависимости и какой-либо реальной опасности её трансформации в ресурсное проклятие. Можно предположить, что именно в последних из вышеупомянутых стран функционирует наиболее эффективно институциональная система, об этом свидетельствуют и данные табл. 2.

Таблица 1

Параметры экспорта избранных стран

Страна	Экспорт, \$ млрд	Доля экспорта природных ресурсов в ВВП, %	Доля сырьевых товаров в структуре экспорта, %
Нигерия	44	34	96 – минеральное топливо и нефть
Замбия	8,1	39	75 – медь; 1,33 – драгоценные металлы; 1,15 – табак
Ангола	30,3	66	85 – нефть; 5% – алмазы
Венесуэла	27,8	92	90 – нефть и нефтепродукты; 4 – железная руда
Саудовская Аравия	170	45	74 – нефть и нефтепродукты; 1,05 – алюминий
Мексика	409	12	6,59 – нефть и нефтепродукты
Индонезия	168,8	23	23 – нефть и нефтепродукты
Канада	420,6	3	21 – минеральное топливо; 3,82 – жемчуг; 3,17 – древесина
Испания	319,6	4	5,52 – минеральное топливо
Австралия	230,2	7	30 – минеральное топливо; 25 – руды, шлак и зола; 6,44 – жемчуг
Россия	451,5	12,9	66,1 – минеральное топливо; 5,17 – чёрные металлы; 2,23 – жемчуг; 1,99 – древесина; 1,19 – медь

Таблица 2

Показатели социально-экономического развития избранных стран

Страна	ИРЧП	Индекс глобальной конкурентоспособности [7]	% среднего класса от общей численности населения [9]	Мировой рейтинг по введению бизнеса [8]
Нигерия	0,532	47,5	10,0	169
Замбия	0,588	46,1	8,0	98
Ангола	0,581	37,1	7,0	182
Венесуэла	0,761	43,2	8,5	187
Саудовская Аравия	0,853	67,5	33,1	94
Мексика	0,774	46,6	17,1	47
Индонезия	0,694	64,9	4,4	91
Канада	0,926	79,9	47,8	22
Испания	0,891	74,2	55,8	32
Австралия	0,939	78,9	66,1	15
Россия	0,816	65,6	34,1	40

Заключение

Австралия, Испания и Канада являются лидерами из рассмотренных стран по проценту представителей среднего класса в общей численности населения. Эти страны занимают ведущие позиции в индексе глобальной конкурентоспособности, в мировом рейтинге легкости ведения бизнеса и в мировом индексе развития человеческого капитала. Напротив, страны с явными признаками ресурсного проклятия занимают по всем перечисленным рейтингам низшие позиции.

Это также показывает, что развитая структура экономических институтов позволяет богатой ресурсами стране иметь диверсифицированную экономическую структуру, создавать условия для разви-

тия и совершенствования человеческого капитала, а также для успешного функционирования бизнеса. Все эти факторы в целом позитивно влияют на конкурентоспособность национальной экономики. Таким образом, макроэкономическое развитие богатой ресурсами страны – многовариантный (имеющий различные сценарии) процесс, в результате которого экономика может стать высокотехнологичной, диверсифицированной и конкурентоспособной или же войти в состояние долгосрочной стагнации. Конкретный сценарий развития зависит в значительной мере от институциональных факторов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Adler A.* Richesse petroliere, pauvreté democratique // *Le Figaro*. 2009. № 8.
2. *Alesina A.* Fractionalization // *Journal of Economic Growth*. 2009. Vol. 8. P. 155-194.
3. *Chakraborty S., Ray T.* The Development and Structure of Financial Systems // *Journal of Economic Dynamics and Control*. 2007. Vol. 31 (9). P. 2920-2956.
4. *Corden W.M., Neary J.P.* Booming Sector and De-Industrialization in a Small Open Economy // *The Economic Journal*. 1982. December. P. 360–364.
5. *Gylfason T.* Natural Resources, Education, and Economic Development // *European Economic Review*. 2009. Vol. 45.
6. База данных Швейцарского банка Credit Suisse. [Электронный ресурс]. Режим доступа: credit-suisse.com (дата обращения 08.01.2020).
7. Всемирный банк. [Электронный ресурс]. Режим доступа: worldbank.org (дата обращения 10.01.2020).
8. Всемирный экономический форум. [Электронный ресурс]. Режим доступа: weforum.org (дата обращения 08.01.2020).
9. TrendEconomy. [Электронный ресурс]. Режим доступа: trendeconomy.ru (дата обращения 08.01.2020).

Максимцев И.А., Межевич Н.М.

**МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА ПОСЛЕ ШОКА ПЕРВОГО ПОЛУГОДИЯ 2020 ГОДА:
СТАРЫЕ ПРОБЛЕМЫ В НОВЫХ УСЛОВИЯХ**

Аннотация. События первого полугодия 2020 года показали, что мировая экономическая система находится в еще более сложном положении, чем предполагали пессимисты. Эпидемия коронавируса в сочетании с падением цен на нефть, нестабильностью на всех экономических рынках в отраслевом и территориальном плане, несомненно, будет предметом изучения на протяжении многих лет. Однако уже сейчас очевидно, что эпидемиологическая ситуация не более чем триггер для запуска тех проблем, которые и так существовали в мире до 2020 года. Эпоха «глобализации-1» получила устойчивую замыкающую дату. Начиная со второго квартала 2020 года, формируется новая мировая экономика, где старые тенденции развития в новом сочетании будут определять картину мира. В статье сделана попытка, с одной стороны, показать причины текущего экономического кризиса, с другой стороны, сделана попытка показать то, что экономика до эпидемии находилась в таком состоянии, что любое масштабное воздействие вывело бы ее из неустойчивого равновесия в масштабный кризис.

Ключевые слова. Экономика, суверенитет, прекариат, Европейский союз, Соединённые Штаты Америки, роль государства.

Maksimtsev I.A., Mezhevich N.M.

**GLOBAL ECONOMY AFTER THE SHOCK OF THE FIRST SEMESTER OF 2020:
OLD PROBLEMS IN NEW CONDITIONS**

Abstract. The events of the first semester of 2020 exposed even the deeper crisis of the global economy than pessimists of all sorts predicted. The COVID-19 pandemic combined with the crash of oil prices and volatility of all branch and regional markets are to be a subject of studies for many years. However, it is already evident that the pandemic served no more than a trigger for the old problems existing long before 2020. The era of “Globalization-1” achieved its official closing date. Starting from the second quarter of 2020 we face the formation of the new global economy where old development trends in new combinations would define the novel worldview. The article on the one hand shall reveal the causes of the current economic crisis, and on the other – prove that the pre-pandemic economy anyhow had been in such a vulnerable state that any large-scale influence would have led to a full-blown crisis.

Keywords. Economics, sovereignty, precariat, European Union, United States of America, state participation.

ГРНТИ 06.51.02

© Максимцев И.А., Межевич Н.М., 2020

Игорь Анатольевич Максимцев – доктор экономических наук, профессор, ректор Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Николай Маратович Межевич – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры региональной экономики и природопользования Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Максимцев И.А.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21) Тел.: +7 812 458-97-27. E-mail: rector@unecon.ru.

Статья поступила в редакцию 04.04.2020.

Введение

Начать статью мы хотели бы цитатой: «Политические события последних двух лет сформировали атмосферу неопределенности вокруг глобального сектора здравоохранения. В США попытки сдержать государственное участие в этом секторе выразились в том, что с 1 января 2019 г. покупка полиса индивидуального медицинского страхования уже не стала обязательным условием. В Европе Брекзит, по всей вероятности, может вызвать дестабилизацию фармацевтического рынка, рынка рабочей силы в здравоохранении и исследований в этих сферах» [15, с. 130]. Но не только глобальное здравоохранение влияет на современное развитие мировой экономики. Есть и другие мощные факторы, вызывающие в ней тектонические сдвиги. Рассмотрим их более детально.

Основные тенденции развития глобальной экономики к 2020 году

Изучение современной ситуации в мировой экономике опровергает тезис о том, что «не могут же теоретические построения бесконечно противоречить действительности!» [23, с. 3]. Выясняется – могут. О том, что ситуация в глобальной политике и экономике – это движение в тупик, дискуссии идут с середины 90-х годов прошлого века. «Сегодня мир, почти лишенный путевой нити, пытается наощупь найти новый баланс, новое соотношение сил между государством, рынком и гражданским обществом», – писал М. Хансен, Генеральный директор международной организации труда [5].

Все проблемы глобальной экономики, обсуждаемые в настоящее время, не являются новыми [16, с. 18]. По-прежнему справедлив тезис о том, что «мировые экономические кризисы – нарушения равновесия между спросом и предложением в рыночной системе хозяйства происходят с циклическим постоянством» [18, с. 156]. Иная ситуация возникает в тех случаях, когда экономический кризис сочетается с иными не менее масштабными вызовами.

Ключевые признаки медленно входящего в нашу жизнь кризиса неоднократно указывались: «В прошедшие десятилетия (и даже столетия) интеллектуальную моду задавал Запад, и теперь большинство там просто не желает принять новые реалии. Ведь чаще всего они указывают на долгосрочное ослабление западных позиций в геополитике, экономике, идейной сфере» [13]. Показательно то, что автор этого тезиса профессор С. Караганов – один из ведущих российских теоретиков в сфере мировой политики – далеко не сразу пришел к подобному критическому отношению к «глобальному Западу».

Сопrotивление интеллектуальной унификации характерно не только для «не Запада», но и для проверенных соратников Вашингтона. «Американская гегемония была эффективна в условиях, когда главный противник предыдущего конкурентного цикла международных отношений – Россия – пребывала в состоянии внутренней смуты, провала, а затем неровного восстановления, а основной нарождавшийся соперник – Китай – был всецело сосредоточен на задачах внутреннего развития. Когда же в России решили, что у страны достаточно сил для возвращения в большую игру держав, а США заметили, что Китай обыгрывает их на экономическом поприще и может составить серьезную конкуренцию в технологической сфере, тогда державный мир – закончился» [22].

Перспективы мировой экономики в январе 2020 года Всемирный банк охарактеризовал так: «Медленный рост, политические вызовы» [19]. Однако и в этом обзоре Всемирного банка указывается на беспрецедентный рост объемов долгов, причем необеспеченных, и длительное замедление темпов роста производительности труда. Прогноз был сделан следующий – темпы роста мировой экономики поднимутся до 2,5%. При этом «рост производства на душу населения останется гораздо ниже многолетних средних показателей, равно как и уровня, необходимого для достижения целей сокращения масштабов бедности» [19]. Еще одной проблемой стала «самая широкомасштабная за последние 50 лет волна наращивания долгов в странах с формирующимся рынком и развивающихся странах». Добавим, наращивание долгов характерно и для развитых стран, причем именно там это необъяснимо «болезнями роста».

К критическим императивам мировой экономики мы относим рост социального неравенства, классическую безработицу, разрушение среднего класса и рост прекариата. В начале второго десятилетия 21 века лишь американский Национальный Совет по разведке прославился абсолютно ошибочным прогнозом: «На протяжении следующих 15-20 лет влияние граждан значительно возрастет за счет уменьшения числа самых бедных и отверженных членов общества при росте мирового среднего класса» [7, с. 8]. Не успела высохнуть типографская краска, как выяснилось, что прекариат численно рас-

тет всюду, включая и сами США. «Оставшись один на один с озлобленным прекариатом, усиленным технологиями социальных сетей, эта не заслужившая доверия власть все чаще обнаруживает свою недоговороспособность» [17].

Аналитики Saxo Bank, известного не только финансовыми операциями, но и интересными прогнозами, отметили во второй половине 2019 года: «Мы отказываемся от того самого экономического механизма, который сделал старшее поколение «богатым», и рискуем получить постоянный разрыв в уровне достатка поколений и несправедливой экономике ... В этих условиях мы рассматриваем 2020 год как год, в котором главной темой станет нарушение статус-кво» [25]. Эпидемия несколько пролонгировала данный прогноз, но проблема, как ключевая, диагностирована задолго до 2020 года.

Проблема в том, что государства, претендующие на лидерство, утрачивали объективные экономические предпосылки для этого. Причем и среди традиционных лидеров согласия нет. «Крупнейшие государства мира, включенные формально в «коллективный Запад», не имеют достаточных ресурсов, чтобы сдерживать новый американский «однополярный эгоизм», масштабы которого были обозначены Дональдом Трампом на экономическом форуме в Давосе» [8]. При этом «однополярный эгоизм» не соответствует реально существующей экономической расстановке сил. Какие бы формы не приобрел кризис в Европе и Азии, Америку он не минует. Именно поэтому формула: «Мировая экономика концентрируется в нескольких ключевых странах» [26, р. 425] не то чтобы устарела, но требуется признать изменение списка этих ключевых стран.

Следующая проблема – глобальный кризис договороспособности. «Какой бы конфликт ни вспыхнул, между державами всегда доминировало стремление назначить противную сторону «гитлером», борьба с которым может завершиться только с полным уничтожением противника» [1]. Это было до 2020 года, но как данный фактор действует в кризисное время? Конечно, этот тезис можно трактовать как относящийся к мировой политике, а не мировой экономике. Однако в современных условиях попытка провести границу между мировой политикой и мировой экономикой как минимум вызывает удивление. «Право писать новые правила игры можно либо завоевать, либо купить» [17], иными словами, ключевая победа в политике возможна или военными методами (в данной статье они не рассматриваются), или через установление контроля в мировой экономике. Однако в текущих условиях экономическая победа одного центра невозможна. Мир стал многополярным, хотя понимание этого обстоятельства еще не стало общим.

Заново следует посмотреть на требования, которые предъявляются к мировым организациям. В идеальном варианте они должны достраивать систему, где основными игроками являются государства. При этом государства должны делегировать часть своих полномочий международным организациям, что и сделали практически все, включая признанного лидера – США. На определенном этапе США устраивала работа МВФ, Всемирного Банка, ВТО с позиций их поддержки лидирующей роли своей страны в глобальной экономике. Логика первого этапа глобализации предполагала, что правила и нормы относительно справедливы. В настоящее время статус международных организаций оспаривается не только США, но и пандемией, а также неизбежным ростом регионального эгоизма. Если международные организации, к примеру Всемирная организация здравоохранения, превратились в «памятники самим себе», то последняя надежда остается на «свое» государство. Об этом далее...

Задолго до 2020 года стало понятно то, что «сегодня принцип конкуренции и открытости в мировой торговле всё чаще подменяется протекционизмом, экономическая выгода и целесообразность – идеологической конъюнктурой и политическим давлением. Экономические связи, предпринимательская свобода становятся объектом политизации» [4]. В условиях кризиса предпринимательская свобода не просто ограничивается, а становится объектом государственного регулирования, при высоком уровне общественного одобрения. Однако многоуровневое и экономическое, и политическое давление государств на чужой, а не свой бизнес стало новой нормой незадолго до кризиса 2020 года. Важный вопрос связан с тем, как относиться к государственному вмешательству в новых условиях после первых побед и поражений в борьбе с эпидемией?

Появились ли новые проблемы в старой Европе?

В марте 2010 года была одобрена европейская стратегия экономического развития. Этот план, названный «Европа 2020: стратегия разумного, устойчивого и всеобъемлющего роста» [9, с. 1], интересен тем, что представляет собой удивительный пример несовпадения желаемого и действительного.

2020 год начался в Европе многочисленными призывами к единству и лозунгом «сделаем Европу великой снова». Джозеп Боррелл (Josep Borrell) – верховный представитель ЕС по иностранным делам и политике безопасности и вице-президент Еврокомиссии справедливо указал на то, что «Европе надо избегать отстраненности и распыленности. Отстраненность означает придерживаться мнения, будто проблемы мира слишком многочисленны или слишком далеки, чтобы тревожить всех европейцев. Для общей стратегической культуры крайне важно, чтобы все европейцы воспринимали угрозы безопасности как нечто неделимое» [2]. Ценность данной сентенции не превышает актуальных рекомендаций капитана «Титаника» сохранять спокойствие при посадке в шлюпки.

В течение последних десятилетий практически по всем вопросам повестки дня «позиция Брюсселя заключалась в следующем: либо вы делаете, как мы хотим, либо мы вообще ничего не делаем» [3, с. 38]. Однако, как поступать в том случае, если у Брюсселя нет стратегии действий? Данный тезис относится, как к политике стран внутри ЕС, так и государств за его пределами. Недовольство политикой Брюсселя, впрочем, скрываемое, было характерно для всего последнего десятилетия и практически для всех стран последних трех расширений. Текущий кризис, как экономический, так и эпидемиологический, показал, что «слишком заикленная на внутренних проблемах, Европа не сможет представить ресурсы для преодоления кризисов в странах соседних регионов» [7, с. 14]. Однако Европа не может предоставить ресурсы и для себя, эволюционировав в совокупность национальных государств.

Ситуация 2019 года может быть охарактеризована словами профессора Евстафьева: «Экономическая стагнация стран «старой Европы», их социальные проблемы и втянутость в торговые войны с США создают реальную геоэкономическую основу для формирования «перехватывающего» геоэкономического центра, к тому же обладающего собственной политической идентичностью и военно-силовым потенциалом. Чем дальше ситуация в Европе будет развиваться в сегодняшнем русле, тем более серьезные перспективы будут у данного проекта» [10].

Развитие Европы как экономического и политического объединения вызывало вопросы безотнositельно к кризисам 2020 года. Реальная политическая практика государств Европы – «поддерживать национальное сообщество, даже если это означает пожертвовать международным» [24]. Разрушение единого экономического пространства следует считать маловероятным сценарием развития Европы, но даже ограничение шенгенских свобод, в конечном счете, будет иметь как социально-политическое, так и экономическое значение.

Вопрос о кооперации между государствами в чрезвычайных ситуациях поставлен под вопрос. Главной стратегией является опора на собственные ресурсы. Мощные общеевропейские институты, регулирующие кривизну огурцов, оказались абсолютно неэффективными в ситуации реальных вызовов. Кризис, связанный с беженцами, 2015-2018 гг. поставил вопрос об эффективности европейских институтов. Ситуация с коронавирусом дала убедительный ответ. Основой европейской интеграции являлись принципы свободы передвижения людей, товаров и капитала. Все три принципа содержали определенные исключения, но работали до пандемии COVID-19.

В начале 2020 года никаких принципиально новых проблем экономического и политического развития в Европе не появилось. Повышенная волатильность цен на нефть не может рассматриваться как новый и/или уникальный фактор. После 1973 года скачки цен на нефть если не стали нормой, то и уникальными не являются. Впрочем, можно согласиться с тем, что сочетание эпидемиологических вызовов и повышенной волатильности нефтяных цен представляет собой проблему для Норвегии, не более.

Запас прочности Европы оказался достаточным исключительно для отражения виртуальных угроз (российской и китайской). Реальные вызовы, прежде всего внутренней природы, в Европе уже можно обсуждать, но пока их не готовы решать.

Заключение. Перспективы глобального развития в условиях вызовов 2020 года

Оценивая перспективы мировой экономики, наши коллеги из ИМЭМО РАН предложили на 2019 год три сценария динамики мировой экономики [11, с. 19]:

- первый (вероятность 35-40%) – сохранение циклического характера мировой экономики, позитивная финансовая конъюнктура после нестабильности конца 2000-х – середины 2010-х гг.;
- второй сценарий (вероятность – 35-40%) – рост волатильности мировой экономики и глобальных финансов до «предгрозовых» значений, в связи с началом циклического замедления производства в группе развитых экономик;

- третий сценарий (вероятность – 20-30%) – «штормовое» усиление в 2019 г. волатильности в одной из потенциально опасных точек глобальных финансов или обострение геополитических рисков, переходящих в финансовые.

Без учета каких-либо эпидемиологических факторов, а только в силу геоэкономических вызовов, мы видим, что реализовался третий сценарий. Уже второй квартал 2020 года показал экономический кризис на статистическом уровне, переводя этот вопрос из категории экспертных мнений в ранг статистического приговора. Кризис показывает невозможность сохранения даже тех скромных темпов роста мировой экономики, которые наблюдались в 2018-2019 гг. Важно отметить то, что выводы, сделанные по результатам кризиса 2008 года, и в целом правильные, не были реализованы: «Как показывает опыт кризиса 2008 года, согласованные консолидированные действия экономических и монетарных властей ведущих стран способны, по меньшей мере, обуздать наиболее опасные проявления разбалансировки мировой экономики» [12].

Проблема в том, что создать какую-нибудь математическую модель или эффективно использовать опыт прежних экономических кризисов достаточно сложно. Фактически речь идет о формировании нового опыта, опровергающего предшествующие представления.

Рассмотрим этот тезис на простейшем примере. «Чем сильнее будет влияние кризиса на экономику, тем больше стимулов будет у бизнеса сокращать издержки. Расходы на дорогостоящие офисы и рабочую инфраструктуру напрашиваются в первую очередь» [21]. Иные способы организации труда постепенно станут нормой. Эпидемия не даст качественно новых форм организации труда, но хорошо известные ранее модели получают стимулы для восстановления в новых условиях. Как на позитивную тенденцию указывалось на то, что «в тех же США около 70% всех офисов – это офисы открытого типа. Лишь немногие из компаний, которые опробовали такие офисы, возвращаются к старой практике, с отдельными кабинетами для всех, или же пробуют что-то еще, вроде удаленной работы из дома» [20]. Очевидно, достоинства старой «кабинетной» модели в новых условиях станут более очевидны.

Приведем еще один пример того, что новые условия актуализируют старые вызовы. Известно, что современные технологии дают большие возможности социального контроля. Однако, до «вируса» частная и публичная жизнедеятельность, как правило, были разделены. Этот подход поставлен под вопрос. При этом Китай дал свой ответ на вопрос: Кто в ответе за главное – безопасность и жизнь граждан? Традиционно считалось – государство, для того оно и существует согласно либеральной доктрине. Впрочем, стараниями ее идеологов в последние лет тридцать эта аксиома оказалась под вопросом: в глобализованном мире роль государства, мол, будет нивелироваться, оно станет терять функции в пользу гражданского общества, а также транснациональных институтов.

Докризисное развитие проходило в условиях, когда «объективно глобальный капитализм многократно превосходит национальный по своему потенциалу, но уступает по способности найти общественную опору, то есть фундамент реальной власти» [15]. Общественная опора формируется в условиях не просто доверия к государству, но и надежды на государство, дающее последний шанс для выживания в условиях чрезвычайной ситуации. Возврат к государству происходил до 2020 года потому, что «внедрение» единых универсальных ценностей происходило таким образом, что у ряда стран возникли не только опасения за свои исторические, национальные, культурные и религиозные традиции, но и страх перед внешним посягательством на их государственный суверенитет» [6]. Именно государство является безальтернативным инструментом борьбы с кризисом.

Очевидно, перед нами не циклический, не отраслевой, не структурный и не денежно-кредитный или долговой кризис. Уже в апреле 2020 года очевидно, что элементы и признаки всех указанных видов кризиса присутствуют одновременно. Пандемия коронавируса, помимо вызовов, непосредственно связанных со здравоохранением, не вызвала ряд новых политических, экономических и социальных проблем. Более правильно говорить об актуализации всех накопленных за десятилетия проблем в экономической организации общества.

Если после кризиса 2008 года определенные надежды на межгосударственное сотрудничество сохранялись, то в 2020 году одним из вызовов будет ослабление всех интеграционных проектов и всех иных форм международного сотрудничества. Само понятие о мировой экономике предполагает существование определенной общности стран, связанных некоторыми правилами. «Война всех против всех» в условиях глобальной неопределенности лишь формально может считаться последствием пандемии.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бордачёв Т.* Забыть Гитлера: война и дипломатия в XXI веке. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/zabyt-gitlera-v-xxi-veke> (дата обращения 16.01.2020).
2. *Боррелл Дж.* Применение европейской силы. Чтобы стать геостратегическим игроком высшего ранга, Евросоюз должен заново выучить язык силы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.ipg-journal.io/rubriki/vneshnjaja-politika-i-bezopasnost/statja/show/primenenie-evropeiskoi-sily-993> (дата обращения 12.02.2020).
3. *Воловой В.* Экономика и география: интеграция по необходимости // Перспективы и проекты сотрудничества в Евразии. Сб. статей. Вильнюс, 2012.
4. Выступление Президента Российской Федерации В.В. Путина на совещании послов и постоянных представителей России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/58037> (дата обращения 19.07.2018).
5. Доклад Генерального директора МОТ. «Ценности, которые мы защищаем, перемены, к которым мы стремимся. Социальная справедливость в условиях глобализации экономики». 81 сессия. Женева, 1994.
6. Доклад Международного дискуссионного клуба «Валдай». «Время взрослеть, или оправдание анархии. Как отсутствие мирового порядка может способствовать ответственному поведению государств» / Барабанов О.Н., Бордачёв Т.В., Лисоволик Я.Д., Лукьянов Ф.А., Сушенцов А.А., Тимофеев И.Н. М., 2019.
7. Доклад Национального Совета по разведке. «Глобальные тенденции 2030: Альтернативные миры». (Global Trends 2030: Alternative Worlds. By The National Intelligence Council). 2013.
8. *Евстафьев Д.* «Новая Ялта» Владимира Путина: стратегическая перспектива для Евразии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://eurasia.expert/novaya-yalta-vladimira-putina-strategicheskaya-perspektiva-dlya-evrazii> (дата обращения 29.01.2020).
9. Европа 2020: стратегия разумного, устойчивого и всеобъемлющего роста. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/COMPLET%20EN%20BARROSO%20%20%20007%20-%20Europe%202020%20-%20EN%20version.pdf> (дата обращения 16.03.2020).
10. *Евстафьев Д.* Глобальная регионализация как риск. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ruskline.ru/opp/2019/11/08/globalnaya_regionalizaciya_kak_risk (дата обращения 08.11.2019).
11. Ежегодный прогноз. Россия и мир: 2019. Экономика и внешняя политика / Рук. проекта А.А. Дынкин, В.Г. Барановский. М.: ИМЭМО РАН, 2018.
12. *Кадомцев А.* Рецессия, стагнация или только «встряска» – что ждет мировую экономику в ближайшее время? (прогнозы экспертов). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://interaffairs.ru/news/show/24988> (дата обращения 31.12.2019).
13. *Караганов С.* Новые идеи для себя и мира // Россия в глобальной политике. 2020. № 2.
14. *Кондратьев В.* Перспективы развития мировой экономики в 2019 г. // Перспективы. Электронный журнал. 2018. № 2.
15. *Лукьянов Ф.* Маятник капитализма: почему государства боятся глобализации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://svop.ru/main/15236> (дата обращения 16.03.2020).
16. *Максимцев И.А., Межевич Н.М., Разумовский В.М.* Мировая экономика перед вызовами «Annus Horribilis»: на пороге новой регионализации // Известия СПбГЭУ. 2017. № 1-1 (103). С. 19-24.
17. Международные угрозы 2020: каждый – за себя: доклад / под ред. А.А. Сушенцова; Лаборатория анализа международных процессов МГИМО МИД России. М., 2019.
18. *Рязанов В.Т.* Мировой экономический кризис и его последствия // Христианское чтение. 2010. № 4 (35).
19. Перспективы мировой экономики, январь 2020 года: медленный рост, политические вызовы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/news/feature/2020/01/08/january-2020-global-economic-prospects-slow-growth-policy-challenges> (дата обращения 26.02.2020).
20. Чем хорош или плох офис открытого типа. Разбор условий. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://habr.com/ru/post/400661> (дата обращения 16.01.2017).
21. *Тимофеев И.* COVID-19: что будет, если отправить всех домой. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://ru.valdaiclub.com/a/highlights/covid-19-cto-budet-esli-otpravit-vsekh-domoy> (дата обращения 20.03.2020).
22. *Тренин Д.* Крупные, но уже не главные. Как России и Европе адаптироваться к противостоянию США и Китая. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://carnegie.ru/commentary/80191> (дата обращения 20.11.2019).
23. Флиши Т. де Ла Невиль. Признаки геокультурного обновления в Европе // Валдайские записки. 2016. № 52, июль.
24. *Шаниро Дж.* Трансатлантические отношения и коронавирусы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.globalaffairs.ru/articles/pandemiiya-kollaps> (дата обращения 23.03.2020).
25. *Якобсен С.* «Шокирующие предсказания» на 2020 год. Движущие силы разрушения (OP 2020 Outrageous Predictions PDF RUL). Saxo Bank.
26. *Hirst P.* The Global Economy – Myths and Realities // International Affairs. 1997. № 73.

ЭФФЕКТЫ ИНТЕГРАЦИИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИК СТРАН ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

***Аннотация.** В статье предложена классификация основных эффектов интеграции экономик стран Евразийского экономического союза (синергетических, макроэкономических, микроэкономических, потребителей, экологических, цифровых). На основе обобщения зарубежного опыта даны рекомендации для цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС. Дана характеристика эффектов цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС и определено их влияние на экономический рост. Сделан вывод о том, что обеспечение опережающего развития инновационных секторов экономики, цифровизации сферы услуг, образования, здравоохранения, государственного управления, информационной и экономической безопасности должны стать главными приоритетами в реализации цифровой повестки трансформации экономик стран ЕАЭС в среднесрочной перспективе.*

***Ключевые слова.** Цифровая трансформация, интеграция, евразийский экономический союз.*

Dyatlov S.A., Trunin V.I.

EFFECTS OF INTEGRATION IN TERMS OF DIGITAL TRANSFORMATION OF ECONOMIES OF EURASIAN ECONOMIC UNION

***Abstract.** The article offers a classification of the main effects of integration of the economies of the countries of the Eurasian economic Union (synergetic, macroeconomic, microeconomic, consumers, environmental, digital). Based on the generalization of foreign experience, recommendations are given for the digital transformation of the economies of the EAEU countries. The article describes the effects of digital transformation of the economies of the EAEU countries and determines their impact on economic growth. It is concluded that ensuring the rapid development of innovative sectors of the economy, digitalization of services, education, health, public administration, information and economic security should become the main priorities in the implementation of the digital agenda for the transformation of the economies of the EAEU countries in the medium term.*

***Keywords.** Digital transformation, integration, the Eurasian economic union.*

Введение

В современных условиях происходит трансформация экономик России и стран Евразийского континента, которая обусловлена переходом от индустриально-рыночной к информационно-сетевой экономике. В настоящее время важнейшим фактором экономического роста, повышения конкурентоспособности и реализации конкурентных преимуществ стран Евразийского экономического союза является цифровизация всех отраслей и сфер экономики и государственного управления. Законодательно-нормативной

ГРНТИ 06.03.07

© Дятлов С.А., Трунин, 2020

Сергей Алексеевич Дятлов – доктор экономических наук, профессор кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Виктор Иванович Трунин – доктор экономических наук, профессор Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург).

Контактные данные для связи с авторами (Дятлов С.А.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 (812) 310-47-60. E-mail: oetdsa@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 03.04.2020.

основой для реализации стратегии цифровой трансформации стран ЕАЭС стало принятие «Основных направлений реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года», которые были утверждены на заседании Высшего Евразийского экономического совета ЕАЭС в октябре 2017. Основными направлениями цифровой повестки ЕАЭС являются: цифровая трансформация отраслей экономики, кросс-отраслевая трансформация; цифровая трансформация рынков товаров, услуг, капитала и рабочей силы; цифровая трансформация управления интеграционными процессами; развитие цифровой инфраструктуры и обеспечение защищенности цифровых процессов [16].

Цифровая повестка стран ЕАЭС.

После вступления в силу Договора о Евразийском экономическом союзе [1] наступил новый этап углубления евразийской интеграции, который характеризуется формированием цифровой экономики во всех странах – участницах Союза. Реализация цифровой повестки дня в странах ЕАЭС требует создания единого цифрового пространства, цифровых платформ, сетевой инфраструктуры, внедрения стимулирующих инициатив и реализации совместных проектов цифровой трансформации. Концепция единого цифрового пространства государств ЕАЭС предполагает создание цифровой инфраструктуры и межотраслевых интегрированных платформ, которая будет включать широкополосный доступ в Интернет во всех странах Союза и создаст возможности для появления инновационных отраслей, новых видов услуг, новых рабочих мест, повышения эффективности взаимодействия между странами.

Создание цифрового пространства ЕАЭС позволит добиться целого ряда эффектов от реализации евразийской цифровой повестки дня. Реализация совместной цифровой повестки дня должна привести к росту инвестиционной активности, достижению устойчивого экономического роста, росту занятости и повышению производительности в приоритетных отраслях экономики. Реализация цифровой повестки также включает использование новых бизнес-процессов, цифровых моделей сотрудничества, создание цифровых активов и цифровых систем государственного управления и обеспечения информационной безопасности.

Во всех странах ЕАЭС в настоящее время разработаны и приняты национальные программы цифровой трансформации и развития цифровой экономики [3]. Главными общими элементами являются создание единой цифровой платформы ЕАЭС, введение единых цифровых стандартов, систем обмена данными и электронного документооборота, а также разработка цифровых систем управления инфраструктурой ЕАЭС.

Эффекты интеграции экономик государств ЕАЭС.

Эффекты интеграции экономик государств ЕАЭС имеют различные формы и проявляются в самых различных сферах. После подписания Договора о ЕАЭС Н. Назарбаев оценил эффект от интеграции в \$900 млрд до 2030 года. Согласно подсчетам Всемирного Банка, реализация совместной цифровой повестки до 2025 года принесет дополнительный прирост совокупного ВВП ЕАЭС до 1% в год, а также будет способствовать созданию 8 млн рабочих мест и экономии на издержках для бизнеса \$50 млрд [7]. Среди эффектов интеграции ЕАЭС следует выделить следующие:

- синергетические эффекты евразийской интеграции, которые возникают в результате комплексной интеграции во всех странах ЕАЭС;
- макроэкономические интеграционные эффекты, заключающиеся в росте ВВП, росте производства товаров и услуг вследствие расширения рынков сбыта и спроса, экономии производственных, финансовых и административных издержек, развитии экономики на основе новых технологий и расширении кооперационных связей [19];
- микроэкономические эффекты хозяйствующих субъектов в странах ЕАЭС (предприятий), заключающиеся в росте доли рынка, расширении объема продаж, росте выручки и прибыли компаний;
- интеграционные эффекты конечных потребителей (населения): рост благосостояния (доходов) населения стран ЕАЭС благодаря снижению цен на продукты и увеличению занятости населения, повышение общего образовательного и культурного уровня, усиление безопасности, улучшение экологии, обеспечение комфорта жизни и ведения бизнеса вследствие внедрения передовых международных стандартов, институционального развития;
- экологические эффекты евразийской интеграции, включающие эффекты от природоохранной деятельности, снижения углеродных выбросов, использование энерго- и ресурсосберегающих технологий, совместная реализация экологических проектов и создание экологичных производств;

- цифровые эффекты евразийской интеграции, включающие эффекты, обусловленные переходом к цифровой экономике в государствах ЕАЭС.

Учет зарубежного опыта и рекомендации для цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС

Продвижение цифровой повестки дня ЕАЭС и развитие единого цифрового рынка требуют учета положительного зарубежного опыта. В 2017 году ЕС принял и реализует «Цифровую повестку дня для Европы», направленную на «достижение устойчивых экономических и социальных выгод за счет создания единого цифрового рынка, основанного на сверхскоростном интернете и совместимых приложениях» [4]. Важное значение имеет также обобщение и анализ опыта существующих региональных объединений таких, как Ассоциация государств Юго-Восточной Азии, Совет сотрудничества стран Залива и др.

В 2016-2017 гг. Евразийская экономическая комиссия и Всемирный Банк провели совместное исследование для изучения международного опыта и выработки рекомендаций по максимальному экономическому воздействию развития цифрового пространства и реализации цифровой повестки дня ЕАЭС [12]. Цифровые технологии предоставляют странам ЕАЭС широкие возможности для преобразования национальных экономик. Появление новых способов взаимодействия между людьми, сообществами и правительствами, доступа к информации, ведения бизнеса и взаимодействия с органами государственной власти способствует повышению конкурентоспособности на мировых рынках.

Из-за влияния цифровых технологий на все сферы общественной жизни, главы государств-членов ЕАЭС признали необходимость стимулирования и управления процессами технологических преобразований на благо всех членов общества в качестве новых возможностей для регионального сотрудничества и экономического роста в регионе [2]. Новое качество объединения возникает на основе цифровых сетей, общих цифровых платформ и новых цифровых решений, которые сокращают расстояния, устраняют границы, создают новые рабочие места и развивают ранее не существовавшие сферы деловой активности.

В 2016 году Евразийская экономическая комиссия совместно с экспертами Всемирного Банка начала работу по изучению текущей ситуации и выработке рекомендаций по получению экономических выгод от цифрового развития. Они изучили потенциал создания единого цифрового пространства и реализации Цифровой повестки дня ЕАЭС к 2025 году, направленной на создание единой цифровой экономики в регионе и достижение связанных с этим цифровых дивидендов. Экспертами ЕАЭС совместно с экспертами Мирового Банка была разработана модель создания единого цифрового пространства ЕАЭС, которая должна стать эффективным инструментом для определения, утверждения, измерения, координации и контроля действий, направленных на достижение целей Цифровой повестки дня ЕАЭС [1].

Важнейшими направлениями совместных цифровых инициатив в рамках данной модели являются: создание общей цифровой инфраструктуры; создание интегрированных цифровых платформ; цифровизация ведущих отраслей и сфер экономики; цифровизация национальных и региональных рынков. Основными элементами организационно-экономического механизма реализации данной модели являются: разработка общей нормативно-правовой базы; создание государственно-частного партнерства для реализации приоритетных цифровых инициатив и проектов; развитие партнерских отношений между всеми участниками создаваемых региональных экосистем; содействие распространению лучших цифровых решений и практик.

Эксперты ЕАЭС и Мирового Банка совместно разработали рекомендации для реализации Цифровой повестки дня ЕАЭС до 2025 года, реализация которой приведет к ускоренному экономическому росту, созданию новых рабочих мест, улучшению государственных услуг и повышению конкурентоспособности экономик Союза. Следует отметить ряд основных рекомендаций:

1. Необходимо создать институциональную и правовую основу для цифровой повестки дня, включая обеспечение разделения ролей, обязанностей и полномочий между национальными и региональными организациями управления.
2. Необходимо выделить достаточные финансовые ресурсы с учетом долгосрочного и многостороннего характера цифровых преобразований.
3. Для обеспечения успешного запуска и поддержания динамики цифровых преобразований, следует разработать и запустить программы для повышения уровня цифровых навыков и цифровой грамотности широких слоев населения.

4. Для успешного развития надежных трансграничных межотраслевых цифровых платформ и цифровых решений, следует обеспечить распространение и широкополосной доступ в Интернет.

При этом, важно реализацию этих рекомендаций осуществлять поэтапно с учетом имеющихся ресурсов, приоритетов, сложности, необходимости учета интересов в деле интеграции национальных систем стран ЕАЭС [14].

Эффекты цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС

Успешная трансформация экономик стран ЕАЭС требует реализации инновационных сквозных проектов, принятия мер, направленных на поощрение и стимулирование развития новых отраслей и отраслевых сегментов, разработки общих правил использования информационно-коммуникационных технологий и развития благоприятной цифровой среды для осуществления экономической деятельности в ЕАЭС [8]. Важнейшей задачей является получение синергетических эффектов и накопление конкурентных цифровых активов с использованием преимуществ, которые предоставляет евразийская интеграция.

По данным Европейской комиссии, создание единого цифрового рынка ЕС может принести экономике ЕС дополнительно более 400 млрд евро в год, способствовать созданию новых рабочих мест и росту производительности. Такие инновации, как облачные услуги и аналитика данных, могут добавить к ВВП Евросоюза более 2000 млрд евро к 2030 году через увеличение промышленного производства. Реализация концепции и программ стран-членов ЕАЭС до 2025 года предполагает рост валового продукта объединения за счет расширения широкополосного доступа в Интернет, за счет увеличения пропускной способности трафика, за счет развития и расширения электронной торговли.

Важнейшим направлением является создание облачных сервисов и облачных вычислений в государствах-членах ЕАЭС для исследовательского и образовательного сообщества, а также для государственных органов власти с целью предоставления трансграничных услуг нового поколения. Такие облачные инициативы предоставят государствам-членам возможность консолидировать существующие центры обработки данных, повышая их устойчивость при одновременном снижении затрат на обслуживание. Поддержка развития облачных технологий за счет внедрения облачных сервисов на уровне Союза, формирования региональной евразийской сети центров обработки данных и региональных компаний-операторов, а также предоставления услуг кэширования интернет-трафика для европейских и китайских провайдеров значительно ускорит экономическое развитие. Согласно расчетам Мирового банка, потенциальное увеличение ВВП ЕАЭС за счет этого сектора к 2025 году составит 0,95%. Экономия, возникающая в результате устранения правовых барьеров для реализации Цифровой повестки дня ЕАЭС, может потенциально добавить 2,6% к ВВП.

Развитие цифровой экономики неизбежно ведет к существенной трансформации рынка труда. Эта трансформация является сложной и происходит постепенно, так как все больше традиционных секторов экономики занимаются цифровой экономикой. Такое преобразование влияет на создание рабочих мест на нескольких уровнях. Из-за внедрения ИКТ, оптимизации процессов, роботизации и общего повышения эффективности, устаревшие профессии исчезнут. Однако, по мнению специалистов, несмотря на высвобождение под влиянием цифровизации из сферы занятости значительного количества рабочих мест, чистый эффект от создания новых рабочих мест в новых секторах цифровой экономики будет положительным.

Например, по оценкам McKinsey, одно рабочее место в секторе ИКТ создает от двух до четырех рабочих мест в других отраслях национальной экономики. По оценкам компании PwC, увеличение объемов цифровизации на 10% снижает уровень безработицы на 0,84%. Анализ данных по французской экономике за последние 15 лет показал, что из-за цифровизации дополнительно было создано 1,2 млн рабочих мест и 0,5 млн рабочих мест устаревших профессий было ликвидировано. Согласно расчетам, при среднем уровне проникновения фиксированной широкополосной связи в ЕАЭС в 30%, можно ожидать, что к 2025 г. будет создано порядка 3-4 млн новых рабочих мест, из которых более 1 млн будет создано в сфере цифровой экономики. В результате реализации «Цифровой повестки дня» государств ЕАЭС достижение целевых значений до 3% занятости в секторе ИКТ для стран-членов ЕАЭС может обеспечить увеличение уровня занятости на 2,4% к 2025 г. [17]

Рост платформ электронной коммерции создает новую группу микро-предпринимателей, которые могут получить доступ к мировым рынкам и расширяют сферу деятельности своего бизнеса. Инфор-

мационные, консультационные, рекрутинговые услуги и услуги по поиску работы должны предоставляться на региональном уровне вместе с соответствующей нормативно-правовой базой для обеспечения свободного передвижения граждан в Союзе в поисках работы, по мере создания новых рабочих мест на всей территории ЕАЭС. Предполагается создание новой информационной системы, аккумулирующей данные о занятости и миграции в рамках ЕАЭС, которая позволит предоставлять работникам и работодателям трансграничные услуги, связанные с трудоустройством и перемещением работников между странами ЕАЭС. Предполагается, что к 2025 году в странах ЕАЭС может быть создано до 4 млн новых рабочих мест, включая более миллиона в секторе цифровых технологий, а также планируется повышение производительности труда до 1,73%. Оптимизация и роботизация производства, а также повышение производительности труда, безусловно, сделают некоторых работников излишними, но чистый эффект от развития цифровой экономики на рабочих местах будет положительным [15].

Развитие сектора услуг в 2018-2025 годах, устранение существующих регуляторных барьеров в отношениях между государствами-членами ЕАЭС могут увеличить валовой продукт Союза на 42,3 млрд долларов. Возможный эффект оцифровки государственных закупок на региональном уровне оценивается в 1,6 млрд долларов. Предоставление услуг «открытого правительства» может сэкономить 1,3 млрд долларов, внедрение трансграничных электронных услуг даст экономию 0,5 млрд долларов. Для успешной региональной интеграции и цифрового преобразования экономик стран ЕАЭС важное значение имеет гармонизация законодательства и создание унифицированной нормативно-правовой базы. При этом, успех в деле скоординированной цифровой трансформации экономик стран ЕАЭС зависит от того, насколько будет обеспечена функциональная совместимость и масштабируемость цифровых решений и платформ интегрированной цифровой инфраструктуры.

Реализация программ цифровизации в странах ЕАЭС позволит получить дополнительные дивиденды и эффекты в различных сферах и отраслях. Согласно имеющимся расчетам, наибольший эффект будет достигнут в сфере производства, топливно-энергетической сфере, розничной торговле и сфере услуг. Так, если уровень цифровизации достигнет 20% к 2025 году, в обрабатывающей промышленности ожидается дополнительный рост ВВП ЕАЭС на 0,98%, в розничной торговле – на 0,92% , в сфере услуг – на 2,2%. Доля цифровых услуг в общем объеме экспорта стран ЕАЭС должна вырасти с 28% в 2015 году до 36% в 2025 году. Значительный рост предполагается в секторе экспортоориентированных цифровых услуг, к которым относятся аутсорсинг информационных технологий, аутсорсинг бизнес-процессов, облачные сервисы, оффшорное программирование и индивидуальные программные средства и разработки.

Важно отметить, что для предоставления электронных государственных услуг необходимо достаточное количество открытых данных, доступных для общественности и бизнеса. Утверждение общих цифровых стандартов открытых данных и обеспечение синхронизации и качества данных имеют важное значение для создания такого рода единой базы больших данных в ЕАЭС. Согласно оценкам Всемирного банка, потенциальное влияние создания регионального открытого хранилища данных может обеспечить рост ВВП ЕАЭС на 1,34% к 2025 году. В целом, согласно оценкам Всемирного банка, увеличение цифровизации ЕАЭС на 20% к 2025 год может привести к росту рынка услуг на 2,2% ВВП ЕАЭС [6].

Большой потенциал роста имеет развитие системы электронных международных транзакций и электронной торговли, технологически совместимых архитектур, стандартов, данных, процессов, услуг, платформ, инфраструктур и сетей, которые значительно расширяют возможности для сотрудничества потребителей и бизнес-структур в государствах-членах ЕАЭС. Более глубокая евразийская интеграция при условии 20% взаимного снижения нетарифных барьеров между странами ЕАЭС приведет к увеличению взаимной торговли на 12,4% или на 7,1 млрд долларов США [5]. Совет Евразийской экономической комиссии принял детализированный план по реализации Основных направлений развития механизма «единого окна» в системе регулирования внешнеэкономической деятельности. Данный документ служит одним из инструментов управления проектом по развитию и внедрению этого механизма в государствах-членах Союза [13].

Увеличение торговли, оборота товаров и услуг в ЕАЭС, а также более эффективное использование транзитного потенциала между Азией и Европой требуют обеспечения свободного перемещения транспортных средств на основе цифрового взаимодействия таможенных органов государств-членов ЕАЭС. С 2018 года таможенные службы стран ЕАЭС начали работу на основе требований

нового Таможенного кодекса ЕАЭС, вводящего в действие механизм электронных налоговых деклараций и инструменты цифрового таможенного администрирования. Цифровизация должна существенно упростить процесс устранения барьеров на внутренних рынках Союза. В ближайшем будущем ЕАЭС намерен сформировать зоны свободной торговли и подписать соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве с Египтом, Израилем, Индией, Ираном, Китаем, Сингапуром и Сербией [10].

Принятие и введение единого Таможенного кодекса стран ЕАЭС приводит к переходу на автоматизированные системы и электронному документообороту. Упрощение процедур для осуществления цифровых трансграничных покупок может увеличить трансграничную торговлю, проводимую онлайн-бизнесом, и повысить доверие потребителей к трансграничной электронной торговле в странах ЕАЭС. Цифровые решения включают финансы, услуги, таможенную, закупки, налогообложение, логистику и миграцию. Успешная реализация таких решений приводит к получению цифровых дивидендов. Примером таких решений являются базовые реестры государственного сектора, которые являются официальными источниками базовой информации о гражданах, предпринимательском секторе, компаниях, лицензиях, земельных участках и др. Базовые реестры являются ключевым элементом в развитии новых цифровых услуг в странах ЕАЭС.

Значительный эффект должно дать развитие систем и механизмов «единого окна» в системе внешнеэкономической деятельности, электронного таможенного декларирования в странах ЕАЭС. Меры, направленные на упрощение трансграничных закупок, в том числе устранение таможенно-торговых барьеров, внедрение электронных таможенных деклараций, и переход на электронный торговый документооборот должны дать положительный эффект для увеличения ВВП ЕАЭС к 2025 году. Решения в области цифровой торговли и таможенны включают онлайн-процессы, связанные с экспортом/импортом и ускорением трансграничной торговли, включая логистику, таможенное оформление, лицензирование и сертификацию.

Реализация Цифровой повестки дня ЕАЭС окажет значительное влияние на рост трансграничной электронной торговли, поскольку онлайн-покупатели смогут использовать беспощинные интернет-покупки в любой стране-члене на основе общих цифровых платформ, в том числе платформ идентификации и аутентификации и цифрового кросса.

Цифровая повестка ЕАЭС включает создание и внедрение Транс-евразийской логистической платформы, которая должна стать основой для объединения всех участников торгово-экономической деятельности посредством интегрированных цифровых платформ и электронного обмена данными. Создание системы цифровой логистики ЕАЭС должно стать движущей силой динамичного развития во всех секторах экономики стран ЕАЭС. Внедрение системы цифровой трансграничной логистики должно принести дивиденды и повысить эффективность деятельности логистических компаний в экономической пространстве ЕАЭС. По оценкам специалистов ВЭФ, расширенная цифровая трансграничная логистика может увеличить объем международной торговли для сектора малого и среднего бизнеса [9].

Для обеспечения широкого использования новых цифровых решений необходимо будет решить проблемы подготовки квалифицированных кадров с профессиональными цифровыми способностями и навыками, а также повышения общего уровня цифровой грамотности населения стран ЕАЭС.

Заключение

Учет положительного зарубежного опыта создания интеграционных (наднациональных) структур управления цифровой трансформации в ЕАЭС с широким спектром полномочий на уровне Союза имеет решающее значение для успеха данной трансформации. Важно определить приоритеты цифровой трансформации и утвердить перечень базовых цифровых услуг, реализация которых ускорит процессы интеграции и цифровизации в ЕАЭС. Учитывая масштабы и межсекторальный характер цифровой повестки дня, важно создать механизмы для постоянного мониторинга принятых мер, количественной оценки прогресса и результатов, а также информировать граждан о происходящих преобразованиях с тем, чтобы обеспечить участие и приверженность всех секторов общества [11].

Следует отметить целый ряд возникающих в процессе цифровой трансформации рисков для стран ЕАЭС. В последнее время усиливается гиперконкурентное давление глобальных игроков-мировых лидеров на цифровое пространство стран ЕАЭС. Одним из рисков является значительная зависимость стран ЕАЭС от внешнего рынка цифровых технологий и цифровых услуг, на котором лидирующие

позиции занимают ведущие компании США и Китая. Цифровое неравенство стран ЕАЭС (цифровое отставание от ведущих стран мира) постоянно увеличивается, что приводит к росту угроз для цифрового суверенитета, информационной и экономической безопасности стран ЕАЭС. Также большим риском является «утечка мозгов», прежде всего специалистов в области цифровых, облачных нано- и бионейронных технологий из стран ЕАЭС в развитые страны мира.

Следует отметить особо, что широкое распространение в начале 2020 года пандемии коронавируса стало главной угрозой для экономик стран ЕАЭС и других стран мира. Поэтому одной из актуальных задач является цифровизация здравоохранения и создание гибкой и эффективной системы e-Health в масштабах страны и ЕАЭС. Достижение опережающего развития инновационных секторов экономики, цифровизация сферы услуг, образования, здравоохранения и государственного управления, а также обеспечение цифровой независимости, информационной и экономической безопасности должны стать главными приоритетами в реализации цифровой повестки трансформации экономик стран ЕАЭС в среднесрочной перспективе.

С учетом достижения главных целей цифровой повестки, Евразийская экономическая комиссия разработала планы и определила основные тренды реализации цифровой повестки ЕАЭС по основным направлениям до 2025 года [18]. Успешная реализация стратегии и программ цифровой трансформации и развития цифровой экономики стран-участниц ЕАЭС требует комплексного подхода, координации усилий и согласованных действий всех национальных и интеграционных ведомств, структур и институтов регулирования Евразийского экономического союза.

Благодарности

Материал подготовлен при грантовой поддержке РФФИ, проект № 20-010-00674.

ЛИТЕРАТУРА

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (Астана, 29 мая 2014 г.).
2. *Винокуров Е.* Экономика ЕАЭС: повестка дня // *ЕЭИ.* 2017. № 4 (29).
3. *Дятлов С.А.* Цифровая трансформация экономик стран ЕАЭС: приоритеты и институты развития // *Проблемы современной экономики.* 2018. № 3. С. 18-21.
4. *Иванова Е.М.* Евразийская интеграция: путь от СНГ к ЕАЭС // *Российский внешнеэкономический вестник.* 2018. № 6.
5. *Кофнер Ю.* Углубление интеграции поднимет взаимную торговлю стран ЕАЭС на 12%. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://eurasian-studies.org/archives/14596> (дата обращения 03.04.2020).
6. *Кнобель А., Липин А.* Интеграция: Бег без барьеров // *Ведомости.* 3 февраля 2016.
7. *Костылева Т.* Цифровую повестку ЕАЭС и её практическую реализацию обсудили на ПМЭФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://d-russia.ru/tsifrovuyu-povestku-eaes-i-eyo-prakticheskuyu-realizatsiyu-obsudili-na-pmef.html> (дата обращения 26.06.2018).
8. *Минасян К.* Вызовы цифровой трансформации требуют консолидации усилий стран ЕАЭС. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://egov.ifmo.ru/news_egov/news_17_03_15-1 (дата обращения 21.06.2018).
9. *Самохин И.О., Абрамова О.К.* Влияние политики импортозамещения на участие России в Евразийском экономическом союзе. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2016/1542/23948> (дата обращения 03.04.2020).
10. *Саркисян Т.* Формируя цифровое пространство: о результатах работы ЕЭК за 2017 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://d-russia.ru/formiruya-tsifrovoye-prostranstvo-o-rezultatah-raboty-eek-za-2017-god.html> (дата обращения 21.06.2018).
11. *Соков К.* Торговля России с союзниками по ЕАЭС растет. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.ritm Eurasia.org/news-2016-06-24--torgovlja-rossii-ssojuznikami-po-eaes-rastet-24315> (дата обращения 25.12.2018).
12. *Хейфец Б.А.* Трансрегиональное переформатирование глобального экономического пространства. Вызовы для России. М.: Институт экономики РАН, 2016. 86 с.
13. Евразийская экономическая комиссия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://egov.ifmo.ru/news_egov/news_20_03_22 (дата обращения 26.03.2020).
14. О ситуации по устранению препятствующих функционированию внутреннего рынка Евразийского экономического союза барьеров для взаимного доступа, а также изъятий и ограничений в отношении движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы: Аналитический доклад Евразийской экономической комиссии. М., 2015. 52 с.

15. Об утверждении Положения о формировании и функционировании евразийских технологических платформ: Решение Евразийского межправительственного совета от 13 апреля 2017 г. № 2.
16. Основные направления реализации цифровой повестки ЕАЭС до 2025 года, утв. на заседании Совета 12.10.2017.
17. Оценка экономических эффектов отмены нетарифных барьеров в ЕАЭС. ЦИИ ЕАБР, 2018. 72 с.
18. Цифровая повестка ЕАЭС: 2016-2019-2025 / Евразийская экономическая комиссия. М., 2019. 199 с.
19. Экономическая теория / Бродская Т.Г., Громыко В.В., Дятлов С.А. и др. М., 2004. 255 с.

ГЕОПОЛИТИЧЕСКИЙ РЕНЕССАНС РОССИИ НА ЕВРОПЕЙСКОМ ГАЗОВОМ РЫНКЕ

Аннотация. В статье анализируется геополитическая ситуация, сложившаяся на европейском газовом рынке. Выявлено, что геополитические факторы стали определяющими при формировании европейской энергетической политики. Дана оценка позиции России на европейском газовом рынке. Определено, что одной из задач энергетической геополитики России стала модернизация существовавшей экспортной модели углеводородов и изменение подходов к работе на энергетических рынках Европы.

Ключевые слова. Энергетическая геополитика России, геополитический ренессанс России, газотранспортная система России, трубопроводный газ, сжиженный природный газ, российский экспорт природного газа, модернизации газотранспортной инфраструктуры.

Shchegol'kova A.A.

RUSSIA'S GEOPOLITICAL RENAISSANCE IN THE EUROPEAN GAS MARKET

Abstract. The article analyzes the geopolitical situation in the European gas market. It is revealed that geopolitical factors have become the determining factors in the formation of the European energy policy. The assessment of Russia's position in the European gas market is given. It was determined that one of the tasks of energy geopolitics in Russia was to modernize the existing export model of hydrocarbons and change approaches in the energy markets of Europe.

Keywords. Energy geopolitics of Russia, the geopolitical renaissance of Russia, gas transmission system of Russia, pipeline gas, liquefied natural gas, Russian export of natural gas, modernization of gas transmission infrastructure.

Введение

Борьба за контроль над ресурсами, прежде всего углеводородными, становится приоритетной на современной геополитической арене. Если в прошлые века принципы геополитики были применимы к борьбе за территории, то в нынешнем столетии основной вектор геополитики сместился в сторону экономики и энергетических взаимоотношений. Возникла новая форма геополитики – энергетическая геополитика. Основные стороны геополитического противостояния (Россия, США, страны Евросоюза, страны Азиатско-Тихоокеанского региона) ведут борьбу не только за контроль над месторождениями углеводородных ресурсов, но и за пути их транспортировки.

Последние события еще раз доказывают, что геополитические факторы стали определяющими в процессе формирования современной архитектуры мировой экономики и международных отношений. Именно геополитика стала определяющей при формировании российских энергетических взаимоотношений как с Западом (со странами Евросоюза и США), так и с Востоком (со странами АТР).

ГРНТИ 06.51.65

© Щеголькова А.А., 2020

Ася Александровна Щеголькова – кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Института экономических проблем им. Г.П. Лузина – обособленного подразделения Кольского научного центра Российской академии наук (г. Апатиты Мурманской области).

Контактные данные для связи с автором: 184200, г. Апатиты Мурманской обл., ул. Ферсмана, д. 24а (Russia, Apatity, Fersmana str., 56a). Тел.: +7 911 305-13-09. E-mail: szfingei@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 29.02.2020.

При этом США и их сателлиты не гнушаются использовать nepозволительные с точки зрения как международного права, так и рыночной экономики, методы геополитической борьбы, начиная от шантажа европейских партнёров и заканчивая военными провокациями в отношении ряда стран-импортеров углеводородов. Основная цель США – не допустить реализации провозглашенного Президентом России В.В. Путиным в 2007 году в Мюнхене курса на строительство многополярного мира.

Россия в системе европейской энергетической политики

Мировая политико-экономическая система после 2008 года вступила в период системного экономического кризиса, который в первую очередь, выразался в снижении мощи традиционных центров силы (США, страны ЕС, Япония) и зарождении новых, ввиду быстрого роста в развивающихся странах и государствах с переходной экономикой. Мировое сообщество стало ярко ощущать давление разновекторных проблем, при этом, помимо традиционных: экология, информационная безопасность, мировая экономика и финансы, образование, международный терроризм, на первый план выходит задача обеспечения энергетической безопасности. В этот период именно энергетическая дипломатия стала играть важную роль в российской внешней политике.

В процессе энергетического диалога со странами ЕС Россия четко обозначила свою позицию в системе международной энергетической политики, которая соответствует национальным интересам, и, в то же время, учитывает интересы других сторон через установление взаимовыгодных отношений. В основу российской инициативы легла идея создания комплекса мер, которые должны были быть реализованы путем совместных действий, направленных на создание системы энергетической безопасности в Европе. Основные направления деятельности, по мнению авторов инициативы, должны были бы обеспечить устойчивость международных рынков энергоресурсов, поступление инвестиций в ключевые секторы глобального производства энергоресурсов, повышение уровня энергоэффективности, решение проблемы обеспечения равного доступа к услугам в энергетике.

Россия, как страна, контролирующая существенную часть мировых энергетических ресурсов, их добычу и транспортировку, выразила готовность принять активное участие в формировании глобальной энергетической инфраструктуры, которая гарантировала бы эффективное производство, транспортировку, потребление, а также защиту окружающей среды. Российскими экспертами была предложена идея создания международного газового консорциума. Однако, реакция лидеров «большой семерки» была резко отрицательной, важная инициатива, предложенная Россией, была немедленно подвергнута ostrакизму со стороны политических и общественных деятелей государств «большой семерки», которые, за исключением США, представляют собой страны-потребители энергоресурсов.

К слову, аналогичная инициатива, предложенная лидерам Китая и Индии, принесла конкретные результаты, которые на данный момент реализуются в виде глобальных энергетических проектов на рынке стран АТР. Это позволило вовлечь ранее недоступные с экономической точки зрения (по причине отсутствия инновационных технологий и технических решений, требующих повышенных капиталовложений и эксплуатационных затрат) запасы природного газа, разведанного и добытого российскими компаниями на месторождениях в Арктической зоне РФ. Реализация данных проектов позволяет не только обеспечить энергетическую безопасность, но также является геополитическим инструментом для укрепления регионального присутствия России в Арктике [1, с. 41-45].

Попытка России заявить себя в качестве энергетической сверхдержавы, добиться признания себя в качестве ключевого поставщика энергоресурсов в страны Евросоюза подтолкнула европейские страны к активным действиям, направленным на диверсификацию источников и путей транспортировки энергоресурсов. Еврокомиссия в 2007 году определила основные структурные препятствия в создании единого конкурентного открытого рынка энергоресурсов, а именно – дискриминационный доступ к инфраструктуре и деление на национальные рынки. Так, в марте 2007 г. ЕС провозглашает курс на углубление связей с Центральной Азией, Черноморским и Каспийским регионами. Позднее, 13 июля 2009 года Европейским парламентом был принят Третий энергетический пакет (Third Energy Package – TEP), который вступил в силу 4 сентября 2009 года.

Юридически TEP представляет собой набор директив в сфере поставок электроэнергии и газа, который регламентирует вопросы владения и использования газопроводов и электросетей, а также предусматривает учреждение Агентства по энергетике. Создание данного документа было направлено

на ослабление контроля поставщиков над трубопроводами и распределительными сетями. Практически все директивы, разработанные в целях создания правового поля в энергетической сфере европейскими чиновниками, рассматриваются нашей страной как откровенно дискриминационные. Это объясняется тем, что Запад рассматривает взаимоотношения с Россией в энергетической сфере не с позиции взаимовыгодного сотрудничества, а исключительно с позиции обеспечения доступа к российским углеводородным ресурсам, ну а в долгосрочной перспективе – для установления полного контроля над российским ТЭК [3, С.490].

Представленные директивы были разработаны таким образом, чтобы снизить зависимость стран Евросоюза от России как ключевого поставщика энергии (главным образом, природного газа) на интегрированный рынок ЕС. ТЕР определил новый вектор в европейской энергетической политике по отношению к России, а именно стремление максимально выдавить её из европейских энергетических рынков и из единого экономического пространства. Смысл энергетических реформ, навязанных Еврокомиссией, в принципе понятен – либерализация газового рынка ЕС, придание ему необходимой гибкости и конкурентоспособности. Но при этом претворение в жизнь ТЕР потребовало серьезного административного давления со стороны Еврокомиссии, которая действовала, зачастую, далеко не рыночными методами.

Наращение кризисных процессов в системе российско-европейского сотрудничества в области электроэнергетики начало явно ощущаться в 2014 году. Среди общего потока событий, повлиявших на геополитический климат, наиболее ярким явилось возвращение Крыма в состав России, что «знаменует начало периода российского политического ренессанса и подтверждает вековую традицию геополитического расширения России в южном, западном и юго-западном направлениях – укрепление этих рубежей является фундаментальным условием развития России как великой державы» (С.Ю. Козьменко, А.А. Щеголькова) [2, с. 490].

Именно вступление России в эпоху политического ренессанса стало поводом для запуска механизма санкций. Собственно говоря, санкционное давление Россия ощущала и в прошлом, но с началом украинского кризиса оно начало усиливаться под влиянием целого ряда политических и правовых факторов. Санкции имеют разноскоростной режим и действуют в разных направлениях: через взаимоотношения лидеров государств, антироссийские санкции США, ЕС и их союзников, прямое или косвенное влияние на российских торговых партнеров, давление на энергетические проекты России, в т.ч. блокирование в 2014 году Евросоюзом проекта «Южный поток».

Ситуация, сложившаяся на геополитической арене, вынудила Россию к асимметричному парированию геополитических и экономических вызовов и угроз [5, с. 99]. Поэтому одной из задач энергетической геополитики России стала модернизация существовавшей экспортной модели углеводородов (в первую очередь природного газа) и изменение подходов к работе на энергетических рынках Европы. Это выразилось в осуществлении стратегически важной задачи укрепления регионального присутствия России в нефтегазоносных провинциях нашей страны, в первую очередь в Арктике.

Поэтому одной из задач модернизации явилось формирование мощного технологического задела в системе газотранспортной инфраструктуры, где основные усилия были сосредоточены на стадиях сжижения и транспортировки природного газа, а также решение проблемы расширения используемых моделей продаж (участие в краткосрочной торговле, проведение аукционов, пересмотр долгосрочных контрактов, смена ценовых механизмов и условий поставок).

Позиция России на европейском газовом рынке

В последние годы уровень мировой торговли природным газом, как трубопроводным, так и СПГ, несмотря на общую обеспокоенность в отношении возможности рынка осилить рост предложения, отмечен ростом. Динамика поставок природного газа из России на европейский рынок зависит от ряда факторов, таких как: темпы экономического роста, динамика собственной добычи газа, переход стран Евросоюза к экологически чистой экономике, ценовая конкуренция на глобальном рынке природного газа и пр. Используя статистические данные ВР за 2014-2018 гг. [9], а также предварительные данные за 2019 год, представленные Минэнерго, Минэкономразвития [7], ICIS LNG Edge Supply [10], мы оценили российский экспорт природного газа.

Динамика экспорта природного газа, представленная в таблице, свидетельствует о реализации проектов по диверсификации средств транспортировки российского газа. Согласно аналитическим

данным, на рынках стран Евросоюза доминирует не только трубопроводный газ «Газпрома», но и СПГ с ямальских и сахалинских проектов. По итогам 2019 года Россия заняла второе место по росту производства СПГ (рост за год составил 52%) и вслед за Катаром, Австралией и США вошла в четверку мировых лидеров по объемам экспорта СПГ.

При этом, наша страна вышла на мировой рынок СПГ сравнительно недавно, только в 2009 году, когда в мире насчитывалось достаточное количество игроков, и сферы их влияния в значительной степени были поделены. Коэффициент роста экспорта СПГ за 2014-2019 гг. по странам-лидерам поставок СПГ представлена на рисунке 1 (разработано автором с использованием статистических данных ВР [9], а также были использованы предварительные данные за 2019 год, представленные ICIS LNG Edge Supply [10]).

Таблица 1

Российский экспорт природного газа

Год	Общий объем добычи газа, млрд м ³	Экспорт (всего)				Экспорт (в ЕС)			
		трубопроводного		СПГ		трубопроводного		СПГ	
		млрд м ³	уд. вес, %						
2014	642	189,6	93,3	13,6	6,7	152,0	100,0	-	-
2015	635,5	194,2	93,0	14,6	7,0	150,0	100,0	-	-
2016	640,2	202,0	93,2	14,6	6,8	155,8	100,0	-	-
2017	691,1	219,7	93,4	15,4	6,6	159,0	99,9	0,1	0,1
2018	725,4	223	89,9	24,9	10,1	164,4	96,0	6,8	4,0
2019	738	209,9	84,3	39	15,7	162,2	90,0	18	10,0
К _р *	1,028	1,02		1,235		1,013		13,42	

* Коэффициент роста за период 2014-2019 гг.

Составлено автором.

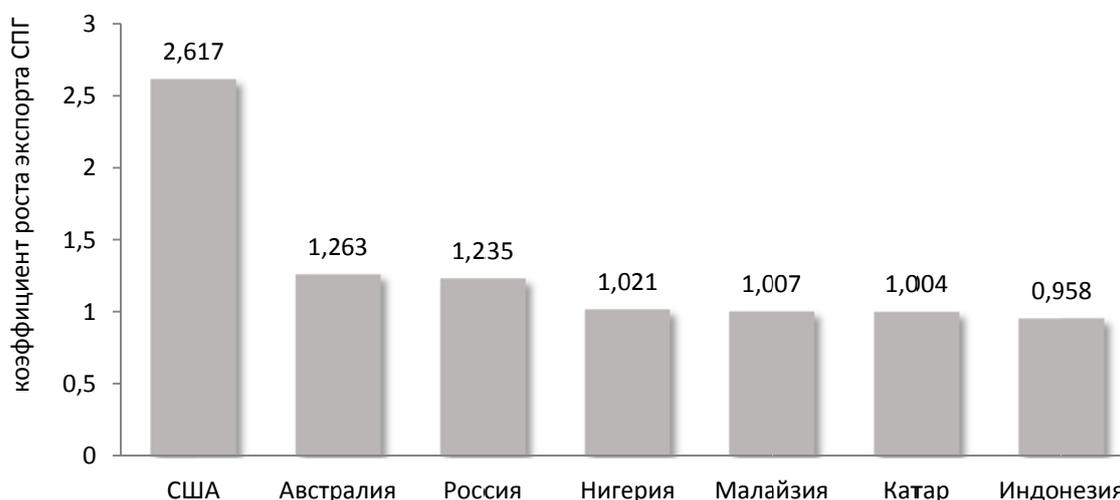


Рис. 1. Коэффициент роста экспорта СПГ за период 2014-2019 гг. (авторская разработка)

Россия вышла на европейский рынок с СПГ в 2017 г., когда была введена первая технологическая линия проекта «Ямал-СПГ». С этого времени наблюдается стремительный рост поставок СПГ из России в страны Евросоюза (за период с 2017 по 2019 гг. коэффициент роста составил 13,42). Ни в 2018, ни в 2019 годах США не удалось ухудшить позиции России на европейском газовом рынке. Поставки ямальского СПГ из России оказались почти на уровне американских, тем

временем и «Газпром» сохранил свой экспорт в ЕС. Скачок произошел за счет ввода в эксплуатацию в 2018 и 2019 годах новых технологических линий по сжижению природного газа и СПГ-терминалов проекта Ямал СПГ.

Рост спроса на СПГ в Европе в 2019 году был ожидаемым, в первую очередь, по причине экологических требований, падения собственной добычи природного газа и прочих факторов. По данным ICIS, поставки СПГ в Европу в 2019 году достигли 105 млрд кубометров (76 млн тонн), что на 55% больше, чем в 2018 году. При этом доля Европы на глобальном рынке СПГ возросла с 13% до 21%. СПГ из России в 2019 году составил в общем объеме поставок в Европу свыше 17%. Рост конкуренции за европейские газовые рынки не помешал России обеспечить в 2019 году порядка 47,5% европейского импорта природного газа.

Лидерство российского природного газа на европейском рынке, как трубопроводного, так и сжиженного – это тенденция. Рост поставок российского СПГ в Европу, несмотря на незначительное снижение экспорта трубопроводного газа, позволил России в 2019 г., в целом, повторить рекорды добычи и экспорта газа, зафиксированные в 2018 г.

Если исключить политическую составляющую, то диверсификация и модернизации европейской газотранспортной инфраструктуры переводит вопрос поставок в плоскость сравнения затрат на производство и доставку природного газа. Именно у России на сегодняшний день имеются конкурентные преимущества на европейском рынке, но они могут быть реализованы лишь при условии отсутствия влияния политической конъюнктуры. На рисунке 2 представлена информация о маршрутах и пропускной способности экспортных газопроводов России в страны Европы и Турцию.

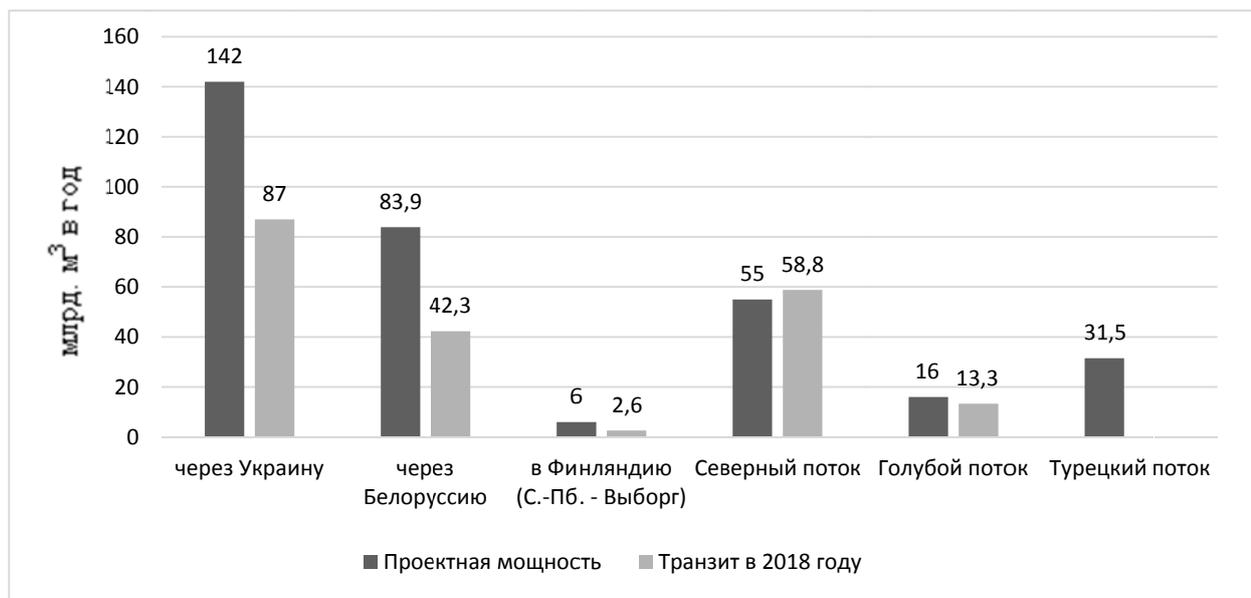


Рис. 2. Пропускная способность экспортных газопроводов России в 2018 году, млрд м³ (авторская разработка)

Согласно представленным данным, можно сделать вывод о снижении экспортной зависимости России от транзита природного газа через Украину за счет перенаправления транзита. С 1 января 2020 г., после запуска Турецкого потока, прекращены поставки газа через Украину по Трансбалканскому газопроводу, по нему сохранены небольшие объемы поставок в Румынию (примерно 5 млн куб. м в сутки). В 2018 году в Турцию по Трансбалканскому газопроводу было поставлено 10,7 млрд куб. м (общий объем поставок газа в Турцию в 2018 году по Голубом потоку и Трансбалканскому газопроводу составил 24 млрд куб. м).

8 января 2020 г. официально запущен новый экспортный газопровод «Турецкий поток». Первая нитка газопровода предназначена для поставок в Турцию, по второй начались поставки в Болгарию, Северную Македонию и Грецию. После окончания строительства Болгарского участка Турецкого по-

тока к концу 2020 г., природный газ пойдет в Сербию и транзитом в Венгрию, Боснию и Герцеговину, Косово и Метохию.

Объем производственных мощностей ГТС Белоруссии на входе составляет 51 млрд куб. м (не включая МГП «Ямал-Европа», мощностью 32,9 млрд куб. м). Основной транзит газа в Европу через ГТС Белоруссии приходится на МГП «Ямал-Европа», загруженность которого составляет практически 100%. При этом, остается под вопросом заключение договора с Польшей о транзите газа по трубопроводу «Ямал-Европа» (действие предыдущего заканчивается 18 мая 2020 г.).

В ноябре 2011 года веден в эксплуатацию магистральный газопровод Северный поток, связывающий Россию и страны Центральной Европы по дну Балтийского моря в обход транзитных государств. С момента ввода в эксплуатацию МГП Северный поток полностью обеспечивает выполнение всех заявок на транспортировку газа. В 2018 и 2019 гг. зафиксировано превышение проектных мощностей Северного потока (в 2018 г. на 3,8 млрд м³, в 2019 г. на 3,5 млрд м³). Введение в строй второй очереди Северного потока позволит повысить пропускную способность газопровода до 110 млрд м³.

В декабре 2019 г., после вступления в силу санкций США в отношении МГП Северный поток и Турецкий поток, приостановлены работы по укладке труб Северного потока (на момент остановки строительства работы по строительству газопровода были осуществлены на 93%). Введение санкций в отношении транснационального проекта можно рассматривать как беспрецедентные недружественные действия в целях получения односторонних преимуществ США на рынке природного газа за счёт ущемления интересов европейских потребителей. Данные санкции направлены, первую очередь, против своего же европейского союзника и подрывают принципы энергетической безопасности Европы.

Министр иностранных дел РФ С.В. Лавров дал резкую характеристику деструктивным действиям США: «США лишний раз продемонстрировали, что их дипломатия сводится прежде всего к устрашению разными методами – санкциями, ультиматумами, угрозами... Когда ближайших союзников наказывают за то, что они решают свои экономические проблемы, задачи, связанные с энергетической безопасностью, я думаю, что ни одна страна в мире уже не должна сомневаться, что если что-то им обещают США, то их бросят в любой момент» [6].

Выводы

Сегодня Россия действительно переживает политический ренессанс – её геополитическое влияние в мире значительно выросло и осуществляется в соответствии четко сформулированным геополитическим кодом, который соответствует реальному политическому, экономическому, социальному и культурному потенциалу нашей страны, определяется ходом ее экономического развития. В геополитическом плане Россия и Европа обречены на тесное стратегическое сотрудничество в газовой сфере между бизнесом, политическими институтами и негосударственными организациями с целью обеспечения энергетической безопасности и стабильного экономического развития. Несмотря на противоречия, Россию и страны ЕС объединяет стремление повысить прозрачность, предсказуемость и стабильность газового рынка, улучшить инвестиционный климат во всех звеньях цепи от разведки, добычи, переработки до сбыта природного газа потребителям [8].

Новые геополитические условия требуют взаимовыгодного сотрудничества на глобальном газовом рынке, поиск механизма для балансировки рынка, взаимоприемлемых решений с учетом интересов всех сторон. Несмотря на геополитические разногласия, финансовые и технологические санкции, взаимовыгодное энергетическое сотрудничество остается магистральным путем решения проблем обеспечения европейской энергетической безопасности. Проводя политику диверсификации маршрутов и способов доставки природного газа европейским потребителям, Россия, тем самым, демонстрирует ответственный деловой подход на основе фундаментальных принципов прагматизма, надежности. «Именно поэтому логика нормальных деловых отношений берет верх над попытками сделать энергетику заложником политических разногласий» [4].

Благодарности

Статья выполнена в рамках НИР № 0226-2019-0028 ИЭП «Взаимодействие глобальных, национальных и региональных факторов в экономическом развитии Севера и Арктической зоны Российской Федерации» по государственному заданию ФИЦ КНЦ РАН.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Геращенко Л.В., Козьменко С.Ю., Ульченко М.В.* Региональные приоритеты геоэкономического развития России в Арктике // Экономика и предпринимательство. 2013. № 12-3 (41). С. 41–45.
2. *Козьменко С.Ю., Щеголькова А.А.* Арктика: модернизация региональной газотранспортной системы в условиях евро-российского геоэкономического и политического перепутья // Вестник МГТУ. 2014. Том 17, № 3. С. 490-496.
3. *Положенцева И.В., Алексеев А.Е., Новицкий И.Ю., Женжебир В.Н., Пишава Т.С.* Дилеммность политической элиты стран Европейского Союза в сфере энергетики // Интернет-журнал Науковедение. 2015. Том 7, № 6. DOI: 10.15862/36EYN615.
4. *Путин В.В.* Стенографический отчёт о пленарном заседании Международного форума «Российская энергетическая неделя», 2 октября 2019 г. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/61704> (дата обращения 11.02.2020).
5. *Щеголькова А.А.* Пространственная организация транспортировки энергетических ресурсов: экономика и геополитика // Геополитика и безопасность. 2015. № 2 (31). С. 95-99.
6. Выступление и ответы на вопросы Министра иностранных дел Российской Федерации С.В. Лаврова на «Правительственном часе» в Совете Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, Москва, 23 декабря 2019 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.mid.ru/ru/press_service/minister_speeches/-/asset_publisher/7OvQR5KJWVmR/content/id/3977671 (дата обращения 11.02.2020).
7. Зеленые сертификаты: мировой опыт и планы в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/energo_january_2020.pdf (дата обращения 11.02.2020).
8. Национальные экономические интересы и тенденции развития морских перевозок углеводородных ресурсов в Арктике / Высоцкая Н.А., Евдокимов Г.П., Емельянов М.Д., Козьменко С.Ю. и др. Апатиты: КНЦ РАН, 2009. 163 с.
9. BP Statistical Review of World Energy. 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bp.com/content/dam/bp/business-sites/en/global/corporate/pdfs/energy-economics/statistical-review/bp-stats-review-2019-full-report.pdf> (дата обращения 21.01.2020).
10. ICIS Global LNG Outlook 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.icis.com/explore/resources/icis-global-lng-outlook-2019> (дата обращения 11.02.2020).

Пшеничникова С.Н., Кубышева А.М.

МОДЕЛИРОВАНИЕ УРОВНЕЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИК РОССИИ И КИТАЯ

Аннотация. В статье рассматриваются показатели, которые существенным образом оказывают влияние на уровень конкурентоспособности экономики. На сегодняшний день перед многими странами, в том числе перед Россией, стоит проблема повышения уровня конкурентоспособности. В статье на основе использования эконометрического моделирования выявляются важнейшие факторы конкурентоспособности в российской и китайской экономике.

Ключевые слова. Конкурентоспособность, система, факторы, показатели, функция, модель.

Pshenichnikova S.N., Kubysheva A.M.

MODELING LEVELS OF COMPETITIVENESS ECONOMIES OF RUSSIA AND CHINA

Abstract. In the article the author considers the factors influencing the competitiveness and defines the links between them. Today, a lot of countries, including Russia, face the problem of increasing the level of competitiveness. The article uses econometric modeling to identify the most important factors of competitiveness in the Russian and Chinese economy.

Keywords. Competitiveness, system, factors, indicators, function, model.

Введение

В современных условиях проблема повышения уровня конкурентоспособности экономики является особенно острой [1-7 и др.]. Государство, характеризующееся определенной структурой экономики, требует в концепции управления страной наличия системы моделирования конкурентоспособности, которая ориентирована на успешное функционирование на мировой арене. С переходом к рыночному механизму в России началось формирование конкурентоспособной среды. Однако склонность российского менталитета к плановым механизмам, то есть невысокая степень готовности работать в условиях рыночной экономики, а также отсутствие фондовых рынков привели к спаду производства в стране за период 1991-1998 гг. на 40%. Россия встала на путь восстановления в 1998 году, когда прекратилось падение ВВП. Однако вслед за этим не последовал рост конкурентоспособности, так как в стране по-прежнему большой сегмент рынка находился под контролем государства, например продажа газа и электроэнергии, за счет которой достигался значительный экономический рост. На сегодняшний день Россия занимает уверенные позиции на международном рынке по отдельным группам товаров (вооружение, строительство атомных электростанций, продажа сырьевых ресурсов), но вопрос поддержания существующего уровня конкурентоспособности и повышения его на инновационной основе все также актуален для страны.

ГРНТИ 06.03.07

© Пшеничникова С.Н., Кубышева А.М., 2020

Светлана Николаевна Пшеничникова – доктор экономических наук, доцент кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Александра Михайловна Кубышева – соискатель кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Пшеничникова С.Н.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 921 328 45 30. E-mail: sveta_nikolaevna@list.ru.

Статья поступила в редакцию 27.02.2020.

Материалы и методы

Под конкурентоспособность экономики понимают способность экономической системы обеспечить быстрый экономический рост. С 2004 г. Всемирным экономическим форумом проводятся ежегодные исследования, направленные на определение индекса глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index) по разным странам [8]. По итогам 2018 года лидирующую позицию по жнному индексу занимают США, это связано с высоким уровнем ВВП, высоким уровнем образования и размером прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Россия занимает 43 позицию из-за низкого уровня ВВП и незначительного размера ПИИ при достаточно высоком уровне образования (на уровне Сингапура). В Китае наблюдается невысокий уровень образования и ВНД, однако внушительный объём ВВП обуславливает его расположение на 28 месте.

В авторском исследовании проведен пофакторный анализ эконометрической функции для экономики России и Китая. Целью статьи является выявление и обоснование влияния наиболее существенных факторов, определяющих уровень конкурентоспособности экономики, естественно это переменные макроэкономического уровня.

В данном исследовании предлагаются в качестве существенно влияющих на уровень конкурентоспособности экономики следующие факторы: объем ВВП, уровень безработицы, количество людей с высшим образованием, расходы на НИОКР, индекс человеческого развития, добавленная стоимость, число организаций, осуществляющих инновационную деятельность, валовые частные инвестиции, которые взяты за период 2000-2018 гг. Для сравнительного анализа использованы данные для российской экономики и экономики Китая, собранные из официальных источников [9-11].

Результаты и обсуждение

В качестве наиболее значимых для формирования уровня конкурентоспособности экономики (Y) будем выделять такие показатели, как объем ВВП в млрд долл., уровень безработицы в %, экспорт в млрд долл., количество людей с высшим образованием в %, расходы на НИОКР в млрд долл., индекс человеческого развития в %, добавленная стоимость в млрд долл., число организаций, осуществляющих инновационную деятельность, валовые частные инвестиции в млрд долл. Эти показатели закодированы нами как $x_1..x_9$.

Построенная общая функция уровня конкурентоспособности от предложенных факторов имеет вид: $Y_{расч.} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + b_8x_8 + b_9x_9$. Но, прежде, чем ее строить, необходимо проверить степень влияния факторов $x_1..x_9$ на Y . Для этого построим матрицу парных коэффициентов корреляции переменных. Считаем, что если коэффициент корреляции по модулю больше 0,7, то фактор оказывает существенное влияние на Y . Исходя из этого, получаем, что существенным влиянием для Российской Федерации обладают лишь факторы x_2 и x_4 . В результате, рассчитанная функция уровня конкурентоспособности для российской экономики имеет вид:

$$Y_{расч.} = 4,858 - 0,178x_2 + 0,01x_4.$$

Чтобы произвести оценку этой функции, необходимо проанализировать значение коэффициента детерминации (R^2), использовать критерий Фишера для проверки значимости регрессионной модели и критерий Стьюдента для проверки значимости параметров. Коэффициент детерминации $R^2 = 0,829$, это означает, что на 82,9% дисперсия зависимой переменной (Y), обусловлена регрессией объясняющих переменных (x_2), (x_4). Так как R^2 достаточно близок к 1, то можно говорить о том, что регрессионная модель успешна и зависимость между индексом конкурентоспособности, уровнем безработицы и количеством людей с высшим образованием сильная. Использование F-критерия Фишера доказало, что уравнение статистически значимо. Что касается критерия Стьюдента, то фактические значения t-статистики превосходят табличное значение, следовательно коэффициенты уравнения статистически значимы.

Чтобы визуально оценить, на сколько $Y_{расч.}$ соответствует фактическому Y , построим график (см. рис. 1). Из него видно, что уровень соответствия достаточно высок.

Таким образом, для российской экономики наиболее важным факторов формирования уровня её конкурентоспособности является трудовой фактор, а именно его количественная составляющая (уровень безработицы) и качественная составляющая (количество людей с высшим образованием). Дальнейшие перспективы повышения уровня конкурентоспособности, в этой связи, должны быть связаны именно с усилением этих параметров, а именно, снижением безработицы, что приведет к экономиче-

скому росту, и увеличением численности людей с высшим образованием, что будет способствовать возможности формирования инновационной экономики в стране.

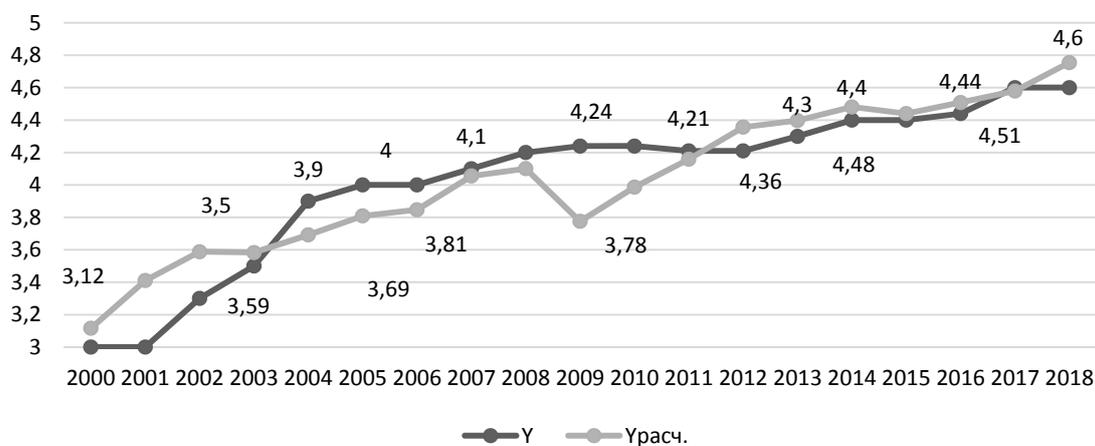


Рис. 1. Результат моделирования уровня конкурентоспособности российской экономики за период 2000-2018 гг.

Далее, аналогично российской экономике, выявим макропоказатели Китая, влияющие, по нашему мнению, на уровень конкурентоспособности его экономики. В результате проведенных расчетов нами выявлены факторы, которые оказывают значительное влияние на Y , то есть уровень конкурентоспособности страны – это x_3 и x_5 . Построенная функция уровня конкурентоспособности для китайской экономики имеет вид:

$$Y = 4,513 + 0,00009x_3 + 0,0008x_5.$$

Коэффициент детерминации $R^2 = 0,94$, это означает, что на 94% дисперсия зависимой переменной (Y), обусловлена регрессией объясняющих переменных (x_3), (x_5). Так как R^2 достаточно близок к 1, то можно говорить о том, что регрессионная модель успешна и зависимость между индексом конкурентоспособности, уровнем экспорта и расходами на НИОКР сильная. С помощью пакета «Анализ данных» MS Excel был рассчитан F-критерий Фишера: $F = 134,4$. Учитывая, что количество наблюдений (n) равно 19, $F_{табл} = 3,63$. $F > F_{табл}$, с вероятностью 0,95 можно утверждать, что коэффициент детерминации в генеральной совокупности не равен 0, следовательно, уравнение статистически значимо. Что касается критерия Стьюдента, фактические значения t-статистики ($tx_3 = 2,4$; $tx_5 = 2,5$) превосходят табличное значение ($t_{табл} = 1,7459$), следовательно коэффициенты уравнения статистически значимы.

Чтобы понять, на сколько $Y_{расч.}$ соответствует Y для китайской экономики, построим график (см. рис. 2), из которого наглядно видно, что расчетное значение конкурентоспособности незначительно отличается от фактического, что подтверждает высокую степень точности полученного нами уравнения регрессии.

Заключение

Таким образом, в результате исследования были определены значения коэффициентов тех факторов, которые наиболее сильно влияют на конкурентоспособность экономической системы. Для России такими факторами являются уровень безработицы, количество людей с высшим образованием. Анализ показателей позволяет сделать вывод, что оценка среднего значения конкурентоспособности равна 4,858; увеличение уровня безработицы на 1% приведет к снижению конкурентоспособности на 0,178% при фиксированном значении другого фактора. При увеличении числа людей с высшим образованием на 1% произойдет рост конкурентоспособности России на 0,01% при фиксированном значении другого фактора. Сильная зависимость российской экономики от уровня безработицы возникла после перехода к рыночной экономике, когда многие предприятия и организации обанкротились, и квалифицированные специалисты остались без работы. Этот показатель в несколько раз превысил данные по Китаю, но к 2018 г. в России удалось снизить уровень безработицы благодаря проводимой социальной политике государства.

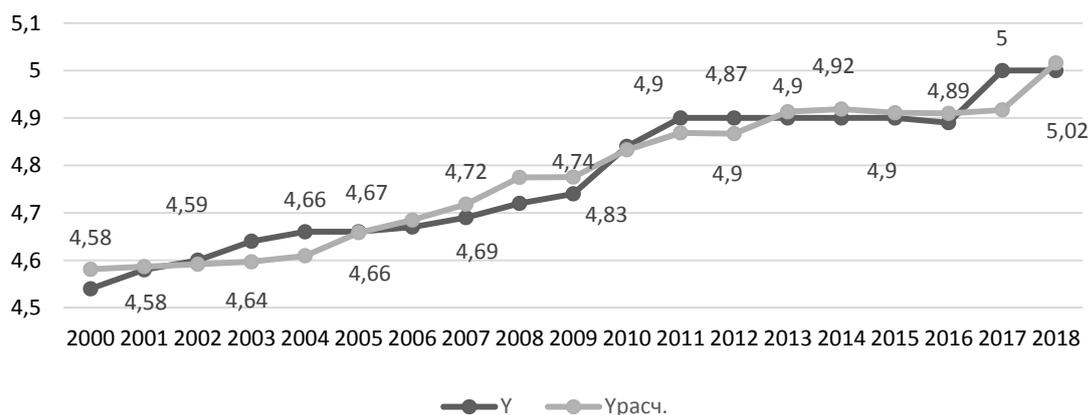


Рис. 2. Результат моделирования уровня конкурентоспособности китайской экономики за период 2000-2018 гг.

Для КНР наиболее значимыми факторами, влияющими на конкурентоспособность экономики, стали экспорт и расходы на НИОКР. Начиная с 1996 г., когда в Китае была развернута Программа технологических новаций, страна находится среди мировых лидеров по расходам на НИОКР. За последнее двадцатилетие страна увеличила производство высокотехнологичной продукции в 26 раз, доля которой увеличилась с 8,1% до 35,4%. Это способствовало снижению сырьевого экспорта, так как выросли поставки наукоемких товаров и услуг, что, в свою очередь, более благоприятно сказалось на экономическом росте страны.

Таким образом, конкурентоспособность экономик исследуемых стран зависит от нескольких факторов, набор которых отражает специфику экономического развития, а также особенности достижения экономического роста. При реализации экономической политики в России и Китае, ориентированной на стимулирование национальной конкурентоспособности, исходя из различий влияющих на нее факторов, следует выбирать различные системы приоритетов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ожегов С.И. Словарь русского языка: ок. 53000 слов. М.: ОНИКС 21 век: Мир и Образование, 2004.
2. Бекетов Н.В. Понятие конкурентоспособности и его эволюция // Экономический анализ: теория и практика. 2008. № 11.
3. Балашова Р.И., Комарницкая Е.В. Конкурентоспособность предприятия как экономическая категория // Экономические исследования и разработки. 2010. № 5.
4. Портер М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран. М.: Междунар. отношения, 1993.
5. Александренко П.Н., Еронкевич Н.Н., Щедрина И.В. Факторный анализ в управлении устойчивым развитием предприятия сферы услуг // ПСЭ. 2015. № 2.
6. Филофова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
7. Центр управления финансами. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://center.yf.ru/data/Marketologu/konkurentosposobnost-2018.php> (дата обращения 06.08.2019).
8. Гуманитарные технологии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://gtmarket.ru/ratings/the-imd-world-competitiveness-yearbook/info> (дата обращения 06.08.2019).
9. Мировые финансы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://global-finances.ru> (дата обращения 06.08.2019).
10. Мировой Атлас Данных. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://knoema.ru> (дата обращения 16.08.2019).
11. Росстат. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения 10.08.2019).

ФИНАНСОВЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ

Михалина Л.М., Голованов Е.Б.

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА БАНКОВСКИХ УСЛУГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА

***Аннотация.** В статье рассмотрен пример адаптации классического подхода формирования товарной политики к сфере банковских услуг. Представлена авторская интерпретация характеристик банковских услуг, с целью разработки технологии их оценки. Внимание акцентируется на двух составляющих услуг, а именно «ядре» услуги и ее стилистической подаче. Условное разделение клиентов банка – физических лиц на три потребительских группы позволило определить преимущества и недостатки банковских услуг, оказывающих существенное влияние на выбор отдельными пользователями банковского учреждения. Предложенный подход позволит банкам повысить эффективность принятия решения по адаптации собственной продуктовой политики.*

***Ключевые слова.** Банковское учреждение, банковская услуга, товарная политика, качество банковской услуги, характеристика банковской услуги, оценка качества банковской услуги.*

Mikhailina L.M., Golovanov E.B.

ASSESSMENT OF QUALITY OF BANK SERVICES AS A TOOL FOR INCREASING EFFICIENCY OF BANK ACTIVITIES

***Abstract.** The article considers an example of adaptation of the classical approach to the formation of commodity policy to the banking sector. The authors presented their own interpretation of the characteristics of banking services, with the aim of developing technology for their assessment. Attention is focused on two components of services, namely the «core» of the service and its stylistic presentation. The conditional division of individuals as bank customers into three consumer groups made it possible to determine the advantages and disadvantages of banking services that have a significant impact on the choice of a banking institution. The proposed approach will allow banks to increase the effectiveness of decision-making on adapting their own product policies in a changing environment.*

***Keywords.** Banking institution, banking service, product policy, quality of banking services, characteristic of banking services, assessment of the quality of banking services.*

Введение

Сегодня рынок банковских услуг – сфера деятельности финансовых организаций, обеспечивающая перераспределение капитала и иных финансовых инструментов в экономической системе, а также

ГРНТИ 06.73.55

© Михалина Л.М., Голованов Е.Б., 2020

Людмила Михайловна Михалина – доцент кафедры экономической безопасности Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета) (г. Челябинск).

Егор Борисович Голованов – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической безопасности Южно-Уральского государственного университета (национального исследовательского университета) (г. Челябинск).

Контактные данные для связи с авторами (Голованов Е.Б.): 454081, Челябинск, пр. Ленина, д. 87 (Russia, Chelyabinsk, Lenin av., 87). Тел.: +7 351 267-97-18. E-mail: golovanoveb@susu.ru.

Статья поступила в редакцию 27.03.2020.

удовлетворение общественных потребностей по организации денежного обращения [2, 5]. Дальнейшее эффективное развитие названных процессов зависит от количества и качества предлагаемых банковских услуг – продуктов банковской деятельности. Качество предоставляемых услуг существенным образом влияет на собственную конкурентоспособность финансовой организации на банковском рынке, в том числе – на стабильность её доходов и прибыли.

Исследованиям особенностей банковских услуг посвящены работы многих ученых-экономистов. Однако, до сих пор вопросы, касающиеся природы банковских услуг [1, 2], соотношения их с банковскими продуктами [9, 15] и, прежде всего, оценки качества их предоставления в банковских учреждениях [10, 12, 13] остаются достаточно дискуссионными. В банковской практике пока отсутствуют рекомендации, содержащие единые требования к показателям качества банковских услуг и методике их оценки [14].

В современных условиях к банковским услугам могут быть отнесены посреднические, комиссионные операции, осуществляемые банками по поручению клиентов за определенную плату – комиссию [1]. К таким операциям относится наибольшее количество банковских услуг: услуги по управлению потоками наличных и безналичных денежных средств; валютные операции; учет коммерческих векселей и предоставление кредитов; расчетно-кассовые услуги; брокерские услуги по операциям с ценными бумагами; инвестиционные банковские услуги (размещение или покупка новых ценных бумаг у их эмитентов и последующая их перепродажа другим покупателям; поиск наиболее привлекательных объектов для слияния; финансирование приобретения других компаний); страховые услуги; консультационные услуги; финансовые услуги (траст, лизинг, факторинг); хранение ценностей и др.

Таким образом, банковские услуги могут быть определены как предоставляемые клиентам различные виды деятельности банка, сопровождающие проведение банковских операций и сделок. Важно отметить, что банковские услуги практически полностью являются нематериальными и характеризуются определенной протяжённостью во времени. Как правило, они не ограничиваются однократным партнерским актом между банком и его клиентом. В процессе оказания услуги обычно устанавливаются более или менее продолжительные деловые связи между банковским учреждением с одной стороны и физическим или юридическим лицом – с другой.

Особенности проведения товарной политики банка

Ключевую роль в обеспечении банком требуемого рынком качества услуг играет проводимая внутри финансовой организации товарная политика. Являясь частью единой корпоративной стратегии, товарная политика включает в себя, в частности, определение набора ассортиментных групп, работу с которыми в наибольшей степени, с точки зрения руководства банка, обеспечивает экономическую эффективность деятельности финансовой организации в текущем и перспективном периодах времени.

В рамках своей товарной политики банки должны реализовывать механизм, позволяющий им гибко реагировать на переход от одних видов услуг (группы услуг) к иным и/или от одной стадии жизненного цикла самой финансовой организации к другой. Так, например, на стадии своего выхода на целевой рынок банк предлагает клиентам ограниченное число услуг, в наибольшей степени соответствующих общим характеристикам и запросам потребительского спроса. На стадии собственного роста банк приобретает возможности для расширения номенклатуры оказываемых услуг и их ассортиментного ряда. На стадиях насыщения (зрелости) постепенно исчерпываются возможности дифференциации и расширения номенклатуры банковских услуг, а на стадии спада число услуг вновь снижается до 1-2 наиболее популярных.

Важное место в товарной политике банка занимает проблема поиска рационального соотношения банковских услуг, находящихся в различных стадиях жизненного цикла и одновременно присутствующих на рынке. Целью такого поиска является создание стабильных общих условий реализации банковских услуг и компенсации расходов на инновационные разработки, внедрение услуг-новинок, а также поддержание услуг, находящихся в стадии спада и ожидающих увеличения потребительского спроса в обозримой перспективе.

При реализации банковских услуг товарная политика традиционно рассматривается с позиций неразрывного единства, так называемого товарного «ядра» и стилистики его товарной подачи (рис. 1). К «ядру» услуги относится её фактическая «техническая» составляющая. Например, технической характеристикой услуги «Банковский вклад» («ядром» этой услуги) можно считать следующие пара-

метры: процентная ставка по вкладу; срок вклада; валюта вклада; минимальная сумма для открытия вклада; условия открытия и возможность пополнения вклада; методика начисления процентов по вкладу; условия пролонгации вклада и т.п.



Рис. 1. Направления товарной политики банка при реализации услуг

Стилистическая же составляющая качества банковских услуг, т.е. восприятие работы банка глазами клиента, обратившегося за конкретной услугой, напрямую зависит от таких факторов, как: компетентность сотрудников (работники банка должны демонстрировать клиентам профессиональные качества, необходимые для предоставления предлагаемых услуг); доступность (контакт клиента с работниками банка в ходе оказания услуги должен быть простым и максимально доступным); понимание (работники банка должны применять персональный подход к каждому клиенту); коммуникация (банк должен своевременно информировать клиентов об изменениях в существующем комплексе предлагаемых банковских услуг); доверие (банк должен иметь на рынке репутацию надежного кредитно-финансового учреждения); фоновые факторы (температура воздуха, уровень шума, запах в помещении банка); элементы интерьера (архитектурно-планировочное и дизайнерское решения помещений банка); функциональные факторы (комфортность обстановки в операционном зале, в т.ч. изолированность посетителя от других клиентов, предоставление ему времени для знакомства с предлагаемой информацией и т.п., наличие средств связи и информационных носителей в печатном и электронном виде).

Таким образом, под качеством банковской услуги следует понимать комплексную характеристику этой услуги, состоящую из её стилистической подачи и технического «ядра». И только совокупность качественных характеристик предлагаемых банковских услуг определяет политику продуктового предложения каждого конкретного банка.

Особенностью оценки качества банковской услуги является то, что это – во многом субъективное восприятие её качества клиентом, складывающееся до получения им банковского продукта. Как правило, потенциальный потребитель услуги целенаправленно обращается к заранее выбранному поставщику услуг. До начала сотрудничества с финансовой организацией в его сознании под действием собственного опыта или опыта других лиц, рекламных кампаний и оценок в различных источниках информации создается определённый виртуальный образ ожидаемой банковской услуги. Именно эта особенность рыночного поведения клиентов банка при выборе своего финансового партнера учитывается авторами в дальнейшем исследовании.

Характеристика подхода к оценке качества банковских услуг

С точки зрения своего правового статуса, все клиенты банка подразделяются на юридических и физических лиц [7]. И работа с клиентами каждой из названных групп выстраивается банками по самостоятельному алгоритму. Ниже рассмотрена работа банков непосредственно с физическими лицами – дееспособными гражданами России и иностранных государств.

Клиент, оценивая уже предоставленную ему банком услугу, сравнивает её фактическое качество с тем, которого он ожидал на момент заключения договора на её оказание. Именно от того, в какой мере фактическое качество оказанной услуги будет соответствовать его предварительному виртуальному образу, будет зависеть, как оценит качество работы банка отдельный человек, останется ли он постоянным клиентом конкретного банка или в дальнейшем обратится к конкурентам. Полагаем, ука-

занный процесс восприятия качества банковской услуги физическими лицами необходимо учитывать, оценивая качество услуги при её оказании и при дальнейшем её совершенствовании.

Следовательно, для проведения эффективной товарной политики банку необходимо анализировать номенклатуру и ассортимент своих услуг с точки зрения восприятия их клиентом. Т.е., необходим постоянный мониторинг ключевых факторов, влияющих на оценку качества банковских услуг клиентами. Однако необходимо отметить, что качество банковской услуги не может выражаться в каком-то конкретном и «однородном» значении, поскольку само его восприятие клиентом зависит от типа проводимой банковской операции.

К примеру, если клиент (физическое лицо) обращается в банк за услугой, связанной с операциями по вкладам или кредитованию, основными факторами, влияющими на восприятие качества услуги, будут являться именно технические, а не стилистические составляющие услуги. Если же говорить о более «простых» типах банковских услуг, таких как оплата счетов, снятие денежных средств, переводы и иные разовые операции, то в этом случае, наоборот, ключевую роль в восприятии качества услуги с точки зрения физического лица будет играть ее стилистическая подача. В соответствии со сказанным, основные мотивы выбора банка при возникновении потребности в получении различных банковских услуг физическими лицами наглядно представлены на рис. 2.



Рис. 2. Мотивы обращения клиентом за банковскими услугами и критерии, на основе которых происходит принятие им решения о выборе банка

Важность работы по постоянному мониторингу качества банковских услуг и его улучшению подкрепляется тем, что граждане, как правило, являются клиентами, относительно редко посещающими банковские учреждения. Поэтому даже единичное ухудшение качества оказанных услуг (например, плохой сервис, ошибки специалиста операционного офиса, некомфортные условия) может привести к серьезным последствиям если не для банка в целом, то, как минимум – для отдельных его подразделений.

В настоящее время, поскольку средний уровень стилистической подачи услуги схож среди большинства местных и региональных банков, ключевые возможности создания эффективной товарной политики финансовой организации могут лежать в сфере проведения постоянного мониторинга рыночной среды с целью своевременной корректировки собственного продуктового предложения. В процессе организации мониторинга качества банковских услуг необходимо постоянно отслеживать как технические, так и стилистические характеристики качества услуги, предлагаемой как самой финансовой организацией, так и рынком банковских услуг в целом.

Ожидаемые эффекты от внедрения мониторинга качества услуг банковскими организациями могут быть условно разделены на прямые, косвенные и результирующие:

1. К прямым положительным эффектам относится непосредственное улучшение стилистики подачи услуг: своевременное избавление от недобросовестных или неквалифицированных сотрудников, быстрое реагирование на отзывы клиентов, модернизация сервиса и так далее. Прямые эффекты от внедрения мониторинга качества услуг формируются на уровне точек обслуживания, непосредственно влияя на работу тех или иных отделений банка.

2. Сущность косвенного эффекта проявляется в оформлении заявок на модификацию существующих услуг в формате аргументированных предложений и обоснования необходимости данной модификации. Итоговые результаты от косвенного эффекта в формате отчёта переходят в аналитический отдел головного офиса банка. На основании полученных отчётов будет происходить модификация «ядра» услуги (в большей степени) и стилистики подачи услуги (в меньшей степени).

3. Совокупный (результирующий) эффект от организации мониторинга выражается в своевременной, эффективной актуализации банком портфеля оказываемых услуг и оптимизации его клиентской базы: «уход» от случайных, неплатежеспособных клиентов и удержание основной части постоянной клиентуры. Косвенные и результирующие эффекты формируются, как правило, в целом для банковской организации.

Предлагаемый подход учитывает особенности восприятия качества банковских услуг именно физическими лицами. При оценке качества услуг граждане «по умолчанию» стараются принять оптимальное с их точки зрения решение в каждый конкретный момент времени. Это означает, что банку необходимо отслеживать не абсолютное, а относительное восприятие населением качества той или иной услуги (оно изменяется с течением времени): принятое сегодня клиентом решение, касаясь той или иной услуги, может потерять свою актуальность из-за изменения рыночной ситуации опять-таки с его субъективной точки зрения. Поскольку большую долю услуг, оказываемых банком физическим лицам, можно условно разделить на две группы: услуги по кредитам и вкладам и платёжные услуги, то, с определенной степенью условности и с учетом специфики оказываемых услуг, полагаем, может быть выделено три категории клиентов (рис. 3).



Рис. 3. Классификация клиентов – получателей банковских услуг

Выделение предлагаемых категорий является условным, так как клиенты, имеющие вклады и/или кредитные договоры могут пользоваться платёжными услугами банка, т.е. одновременно находиться в нескольких клиентских категориях одновременно. Более того, с течением времени клиенты могут менять принадлежность к той или иной категории. Для каждой из обозначенных категорий клиентов можно выделить соответствующую ей ключевую характеристику качества банковской услуги, что представлено в таблице.

Из представленной характеристики клиентов следует, что наиболее объективное мнение о качестве услуг, оказываемых банком, формируют категории клиентов «ТК» и «ПК». Категория «случайных» клиентов формирует своё мнение, как о качестве оказываемых услуг, так и о репутации банка исходя из разового опыта общения с последним, что делает эту группу (СК) нерепрезентативной

с точки зрения организации мониторинга: на момент обращения в банк качество оказываемых услуг не оценивается клиентом в полном объеме. Следовательно, особенности клиентского поведения в этой группе могут быть исключены из дальнейшего рассмотрения. Разница в объектах и методах оценки качества услуг категориями клиентов ТК и ПК представлена на рис. 4.

Таблица

Взаимосвязь категорий клиентов с ключевыми характеристиками услуг

Категория клиента	Основная причина связи с банком	Ключевая характеристика качества	Уровень мобильности	Доступность возвратности клиента
ТК	Предыдущая банковская история	«Ядро» услуги	Слабый	Слабая
ПК	Близость и удобство клиентской точки обслуживания	Стиль подачи услуги	Сильный	Средняя
СК	Случайность, контакт по юридической линии	Не определено	Не определено	Слабая



Рис. 4. Объекты и методы оценки качества услуг банка различными категориями клиентов

Таким образом, как показано на рис. 4, для традиционных клиентов преимуществами в качестве банковских услуг представляются: теснота взаимодействия банка с различными государственными учреждениями; сформировавшийся портфель предложений; многолетняя привычка пользования услугами одного банка (нежелание перемен). В качестве недостатков названные клиенты расценивают: несогласованное с клиентом подключение дополнительных платных услуг (без заявки); навязывание услуг по различным программам (пенсионным накопительным программам, вкладам, кредитами др.); инфляционные потери денежного номинала вклада; длительность и негибкость процедуры в случае возникновения конфликтной ситуации.

Преимуществами качества банковских услуг с точки зрения клиентов – постоянных плательщиков являются: шаговая доступность точек обслуживания; возможность оплачивать различные услуги; высокая скорость и удобство перевода денег; наличие многовариативной системы пластиковых карт; наличие удобных и современных мобильных приложений; величина комиссионного сбора (его отсутствие) при платежах; коммерческие связи банка с розничными торговыми организациями; «геогра-

фия» сети банкоматов и терминалов самообслуживания. Среди недостатков можно выделить: низкую скорость работы сотрудников банка; некомфортность периода ожидания в помещении пункта обслуживания клиентов; снятие режима конфиденциальности при работе с клиентами; безальтернативная автоматизация проведения платежных операций; некорректное формулирование информационных сообщений (в том числе при организации терминала электронной очереди).

Заключение

Подводя итог, следует особо подчеркнуть, что мнение клиента о качестве банковской услуги формируется только в дискретные моменты времени под воздействием определенных факторов. Оно существенно различается для клиентов, отнесенных категориям ТК и ПК. Поэтому результаты мониторинга качества банковских услуг должны рассматриваться сотрудниками банка с учетом названных особенностей. Только в этом случае банк получит по результатам соответствующего анализа достаточное и объективное информационное обоснование необходимости модификации существующих услуг в формате аргументированных предложений. Сформулированные предложения должны аккумулироваться в аналитическом отделе головного офиса банка, где и происходит дальнейшее принятие решений по адаптации стратегии продуктовой политики финансовой организации к произошедшим изменениям.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абаева Н.П., Хасанова Л.Т.* Классификация банковских услуг // *Финансы и кредит.* 2011. № 24 (456).
2. *Банковские операции* /под общ. ред. О.И. Лаврушина. М.: Инфра-М., 2016. 358 с.
3. *Банковские электронные услуги* / под ред. О.С. Рудакова. М.: Банки и биржи, 2016.
4. *Богданова О.М.* Коммерческие банки России: формирование условий устойчивого развития. М.: Финстатинформ, 2015. 196 с.
5. *Бор М.З., Пятенко В.В.* Менеджмент банков: организация, стратегия, планирование. М.: ИКЦ «ДИС», 2014. 288 с.
6. *Васильев А.В., Герасимова Е.Б., Тишина Л.С.* Мониторинг качества банковских услуг: монография. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 112 с.
7. *Завьялова Л.В., Логунов А.Е.* Банковское обслуживание физических лиц: характеристика научных подходов // *Вестник ОмГУ. Серия: Экономика.* 2017. № 4.
8. *Зеер Э.Ф.* Психология профессии. М.: Академический проект; Фонд Мир, 2005.
9. *Конкурентоспособность банковских услуг* / под ред. Н.П. Абаевой. Ульяновск, 2012. 118 с.
10. *Латыпов Р.Р.* Проблемы повышения качества банковских услуг // *Вопросы экономики и права.* 2011. № 3. С. 262-266.
11. *Михалина Л.М., Голованов Е.Б.* Обзор направлений по обеспечению комплексной экономической безопасности бизнеса отечественных товаропроизводителей // *Управление инвестициями и инновациями. Научно-практический журнал.* 2016. Т. 1. С. 21-27.
12. *Новаторов Э.В.* Методика оценки качества банковских услуг // *Практический маркетинг.* 2001. № 10
13. *Палкина Ю.А.* Основные критерии выбора банка клиентами // *Экономика, предпринимательство и право.* 2014. № 3. С. 3-8.
14. *Сафина О.В., Смирнова Н.В.* Оценка качества банковских услуг // *Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение.* 2017. № 2 (50).
15. *Тарасова Т.Ю., Флигинских Т.Н.* Специфические особенности банковского продукта и услуги // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика.* 2017. № 2 (251). С. 46-51.

Пролубников А.В.

**СПЕЦИФИКА ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ
РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ КАК ФАКТОР РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ**

***Аннотация.** В статье рассмотрена сущность региональной политики и ее влияние на социально-экономическое развитие Российской Федерации. Проанализированы характеристики региональной политики и выявлены ее связи с другими видами государственной экономической политики. Оценено влияние неравномерности пространственного развития на выбор приоритетов региональной политики и показано, что система ее целей не является противоречивой. Этот вывод основывается на системном рассмотрении механизма ее осуществления с учетом межрегиональных связей.*

***Ключевые слова.** Государственная экономическая политика, региональная политика, пространственное развитие, экономический рост, мультипликатор, синергетический эффект.*

Prolubnikov A.V.

**SPECIFICITY OF SPATIAL DEVELOPMENT OF THE MODERN
RUSSIAN ECONOMY AS A FACTOR OF REGIONAL POLICY**

***Abstract.** The article considers the essence of regional policy and its impact on the socio-economic development of the Russian Federation. The characteristics of regional policy are analyzed and its connections with other types of state economic policy are revealed. The influence of the unevenness of spatial development on the choice of regional policy priorities is estimated and it is shown that the system of its goals is not contradictory. This conclusion is based on a systematic review of the mechanism of its implementation, considering interregional ties.*

***Keywords.** State economic policy, regional policy, spatial development, economic growth, multiplier, synergistic effect.*

Введение

В современной России происходит перманентная трансформация подходов к разработке и реализации государственной экономической политики. За последние 30 лет она дважды меняла свою направленность. В советский период развития и непосредственно после его окончания (вследствие инерционности, естественным образом присущей социально-экономическим системам [1]), реализовывалась достаточно жесткая модель экономической политики, построенная на планово-административной основе. Скорее, это была даже не политика в современном ее понимании, которое подразумевает использование в том числе инструментов косвенного регулирования, а государственное управление экономическими явлениями и процессами.

ГРНТИ 06.61.33

© Пролубников А.В., 2020

Андрей Викторович Пролубников – кандидат экономических наук, докторант Военной академии материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулёва (г. Санкт-Петербург).

Контактные данные для связи с автором: 190000, Санкт-Петербург, Макарова наб., 8 (Russia, St. Petersburg, Makarova emb., 8). E-mail: vatt@mil.ru.

Статья поступила в редакцию 01.04.2020.

В дальнейшем, с середины 1990-х гг., в рамках идеологии, позднее названной ее критиками «рыночным фундаментализмом» [2, 3 и др.], произошел фактический уход государства из экономики. Основываясь на концепции саморегулируемого рынка, которая отставалась в *mainstream* современной экономической науки, сторонники новых взглядов на государство реализовывали госполитику в рамках известной идеологемы: «Государство – ночной сторож в экономике». Следует заметить, что этот подход неоднократно подвергался критике в научной литературе [4, 5, 6 и др.], но это не оказывало существенного влияния на реализуемую на практике экономическую политику. Лишь к середине первого десятилетия нового, XXI века, представители власти постепенно стали признавать ошибочность такого подхода.

В частности, можно в этой связи указать на программную статью тогдашнего Председателя Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации С. Миронова, опубликованную в «Российской газете» 19 марта 2004 года. В ней отмечено [7]:

«... с начала реформ 90-х годов и по сей день проводится мысль, будто государственное регулирование, тем более планирование, – синоним отсталости, а передовые страны давно отказались от этого пережитка и успешно развиваются благодаря чудесным свойствам свободного рынка ... На самом деле "невидимая рука" рынка не в состоянии заменить собой активную ... политику государства ... Рыночные отношения – фундамент эффективной экономики. Но абсолютно свободный рынок, где государство выполняет лишь функции "ночного сторожа", существует только в учебниках для начинающих изучать экономику, как необходимое упрощение. Дж. Стиглер, лауреат Нобелевской премии по экономике, именно о наших реформах 90-х годов писал, что "учебники по экономике хороши лишь для студентов, а не для правительств, пытающихся впервые наладить рыночные механизмы" ... Тотальный план, как и тотальный рынок, ограничен в своих возможностях. Пренебрегая законами рынка, подавляя экономическую инициативу, государство привело плановую экономику сначала к застою, а затем и к спаду. Но вместо восстановления равновесия была выбрана другая крайность – отказ от активной политики развития. В результате мы пережили двойной кризис там, где могли бы избежать кризиса вообще. Сначала – кризис доведенной до абсурда плановой экономики, затем кризис столь же абсурдно свободного рынка».

В настоящее время большинством исследователей признается, что крайности в соотношении «плана» и «рынка» при реализации государственной политики нежелательны. Современные экономики являются смешанными [8], что требует, в силу проявления известного кибернетического принципа необходимого разнообразия У.Р. Эшби, реализации смешанных моделей государственной политики. Это означает, что и в Российской Федерации следует усиливать в экономической политике роль централизованного административного начала в духе, например, кейнсианского направления экономической теории. Мы не случайно упомянули в качестве возможной теоретико-методической основы обновлённой государственной экономической политики именно кейнсианство, т.к. в рамках этой научной школы не оспаривается рыночный характер экономики, но признается принципиальное несовершенство рынка, которое состоит в невозможности автоматического прихода его в равновесие на уровне, приемлемом для достижения общественных интересов [9].

Заметим, что можно выделить значительное число направлений государственной экономической политики (промышленная, научно-техническая, инвестиционная, денежно-кредитная, бюджетная и мн. др.), каждое из которых обладает своей спецификой [10-12 и др.]. Поэтому, строго говоря, требуется отдельный анализ каждого из этих направлений. В этой связи, мы приняли решение выделить конкретный вид политики для дальнейшего изучения. Объектом нашего изучения в рамках данной работы является региональная политика.

Региональная политика – сущность и содержание

Россия – весьма разнообразное по региональному составу и пространственному развитию государство. Это требует обязательного учета её пространственной специфики при разработке государственной экономической политики, как федерального уровня (при реализации территориально-специфичных мер, например, при регулировании освоения новых территорий, выборе локаций для осуществления транспортных и иных инфраструктурных проектов и т.д.), так и регионального уровня. В данном случае, мы не будем разделять уровни реализации государственной политики – федеральный и региональный, полагая, что характеристика «региональная» в термине «региональная политика» имеет отношение не к субъекту управления, но к объекту ее осуществления.

Наша точка зрения, таким образом, созвучна с мнением коллектива авторов, сформулированным в [13, с. 11], которое сводится к тому, что «региональную политику можно определить как систему намерений (интересов, целей) и действий, реализуемых органами государственной власти и местного самоуправления совместно с бизнесом и институтами гражданского общества, призванных обеспечить эффективное решение ключевых проблем пространственного развития России, роста экономики и повышения качества жизни населения субъектов РФ». Заметим, что в приведенном определении есть указание на полисубъектность этой политики, к осуществлению которой могут привлекаться не только органы государственной власти (региональные и федеральные), но также власти муниципалитетов и невластные структуры (бизнес, общественные организации, население). С этим можно согласиться, такая точка зрения совпадает с нашей позицией относительно того, что главное в «региональной политике» – это объект управления. В узком понимании – это та или иная территория (например, субъект федерации), а в широком – социально-экономическое пространство страны в целом.

Заметим, что сам феномен региональной политики, по нашему мнению, присущ не всем государствам, а лишь тем, которые имеют разнообразный (дифференцированный) территориальный состав. То есть, основной момент здесь – не площадь территории страны, а наличие дифференциации территорий, которая неизбежно порождает асимметрию в развитии [14, 15 и др.]. При этом, конечно, связь между размером страны и степенью выраженности региональной политики имеется, но это связь косвенная, вторичная, опосредованная. Она определяется тем обстоятельством, что более крупные страны, как правило, имеют большее разнообразие территорий (этническое, хозяйственное, географическое, климатическое и др.).

Любая политика – это система неких целенаправленных мероприятий, действий, ориентированных на перевод объекта этой политики в желаемое состояние, либо же на поддержание характеризующих его параметров (индикаторов) на том или ином (желаемом) уровне. В этой связи, определение целей этой политики является приоритетной проблемой, без решения которой не может идти речи об ее успешной реализации. Этих целей, безусловно, может быть достаточно много. Поэтому речь должна идти об их приоритизации, выделении из них наиболее значимых. Отчасти можно согласиться с тем, что «российская региональная политика имеет два основных приоритета: выравнивание социально-экономического пространства и селективная поддержка региональных полюсов роста ... указанные приоритеты находятся в диалектическом единстве, т.е. они системно связаны между собой, и в то же время противоречивы» [16, с. 70].

Но мы не согласны с тем, что эти цели являются противоречивыми. Вывод, который сделали авторы [16], на наш взгляд, связан с тем, что они рассматривали в своем исследовании регионы как нечто сравнительно автономное, изолированное, независимое друг от друга. Поэтому локализованное вложение некоторого объема ресурсов, имеющее свои следствием ускорение роста одного региона (неважно – являющегося «полюсом роста» или депрессивным), они рассматривают как недовложение этого же объема в другие регионы, следствием чего является торможение их развития. Но в любом унитарном или федеративном государстве (к конфедерациям эти рассуждения применимы не всегда) на общестрановом уровне всегда действуют перераспределительные механизмы. Это делает вышеприведенную логику рассуждений не вполне корректной. Альтернативная авторская позиция на рассматриваемую проблематику будет рассмотрена далее.

Проблема неравномерности пространственного развития России и ее влияние на выбор приоритетов региональной политики

Как известно, любая экономическая система, в том числе региональный хозяйственный комплекс, обладает мультипликационными свойствами. Коэффициент мультипликации (K_m) при этом (применительно к региону) определяется как отношение прироста ВРП (ΔY) к вызвавшему этот прирост объему автономных инвестиций (ΔI):

$$K_m = \Delta Y / \Delta I. \quad (1)$$

Но этот коэффициент, в общем случае, не может быть одинаковым для разных регионов, т.к. его численное значение зависит от специфических свойств конкретной региональной экономики [17], которые, как показывают многочисленные исследования (см., например: [18-21]), существенно дифференцированы. Рассмотрим, в этой связи, некоторые показатели, характеризующие неравномерность пространственного развития РФ. Для их анализа воспользуемся официальной публикацией Росстата 2019 года [22], в которой представлены наиболее актуальные на момент проведения нашего исследо-

вания данные (за 2018 год). В данной публикации представлено множество различных показателей социально-экономического развития российских регионов. Нашей целью не является анализ их всех, мы хотим лишь показать степень дифференциации регионального развития России.

На рисунках, в этой связи, представлено – для иллюстрации степени неравномерности развития регионов – упорядочение всех российских регионов, графически отраженное в виде столбчатой диаграммы, по выбранному показателю (рис. 1 – среднедушевые денежные доходы населения в месяц, тыс. руб.; рис. 2 – ВРП на душу населения, тыс. руб.; рис. 3 – инвестиции в основной капитал, на душу населения, тыс. руб.) от меньшего значения к большему, а сплошной линией показан среднероссийский уровень соответствующего показателя.

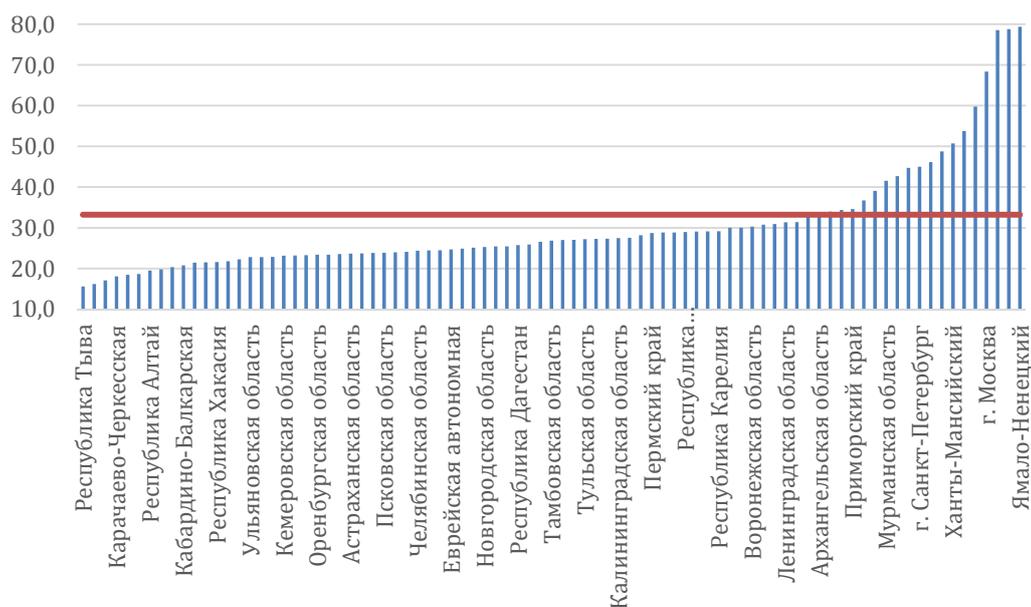


Рис. 1. Региональное распределение среднедушевых денежных доходов населения РФ в месяц, тыс. руб. (составлено автором на основе официальных данных Росстата [22, с. 18-23])

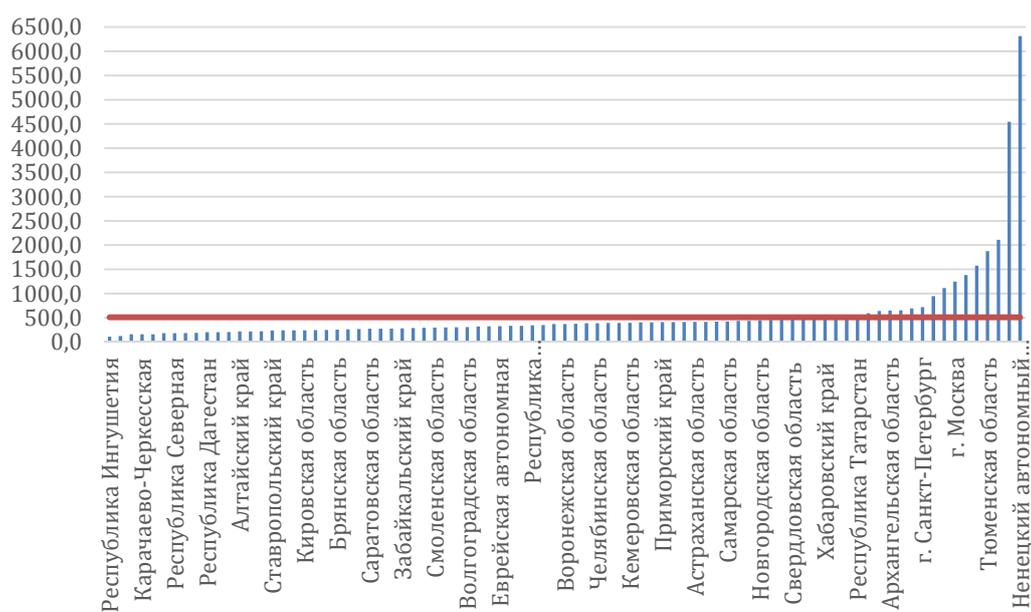


Рис. 2. Региональное распределение ВРП на душу населения в РФ, тыс. руб. (составлено автором на основе официальных данных Росстата [22, с. 18-23])

Дифференциация российских регионов, как следует из представленных графических данных, характеризуется следующими численными показателями:

- среднедушевые денежные доходы населения в месяц ниже среднероссийского уровня наблюдаются в 65 субъектах федерации, при этом разрыв между первым (Ямало-Ненецкий автономный округ) и последним (Республика Тыва) регионами по этому показателю составляет 5,1 раза;
- ВРП на душу населения ниже среднероссийского уровня наблюдаются в 68 субъектах федерации, при этом разрыв между первым (Ненецкий автономный округ) и последним (Республика Ингушетия) регионами по этому показателю составляет 56,5 раз;
- инвестиции в основной капитал (на душу населения) ниже среднероссийского уровня наблюдаются в 62 субъектах федерации, при этом разрыв между первым (Ненецкий автономный округ) и последним (Ивановская область) регионами по этому показателю составляет 70,0 раз.

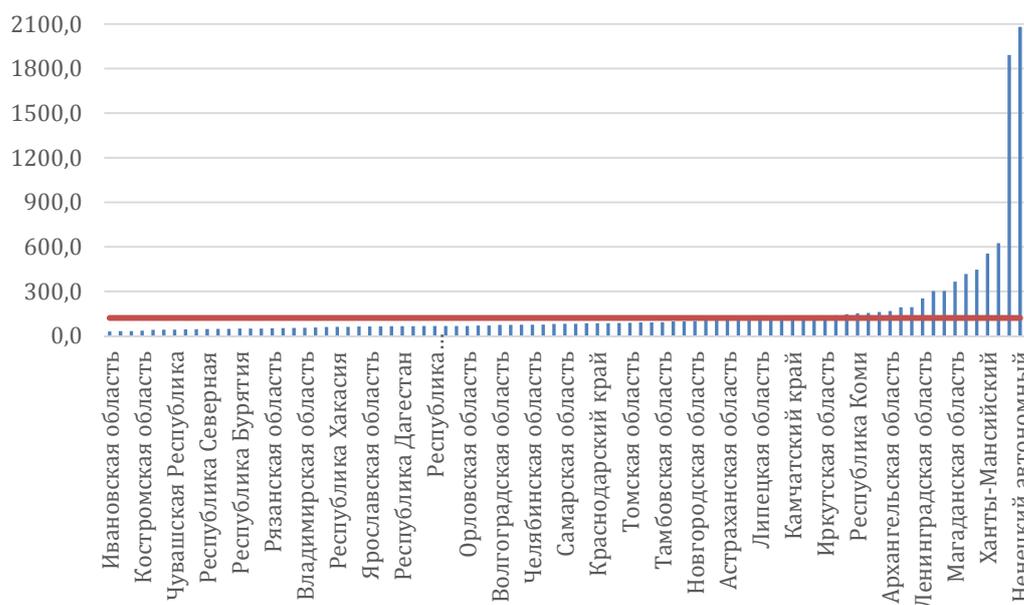


Рис. 3. Региональное распределение инвестиции в основной капитал в РФ, на душу населения, тыс. руб. (составлено автором на основе официальных данных Росстата [22, с. 18-23])

Предположим, для простоты, что у нас есть лишь два региона (в дальнейшем, используя индуктивный метод, ничто не мешает распространить наши рассуждения на большее их количество). При этом, каждый из них характеризуется собственным значением коэффициента мультипликации (Km_1) и (Km_2), при этом, например, ($Km_1 > Km_2$). Далее, пусть имеется фиксированный объем инвестиционных ресурсов (ΔI), который мы можем вложить альтернативно в экономику либо первого, либо второго региона. Очевидно, что расчет по формуле (1) приведет нас к выводу, что приросты ВРП от этих инвестиций будут различаться, т.е. ($\Delta Y_1 > \Delta Y_2$), на величину (ΔY_+):

$$\Delta Y_+ = \Delta Y_1 - \Delta Y_2 = (Km_1 - Km_2) \times \Delta I. \quad (2)$$

В свою очередь, часть этого дополнительно произведенного в первом регионе дохода через фискальную систему будет передана в федеральный центр. Так, по имеющимся оценкам Института комплексных стратегических исследований [23], в федеральный центр в среднем перечисляется около 55% налогов, собираемых в российских регионах. Соответственно, эти налоговые поступления частично расходуются на общестрановые нужды, а частично – в виде трансфертов из федерального бюджета – возвращаются в регионы. Есть и еще один достаточно мощный канал межрегионального перераспределения доходов из «богатых» регионов в «бедные» – это межрегиональная трудовая миграция.

«По данным Росстата, в 2017 г. около 1,5 млн россиян уезжали на работу в другой регион и возвращались обратно каждые 2-4 недели и реже ... за 20 лет численность работающих вахтовым методом в стране выросла более чем втрое» [24]. «Сегодня каждый четвертый житель на территории Яма-

ло-Ненецкого округа [как показано на рис. 1, этот регион лидирует в России по размеру среднедушевых денежных доходов – прим. авт.] – вахтовик, а по северо-западу Сибири доля вахтового персонала превышает 10% от общего количества занятых ... По словам представителя Polymetal, в компании из 12 800 сотрудников 45% трудятся вахтовым методом ... По данным «Роснефти», у компании 97 вахтовых поселков и вагон-городков, в которых на конец 2017 г. проживало около 35 000 работников «Роснефти» и подрядных организаций» [там же].

Введем еще один показатель – коэффициент перераспределения (K_r), который показывает, какая доля произведенного в регионе ВРП (Y), за счет налогов и бюджетных трансфертов, оплаты трудовых мигрантов и по другим каналам перераспределяется в другие регионы. Если принять, что размер этих перераспределенных доходов составил (X), то можно записать:

$$K_r = X / Y. \quad (3)$$

Вернемся к нашему условному примеру с двумя регионами. Если, как мы условились, все инвестиции ушли в первый регион, то вследствие перераспределительных процессов во второй регион дополнительно должны поступить доходы в размере:

$$\Delta Y_{2+} = \Delta X_1 = \Delta Y_1 \times K_r = K_m \times K_r \times \Delta I. \quad (4)$$

При определенных обстоятельствах, а именно при соблюдении условия:

$$K_m < K_m \times K_r, \quad (5)$$

мы получаем, по сути, парадоксальный результат, который состоит в том, что инвестиции в первый регион (полюс роста) дают второму региону (депрессивному) даже больший доход, чем инвестиции в собственное развитие. Т.е., ($\Delta Y_{2+} > \Delta Y_1$). Этот вывод, по нашему мнению, достаточно важен, т.к. его учет в региональной политике позволяет по-новому взглянуть на приоритетность ее целей за счет устранения искусственного противопоставления регионов друг другу, их изолированного рассмотрения. Мало того, высоковероятным нам представляется формирование позитивного синергетического эффекта от межрегионального взаимодействия, который еще более трансформирует систему приоритетов региональной политики, в том числе с учетом динамичности региональных инвестиционных процессов [25], а также вследствие проявления, помимо мультипликативного, и акселеративного эффекта.

Проведенный анализ привел нас к логичному выводу о том, что при формировании приоритетов региональной политики, помимо традиционной пары «конфликтующих» между собой целевых ориентиров – первостепенная поддержка полюсов роста или поддержка депрессивных регионов, направленная на снижение пространственной дифференциации, – следует принимать в расчет также систему и силу межрегиональных связей и мультипликативные свойства региональных хозяйственных комплексов. Такой подход позволит более эффективно осуществлять региональное социально-экономическое развитие не только на уровне отдельных регионов, но и всего социально-экономического пространства Российской Федерации.

Заключение

Проведенное исследование показало, что региональная политика является одной из важных компонент государственной экономической политики, ее неотъемлемой частью. При этом ее характер и значение существенно зависят от степени разнообразия региональных социально-экономических систем. При ее реализации следует стремиться к снижению уровня региональной асимметрии в развитии, а также к общестрановому экономическому росту, что требует учёта при выборе направлений и приоритетов ее реализации не только уровня пространственной дифференциации, но и мультипликативных свойств региональных хозяйственных комплексов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Гюев Г.В.* Управленческо-методологические аспекты формирования инфраструктуры органов внутренних дел: Автореф. дисс. ... д-ра экон. наук / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. СПб., 2019. 38 с.
2. *Анимица Е.Г., Силин Я.П.* Средний Урал на пути новой индустриализации // Экономика региона. 2013. № 3 (35). С. 71-81.
3. *Бодрунов С.Д.* Государство и революция // Производство, наука и образование России: технологические революции и социально-экономические трансформации. Сборник материалов V Межд. конгресса (ПНО-V). СПб., 2019. С. 11-23.

4. Бодрунов С.Д. План и рынок: перспективы интеграции // Научные труды Вольного экономического общества России. 2019. Т. 216. № 2. С. 190-203.
5. Государство и рынок в оптимизации структурных характеристик экономического роста / Айрапетова А.Г., Алтухов Д.А., Анিকেев С.В. и др.; Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. СПб., 2004. 475 с.
6. Структурная трансформация экономики: соотношение плановых и рыночных механизмов реализации / Айрапетова А.Г., Антонян Б.А., Бабайцева И.К. и др.; Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. СПб., 2001. 336 с.
7. Миронов С. Государство – не ночной сторож // Российская газета. 19 марта 2004 г.
8. Плотников В.А. Понятие смешанной экономики: эволюция развития и современная трактовка // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2018. Т. 8. № 2 (27). С. 8-16.
9. Шаниро Н. Дж. М. Кейнс как завершающий экономист "мейнстрима". [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://institutiones.com/personalities/250--qq.html> (дата обращения 10.01.2020).
10. Бабич Т.Н., Вертакова Ю.В. Обоснование методик согласования отраслевых и территориальных интересов при планировании регионального развития с целью реализации государственной экономической политики // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2017. № 2 (32). С. 5-11.
11. Вертакова Ю.В., Борисова М.С., Борисов А.М. Оценка эффективности публичного управления в России на региональном уровне: проблема выбора индикаторов развития // Известия Юго-Западного государственного университета. 2014. № 4 (55). С. 27-38.
12. Пролубников А.В. Анализ опыта реализации экономической политики кластерного развития в России // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2017. № 3. С. 72-77.
13. Вертакова Ю.В., Рисин И.Е., Трусова Н.С. Региональная социально-экономическая политика. М.: Кнорус, 2018. 276 с.
14. Положенцева Ю.С. Инструменты сглаживания пространственной поляризации региональной экономики: дисс. ... канд. экон. наук. Курск, 2009. 243 с.
15. Световцева М.Г. Управление формированием экономического ядра региона: дисс. ... канд. экон. наук. Воронеж, 2004. 264 с.
16. Коростышевская Е.М., Плотников В.А. Теоретические аспекты формирования целей в российской региональной политике // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2014. № 1. С. 62-71.
17. Королева А.М. Эффекты мультипликации и акселерации в современной российской экономике // Общество: политика, экономика, право. 2016. № 5. С. 110-112.
18. Клевцова М.Г., Положенцева Ю.С. Формирование системных принципов индикативного воздействия при стимулировании пропульсивных отраслей региона // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2017. № 1 (31). С. 29-35.
19. Крыжановская О.А. Структурно-динамические индикаторы эффективного управления развитием территорий: европейский опыт // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2017. № 2 (32). С. 28-33.
20. Поляризация российского пространства: экономико-, социально- и культурно-географические аспекты: сборник статей. М.: Изд. ИП Матушкина И.И., 2018. 416 с.
21. Черненко В.А., Подгорная Е.А. Региональная политика в условиях социально-экономической дифференциации субъектов Российской Федерации / Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. СПб., 2013. 127 с.
22. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2019: стат. сб. / Росстат. М., 2019. 1204 с.
23. Баикатова А. Федеральный Центр породил две России: в отечественной экономике почти поровну реципиентов и доноров // Независимая газета. 24 декабря 2018 г.
24. Подцероб М., Смертина П. Как вахтовики воюют с работодателями и почему вахтовые поселки – подходящее место для трудовых конфликтов // Ведомости. 21 ноября 2018 г.
25. Боркова Е.А. Использование динамической модели оценки инвестиционного климата в управлении инвестиционными процессами // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2013. № 5 (64). С. 19-24.

Гасанов Г.С., Мамедова И.И.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА

Аннотация. Статья посвящена анализу проблемы развития государства в начале XXI века. Делается вывод, что для гиперсторонников глобализации появились новые вызовы: отдельные национальные государства становятся неестественными и невозможными коммерческими единицами мировой экономики. Однако «невидимая рука» международного рынка сильнее и могущественнее, чем государства с их политической властью, крупные мировые бизнес-структуры имеют больший авторитет и власть, нежели малые и средние государства. Доказывается, что не все нации могут воспользоваться глобализацией без границ. Только страны и народы, демонстрирующие экономические успехи и имеющие весомый голос в мире, могут пользоваться «сравнительными преимуществами».

Ключевые слова. Государство, глобализация, международный рынок, сравнительное преимущество, революция экономики, бизнес.

Hasanov H.S., Mamedova I.I.

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE STATE

Abstract. The article is devoted to the analysis of the problem of state development at the beginning of the 21st century. Here it is concluded that a new time has appeared for the hyper-advocates of globalization: individual nation-states are becoming unnatural and impossible commercial units of the global economy. Because the «invisibility of the hands» of the international market is stronger and more powerful than states with political power, large global business structures have a great image and power than small and medium-sized states. It is proved that not all peoples can take advantage of globalization without borders. Only those people who are hardworking, businesslike and have a significant voice in the world can enjoy «comparative advantages».

Keywords. State, globalization, international market, comparative advantages, revolution of economy, business.

Введение

Для гиперсторонников глобализации она является новой эрой истории человечества, и традиционные национальные государства становятся квазикommerческими единицами мировой экономики. Сторонники этой идеи используют преимущества экономической логики и, выступая с неолибералистической точки зрения, приветствуют появление единого международного рынка. Они хотят доказать, что экономическая глобализация ведет к национализации экономики и созданию транснациональных сетей производства, торговли и финансов. В мировой экономике национальным органам власти отводится только роль «обслуживания» мирового капитала.

ГРНТИ 06.56.02

© Гасанов Г.С., Мамедова И.И., 2020

Гейдар Сардарич Гасанов – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Менеджмент» Азербайджанского государственного экономического университета (UNEC).

Интизар Ибрагим Мамедова – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Менеджмент» Азербайджанского государственного экономического университета (UNEC).

Контактные данные для связи с авторами (Гасанов Г.С.): Азербайджан, г. Баку, ул. Аббас Саххат, 45А (Azerbaijan, Baku, Abbas Sahhat str., 45a) Тел.: +(994) 12 440-05-62. E-mail: haydar77@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 20.03.2020.

С другой стороны, национальные органы власти должны быть своеобразным механизмом, координирующим местные, региональные и транснациональные глобальные механизмы. «Невидимая рука» мирового рынка сильнее и могущественнее, чем государства с их политической властью. Опыт XX века показывает, что Ротшильды, Рокфеллеры и другие финансовые олигархи имели больший авторитет и власть в решении тех или иных вопросов, в отличие от малых и средних государств.

Глобализация и государство

Экономическая глобализация создает новые формы социальной организации, постепенно вытесняя национальные государства, которые являются первичными звеньями экономического, политического и культурного становления человечества. Нам представляется, что к таким социальным организациям можно отнести действующие структуры негосударственных организаций и так называемое гражданское общество, которые существуют за счет грантов международных организаций, и организации, которые работают на «Открытое общество» Дж. Сороса.

Конечно, глобализация – это прежде всего экономическое явление. Она расширяет возможности для капитала до мировых масштабов и позволяет ему быстрее адаптироваться по рекомендациям Всемирного банка, Международного валютного фонда и других международных организаций в национальных государствах. В результате глобальная экономика становится еще более интегрированной. Диктат транснационального капитала заставляет все страны проводить неолиберальную экономическую политику [7].

Политика государств или отдельных политиков уже неприемлема и для восприятия как искусство невозможного. Сейчас политика выступает как инструмент рационального экономического управления. Рекомендации Всемирного банка, Международного валютного фонда, Всемирной торговой организации и подобных организаций «провинциальным» странам, в конечном итоге, превращают эти страны в своеобразные базы для продажи сырья транснациональным корпорациям. Они рекомендуют таким странам развивать мелкий, малый и средний бизнес в сельском хозяйстве, в сфере торговли, общественного питания, в сфере развлечений. Ни одна из делегаций этих международных организаций, прибывших в Азербайджан и другие постсоветские страны, не рекомендовала бы расширение, диверсификацию и, наконец, транснационализацию местной крупной компании. Напротив, их главным требованием была быстрая приватизация таких крупных компаний.

Последствия приватизации крупных промышленных предприятий были в Азербайджане очень плачевными. Новые собственники хотели оставить за собой менеджмент этих предприятий. Неопытность в менеджменте привел к банкротству крупных предприятий. Политика «открытого рынка» и формирование неолиберализма в Азербайджане, а также поступление в нашу страну конкурентоспособной продукции ведущих компаний Запада, Китая, Республики Корея привели к банкротству предприятий местной обрабатывающей промышленности. Нынешнее молодое поколение, можно сказать, почти не имеет информации о научно-производственных объединениях «Чинар», «Баккондиционер», о машиностроительном заводе имени Саттархана и Сураханском машиностроительном заводе.

Глобализация еще более углубляет поляризацию в обществе. Однако каждая страна имеет своеобразный эффект от «сравнительного преимущества» и теоретически может воспользоваться глобализацией без границ. На практике это очень сложный вопрос. Часто такими «сравнительными преимуществами» пользуются только те нации, у которых имеется экономическая мощь и сила, а также одновременно преобладающий голос в международных экономических организациях. Чтобы использовать преимущества страны в конкуренции с другими странами и не стать игрушкой в руках ТНК, местные национальные государства должны создать идеальное и разумное внутрорегиональное управление. Все усилия должны быть направлены на то, чтобы глобализация не приводила к созданию большого количества «банановых» республик.

Однако, начиная с 2014 года, по разным направлениям усиливается мощь противников глобализации: решительное выступление России против западных ценностей, прекращение продвижения НАТО к границам с Украиной, негативные последствия «цветных революций» в странах Ближнего Востока, превращение Китая в главный центр экономической силы и самое главное – победа Д. Трампа на президентских выборах 2016 года, которому были важны национальные интересы. В 2017 году с приходом к власти Д. Трампа большинство заводов отдельных американских транснациональных корпора-

ций были отозваны из других стран, в основном из Китая, также был введен налог на импорт китайских товаров до 40%, ужесточилась миграционная политика [1].

Все перечисленное позволяет сделать вывод, что глобализация будет развиваться, опираясь на новые ценности, а ТНК и международные организации, выступающие в роли локомотивов глобализации, будут действовать на основе новых сценариев и дорожных карт [8].

Экономическая безопасность и суверенитет государства в условиях глобализации

Для достижения экономической безопасности государства уделяют развитию разных секторов экономики серьезное внимание. Хотелось бы отметить, что развитие каждой экономической сферы в стране требует дополнительных затрат, и редко является эффективным. Необходимо, чтобы в экономике страны развивались секторы, где имеются национальные «сравнительные преимущества».

Эмпирические наблюдения показывают, что в зависимости от социальной психологии, ментальных ценностей, норм поведения, религиозных ценностей, культуры и кухни разных национальностей, а также от климатических и географических условий, представители одной нации имеют хороших ремесленников-мастеров, что ведет к процветанию промышленности, в особенности обрабатывающей промышленности, в других странах развиваются животноводческие или растениеводческие отрасли, а третьи страны умеют хорошо торговать, заниматься ростовщичеством или же работать на предприятиях общественного питания. Как видно, образ мышления каждой нации определяет его способности. По нашему мнению, формирование национальной экономики и государства должно основываться в первую очередь на национальной идеологии [3].

В последнее время деятельность национального государства в условиях глобализации характеризуется рядом оттенков. Глобализация – это не конец национальной политики. Напротив, это процесс проведения её новыми средствами. Значит регулирование и демократизация современной глобализации не должны считаться мифом. Этот процесс характеризуется глубокими интеллектуальными, институциональными и нормативными проблемами, которые должны решаться национальными государствами.

По нашему мнению, национальная преемственность – это понятие, без которого невозможно определить единый код поведения нации. Хотелось бы отметить, что выделяют следующие признаки национальной преемственности: проживание в одинаковой географической и климатической зоне; единство языка; наличие одинаковой истории; наличие схожей кухни и питание одинаковой пищей, водой; идентичность обычаев и традиций, религиозных и мифических верований, воспитание одинаковыми сказками, пословицами и поговорками; наличие одинаковых ментальных и психологических ценностей в образе жизни и поведении; проживание в едином государстве. Наличие этих признаков еще не означает, что была обеспечена преемственность нации. Необходимо не только проживание той или иной нации в рамках одного государства, но и наличие единого или же схожего мнения по поводу вопросов, которые могут считаться общенациональными. Сплоченность вокруг единой идеи или же дорожной карты является обязательным условием преемственности нации.

Революция в информационно-коммуникационных технологиях повысила эластичность и интенсивность внутренних и внешних социально-экономических и политических процессов. Регулирование рынков капитала по новым правилам, рост власти финансов и другого капитала усилили влияние на труд и государство и, тем самым, привели к международному финансово-экономическому кризису [4]. Такие глобальные изменения обуславливают значение политического общества и изменение будущих перспектив. Некоторая часть задач является компетенцией национального государства, а другая часть относится к задачам международных организаций.

Хотелось бы отметить, что правящие круги национального государства участвуют в региональных и международных политических процессах. В этом контексте одной из ключевых проблем является трансграничная координация и контроль. Отдельно взятое национальное государство не в силах разрешить эти проблемы. В связи с этим возникает необходимость участия в региональных организациях. Идет активный поиск интеграционных решений по сотрудничеству в их рамках [5]. Именно поэтому Азербайджан является членом СНГ, Организации Черноморского экономического сотрудничества, Тюркской Организации, Конгресса Исламских государств и других Восточно-Западных и Юго-Северных региональных организаций.

Представления о политическом пространстве уже не связаны с национальной территорией. Рост трансграничных проблем приводит к возникновению региональных единиц с одинаковыми судьбами.

Европейский союз, Шанхайская организация сотрудничества, Организация сотрудничества стран Тихого океана были созданы именно для решения таких трансграничных проблем. С другой стороны, национальное государство часто принимает решения, которые охватывают не только собственных граждан, но и граждан других стран. Например, указы, выносимые по поводу регулирования сексуальной жизни, здоровья, состояния окружающей среды, наркомании и коррупции также оказывают сильное влияние на жизнь граждан близлежащих государств [2].

Заключение

Примем к сведению тот факт, что суть политического решения трудно объяснить только интересами национальных государств [6]. Структуры и органы государства все еще удерживают свою силу и диапазон деятельности из-за своей долгой деятельности. Но они уже беспомощны в решении тех вопросов, которые вышли за рамки страны и превратились в региональные и глобальные проблемы.

Развитие Европейского Союза в Европе вызвало бурные дискуссии, связанные с проживанием в отдельных национальных и суверенных государствах. Но эти вопросы важны и для других регионов. Эти страны должны принять к сведению, что новые проблемы, в особенности проблемы миграции, безопасности и замедления экономического развития не имеют национальных границ и относятся ко всем странам. А это не в состоянии решить отдельно взятое национальное государство. Совместными усилиями эти проблемы могут решить или группа государств или наднациональные организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антиглобалистские движения – начало великой смуты XXI века? Материалы «круглого стола» // Мировая экономика и международные отношения. 2001. № 12.
2. Арон П. Эссе о свободах. М.: Праксис, 2005.
3. Гасанов Г.С.О. Современные тенденции бизнес-менеджмента: взаимодействие комплиментарности и ментальности. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019.
4. Делягин М.Г. Мировой кризис. Общая теория глобализации. М.: ИНФРА-М, 2003.
5. Суслов Е.Ю., Растова Ю.И. Технологии интеграционных решений в инновационном сотрудничестве на пространстве ЕАЭС // Экономика и предпринимательство. 2016. № 7 (72). С. 87-90.
6. Eckersley R. Deliberative Democracy, Ecological Representation and Risk: Towards a Democracy of the Affected. Mimeo, 2000.
7. Elazar D. Constitutionalizing Globalization. Boston: Rowman and Littlefield, 1998.
8. Elmandrjra M. The Need for the Deglobalization of Globalization. Politics at the Edge. London: MacMillan, 2000.

Боркова Е.А.

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОЛИТИКИ СТИМУЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИЙ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ЗЕЛЕННОГО РОСТА

Аннотация. Сложившаяся экологическая ситуация во многих государствах мира является результатом недооценки стандартов экологического регулирования, а также недостаточно активного использования инструментов стимулирования устойчивого развития. В целях перехода на траекторию устойчивого развития экономики, следует осуществить трансформацию моделей экономической политики и стимулировать использование инновационных технологий в производственной сфере, призванных решить проблему перехода от «коричневой» к «зеленой» экономике. В статье рассматриваются экологические проблемы, связанные с экономическим развитием и подходы к достижению устойчивого экономического развития на основе стимулирования зеленых инноваций и инвестиций и перехода, на этой основе, к зеленому росту.

Ключевые слова. Устойчивое развитие, зеленые инновации, зеленые инвестиции, социо-эколого-экономическое развитие, государственное управление, государственная политика.

Borkova E.A.

METHODOLOGICAL ASPECTS OF INNOVATION STIMULATION POLICY FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND GREEN GROWTH

Abstract. The current environmental situation in many countries of the world is the result of underestimation of environmental regulation standards, as well as insufficient use of tools to promote sustainable development. In order to transition to the trajectory of sustainable development of the economy, it is necessary to carry out the transformation of economic policy models and stimulate the use of innovative technologies in the manufacturing sector, designed to solve the problem of the transition from a brown to a green economy. The article discusses environmental issues related to economic development and approaches to achieving sustainable economic development through the promotion of green innovation and investment and the transition to green growth on this basis.

Keywords. Sustainable development, green innovation, green investment, socio-environmental and economic development, public administration, public policy.

Введение

В современных условиях экологические ограничения для экономического развития становятся всё более значимыми [1-3 и др.]. Осознание их остроты привело к формированию концепции устойчивого развития и попыткам трансформировать под ее влиянием систему государственной политики, реализуемой в различных странах мира, в том числе в России. При этом, материальной основой новой экономики, учитывающей императивы устойчивого развития, выступает т.н. «зеленая» экономика, ориентированная на использование природосберегающих технологий и производство экологичных продуктов [4, с. 7394]. Необходимость ее опережающего развития – один из важных вызовов современности.

ГРНТИ 06.52.17

© Боркова Е.А., 2020

Елена Аркадьевна Боркова – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). E-mail: e.borkova@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 29.02.2020.

В данном исследовании мы сконцентрируемся изучении вопроса инвестиций в зеленую экономику с привлечением инновационных технологий, а также на выявлении факторов, оказывающих влияние на сбалансированное эколого-экономическое развитие страны. Задачами исследования являются выявление факторов и негативных тенденций, препятствующих формированию моделей эколого-экономического развития, а также выделение необходимых мер госполитики, способствующих эффективному управлению с целью снижения вредного воздействия экономической подсистемы общества на окружающую среду.

Инновации и зеленая экономика: общая характеристика проблемы

Процесс инновационного развития и внедрение «зеленых» инноваций сегодня воспринимаются, как минимум, с точки зрения трех фундаментальных характеристик: сложность, динамизм и неопределенность. Инновационный процесс сложен, потому что, как правило, имеет дело с большим количеством взаимосвязанных факторов, на которые имеют воздействие или влияние другие экстернальные факторы. Когда риски высоки, возникают сложности – трудно предсказать и дать точную характеристику всей системе, так как «характер и связи взаимодействующих факторов могут быть легко пропущены или неправильно поняты» [10, с. 42].

Инновационный процесс является очень динамичным [11-13 и др.]. Модель управления им строится на представлении о том, что трансформационный процесс может быть очень сложным. Выдвижение идеи до ее реализации в инновационный продукт происходит поэтапно, включает в себя много различных шагов, фаз и подвержено риску на всем периоде трансформации, что может привести к непредвиденным результатам. Например, компьютеризация производства с целью улучшения его экологических характеристик включает в себя множество различных этапов и шагов, каждый из которых должен быть спланирован и соответствующим образом реализован, для того чтобы производство успешно заработало в новом режиме [7, с. 17]. Ошибки могут привести не только к браку на производстве, но и к недостижению целей, связанных с успешным внедрением зеленых инноваций.

Внедрение зеленых инноваций в промышленные отрасли (а вся произведенная промышленная продукция в той или иной степени вызывает ухудшение состояния окружающей среды), будь то на этапе ее изготовления, использования или утилизации, призвана свести к минимуму негативное воздействие производства на окружающую среду, то есть использовать например, более экологически чистую энергию или снизить вредные выбросы в атмосферу. И задача правительства в данном вопросе состоит в том, чтобы подтолкнуть / стимулировать компании к внедрению зеленых инноваций в собственную хозяйственную деятельность, так как этот процесс весьма сложен и затратен, отнимает много времени и увеличивает риски. Поэтому менеджмент компаний – вполне резонно – опасается производить такие изменения. Но эти изменения важны для общества, поэтому задача государства состоит в том, чтобы сформировать для компаний систему стимулов, побуждающих их к зеленым инновациям.

Зеленые инновации делятся на два типа: инновации в зеленых процессах и инновации в зеленые продукты. Экологические инновации (GPI) относятся к экологически чистым технологиям, таким как чистое производство, контроль над загрязнением и предотвращением выбросов, экологическая эффективность и рециркуляция, благодаря новым или улучшенным экологическим производствам товаров или услуг. Трансфер экологических инновации в технологический процесс означает изменение характеристики производства с точки зрения его влияния на окружающую среду.

Надо сказать, что в последнее время экологические инновации привлекают все большее внимание. Но занимаются ими, как правило, крупные компании, именно они прилагают значительные усилия для минимизации образования отходов, причиняющих вред окружающей среде, особенно если готовая продукция идет на экспорт, так как во многих странах с развитыми экологическими общественными движениями потребителей часто в первую очередь интересуют не характеристики готовой продукции, а имидж компании в вопросах экологичности.

По факту, многие коммерческие компании считают ненужным инвестировать свои средства в зеленые технологии, соблюдать экологические нормы и быть «социально ответственными», решая экологические проблемы, мало того, ряд компаний это декларируют, указывая на затратность зеленой экономики. Зачастую такая позиция связана не только со специфическим пониманием менеджментом сути устойчивого развития и зеленого роста, но и с технологическим несовершенством подобных компаний. В принципе, они были бы готовы предлагать потребителям экологически чистые продукты,

произведенные с применением инновационных технологий, предлагая их по более высоким ценам и при этом улучшая свой корпоративный имидж.

Но для подобных трансформаций они не имеют достаточных ресурсов. Между тем, переход в зеленый режим функционирования сегодня – важное получая конкурентное преимущество. Поэтому, по нашему мнению, переориентация национального бизнеса на зеленый рост – важная задача именно государственного уровня, т.к. ее успешное решение позволяет повысить конкурентоспособность не только отдельных бизнес-структур, но и национальной экономики в целом.

Надо признать, что многие коммерческие компании добиваются выдающихся успехов, создавая инновационные продукты для клиентов, принося прибыль своим инвесторам и рабочие места для сотрудников. Кроме того, они разрабатывают лекарства от смертельных болезней, технологии, дающие интернет-доступ в самых отдаленных уголках планеты, и в целом повышают качество жизни, делая доступными все больше благ цивилизации и технологий. Но бизнес делает и противоположные вещи. Зачастую его деятельность становится причиной экологических катастроф, таких как нефтяные разливы или массовое уничтожение лесов.

И вопрос не в том, почему компании не стремятся действовать во благо обществу, а в том – почему некоторые руководители не настаивают, чтобы их организации вели себя ответственно перед обществом. Очевидно, все дело в недостаточной мотивированности инвестиций в социальную ответственность бизнеса, в том числе в развитие зеленых инноваций.

Проблемы стимулирования зеленых инноваций

На наш взгляд, проблему составляет недостаточная, при сложившихся институциональных условиях, экономическая эффективность от вложений в зеленые технологии и корпоративную социальную ответственность. Как говорится в таких случаях: «Ничего личного – только бизнес». Руководителям нужны ясные, просчитываемые выгоды от подобных инвестиций для компании, лишь тогда они начнут инвестировать в экологически чистые продукты или безопасные условия труда. Таким образом, если руководители не инвестируют в зеленые и иные социально ответственные проекты, это связано с тем, что они не верят в их экономическую эффективность. То есть, они готовы изменить свое инвестиционное поведение, если им предъявить фактические доказательства его экономической обоснованности и выгоды.

Заметим, что важную роль в рассматриваемом вопросе играют и нематериальные факторы. Менеджмент компаний действительно зачастую скептически относится к зеленым инвестициям и другим проектам социальной ответственности бизнеса, но причины этого скептицизма заключаются не только в отсутствии веры в экономическую обоснованность подобных проектов, но и в отсутствии философии справедливого рынка, что мешает им замечать социальные и экологические проблемы, вызванные хозяйственной деятельностью. В этой связи приведенные на рисунке 1 данные могут иметь двойную интерпретацию.



Рис. 1. Заинтересованность компаний в «зеленых» инвестициях в разных отраслях хозяйственной деятельности [6]

Согласно рисунку 1, чаще всего уделяют внимание вопросам зеленого роста и устойчивого развития компании в нефтегазовой, химической и горнодобывающей промышленности. С одной стороны, традиционное объяснение этого факта состоит в том, что в этих отраслях имеется больше инвестиционных ресурсов. Но, с другой стороны, действующие в них компании работают, как правило на национальном и глобальном уровне, поэтому у их руководителей сформировалось более четкое понимание и восприятие «зеленой повестки» (green agenda).

Согласно рейтингу журнала «Эксперт» [9], который провел мониторинг 200 крупнейших компаний, ранжируя их по инвестиционной активности в капитальные вложения, было выявлено, что нефтегазовый сектор в России – самый крупный инвестор, причем в инвестиционной активности со значительным отрывом доминирует газовый монополист «Газпром» (затраты за 2019 год составили 1,64 трлн руб.). Нефтегазовый сектор на протяжении многих лет является оплотом инвестиционной стабильности национальной экономики России. А российский частный капитал постепенно меняет вектора своей инвестиционной активности, он всё более склонен вкладывать ресурсы в перерабатывающий сектор, за последние пять лет инвестиции в него удвоились, несмотря на санкции и рост налогового бремени [8].

Если рассмотреть динамику и структуру распределения инвестиций в основной капитал, направленных на охрану окружающей среды и рациональное использование ресурсов, то мы увидим интересную картину. В 2018 году на эти цели из федерального бюджета пошло лишь 4,9% от общей суммы инвестиций, против 12,1% в 2010 году (см. рис. 2). В этих «ответственных инвестициях» явной зеленой направленности частный капитал постепенно замещает государственные инвестиции. Вероятно, это связано не только с улучшениями в реализуемой в этой сфере государственной политике, но и с отмеченным нами выше изменением восприятия эколого-экономической проблематики руководством российского частного бизнеса, «позеленением восприятия», если можно так выразиться, бизнес-реалий.

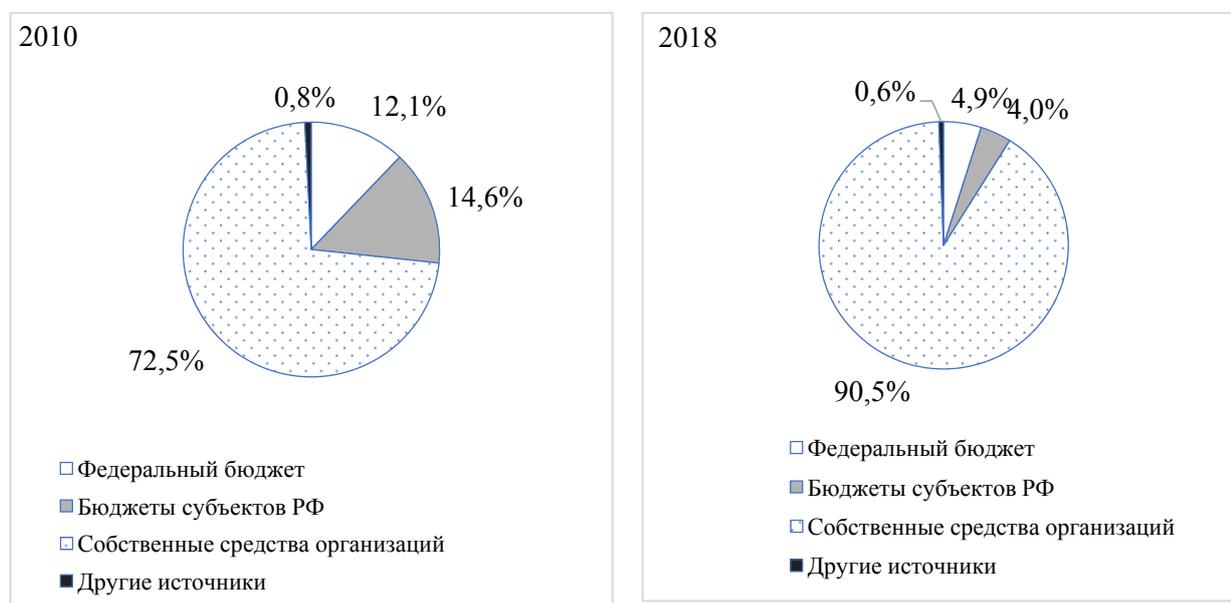


Рис. 2. Динамика распределения инвестиций в основной капитал, направленных на охрану окружающей среды и рациональное использование ресурсов [8]

Важный вопрос регулирования зеленой инновационной активности связан с привлечением к этой деятельности малых и средних предприятий (МСП). Обычно, как в теоретических исследованиях, так и в государственной политике, принято считать, что именно МСП являются драйвером инновационного развития, в силу их большей гибкости и меньшей инерционности в принятии и реализации экономических решений [7]. Распространяется ли такая точка зрения на зеленые инновации?

На наш взгляд, в том, что касается способности МСП внедрять и использовать экологически ориентированные инновации, возможности этих предприятий сравнительно невелики. Дело в том, что они сталкиваются с нехваткой ресурсов, связанных с размером самих этих организаций, и ограниченной информацией о множестве финансово привлекательных возможностей экологизации. Как следствие – повышенные риски и нежелание делать зеленые инвестиции.

Причем, даже в развитых странах МСП сталкиваются с недооценкой выгоды зеленых инновационных проектов. Так, по опросу британской «UK Carbon Trust», более половины МСП считают экологизацию экономики угрозой, приблизительно половина из них полагает, что для того, чтобы зеленая экономика принесла выгоду, требуется значительный объем инвестиций, и лишь 22% руководителей этих компаний считают, что в результате инвестиций в экологически ориентированные товары и услуги возрастет прибыль [5].

Следовательно, в государственной политике меры стимулирования зеленых инвестиций и инноваций целесообразно комбинировать с мероприятиями государственной поддержки МСП. По нашему мнению, такой подход может дать синергетический эффект. Кроме того, очевидна необходимость создания национального реестра зеленых инноваций, ведение которого могло бы осуществляться Минпромторгом России, Минприроды России или иным уполномоченным федеральным органом исполнительной власти. Возможно создание такого реестра и на общественных началах, в рамках формирования специализированных информационных ресурсов и сетей [14] под эгидой торгово-промышленной палаты или иной аналогичной организации.

Заключение

Таким образом, проведенное нами исследование показывает, что инвестиции в инновационные зеленые проекты в нашей стране находятся на начальном этапе и доступны, к сожалению, только крупному бизнесу, причем преимущественно в нефтегазовой сфере. Хотя руководители компаний других секторов экономики и осознают наносимый хозяйственной деятельностью окружающей среде вред, но не предпринимают значительных шагов в этом направлении. Россия в целом, по нашему мнению, недостаточно уделяет внимания проблеме экологизации, отсутствуют многие правовые, политические и институциональные инструменты воздействия на бизнес. В этой связи, следует более активно использовать инструменты устойчивого развития в проводимой государственной политике для достижения синхронного улучшения экологических, социальных и макроэкономических показателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вопросы региональной экономики. Книга 3: Направления стабилизации функционирования региональных социально-экономических систем / Юрьев В.М., Андросова С.А. и др. Тамбов, 2009. 445 с.
2. *Казанцева А.Н.* Вопросы разработки и реализации государственной политики в сфере производства и обращения экологически чистой продукции // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 2 (36). С. 16-20.
3. *Малинин А.М., Ченига П.Н.* Государственно-концессионная модель регионального управления сферой обращения отходов производства и потребления // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург). 2010. № 4. С. 51-55.
4. *Borkova E., Plotnikov V., Vatlina L., Shakhnovich R.* Green Investments and Environmental Management: Russia's Experience // Proceedings of the 33rd International Business Information Management Association Conference (IBIMA) «Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020», 10-11 April 2019, Granada, Spain, 2019. P. 7394-7401.
5. Carbon Trust. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.carbontrust.com/what-we-do/assurance-and-certification/the-carbon-trust-standard/standard-bearers> (дата обращения 12.02.2020).
6. The road. The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/be/pdf/2017/kpmg-survey-of-corporate-responsibility-reporting-2017.pdf> (дата обращения 18.02.2020).
7. *Боркова Е.А.* Политика устойчивого развития и управление "зеленым" ростом // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 1 (121). С. 16-22.
8. Инвестиции в России. 2019: Стат. сб. / Росстат. М., 2019.
9. Олигарх увидел перспективу // Эксперт. 2019. № 38 (1134).

10. *Плотников В.А., Никитин Ю.А., Волкова А.А.* Инвестиционный потенциал как фактор структурных преобразований регионального хозяйственного комплекса // *Экономика и управление.* 2019. № 2 (160). С. 38-46.
11. *Боркова Е.А., Гильманов Д.В.* Социально-экономические аспекты инновационного развития Ленинградской области: монография. В 2-х частях. Часть 1. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. 257 с.
12. *Плотников В.А.* Обеспечение конкурентоспособности российского предпринимательства // *Экономика и управление.* 2009. № 10 (48). С. 23-26.
13. *Головки М.В., Цуверкалова О.Ф.* Факторы инновационного развития в системе экономической безопасности территорий: статистический подход // *Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии.* 2019. № 1 (39). С. 5-10.
14. *Осипенко А.С.* Организационно-экономический механизм модернизации промышленных предприятий на основе трансфера технологий: автореферат дис. ... канд. экон. наук / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. СПб., 2013. 23 с.

Коломыцева О.Ю.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОМЫШЛЕННАЯ ПОЛИТИКА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

***Аннотация.** В статье рассмотрена сущность государственной промышленной политики и результаты ее реализации в России. Проведена оценка ее влияния на обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий, в результате чего установлено практически полное отсутствие подобного рода влияния. То есть, промышленная политика, обладая стратегической направленностью, упускает из внимания необходимость решения тактических задач, которые обусловлены необходимостью сохранения имеющегося промышленного потенциала. В этой связи, рекомендовано усилить тактический контур указанной политики.*

***Ключевые слова.** Государственная промышленная политика, экономическая безопасность предприятия, меры поддержки промышленности, инвестиции, объем производства.*

Kolomytseva O.Yu.

STATE INDUSTRIAL POLICY AND ITS INFLUENCE ON ECONOMIC SECURITY OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

***Abstract.** The article explores the essence of state industrial policy and the results of its implementation in Russia. An assessment of its impact on ensuring the economic security of industrial enterprises was carried out, as a result of which an almost complete absence of this kind of influence was established. That is, industrial policy, encircling with strategic diversity, overlooks the need to solve tactical tasks that are caused by the need to preserve the existing industrial potential. In this regard, it is recommended to strengthen the tactical outline of this policy.*

***Keywords.** State industrial policy, economic security of the enterprise, measures to support industry, investment, volume of production.*

Введение

Современные развитые государства (и Россия не является исключением) проводят достаточно активную экономическую политику, одним из направлений которой выступает промышленная политика. Ее целевая направленность, как и государственной политики в целом, состоит в развитии объекта этой политики (в данном случае – промышленности страны), а также в создании предпосылок для его устойчивого, стабильного, эффективного функционирования.

Последнее тесно связано с обеспечением экономической безопасности на микроуровне хозяйственной системы, т.к. недостижение вышеприведенной второй целевой установки промышленной политики неизбежно приводит к ухудшению показателей деятельности промышленных предприятий,

ГРНТИ 06.81.12

© Коломыцева О.Ю., 2020

Ольга Юрьевна Коломыцева – кандидат экономических наук, доцент, заместитель заведующего кафедрой экономической безопасности и финансового мониторинга Воронежского государственного университета инженерных технологий.

Контактные данные для связи с автором: 394036, г. Воронеж, пр-т Революции, 19 (Russia, Voronezh, Revolution av., 19). E-mail: olgakolom@ya.ru.

Статья поступила в редакцию 04.04.2020.

т.е. к ослаблению их экономической безопасности. В связи с изложенным, целью данной статьи является оценка влияния реализуемой в России промышленной политики на обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий.

Промышленная политика: сущность и механизмы реализации

После принятия в конце 2014 года соответствующего федерального закона, в Российской Федерации официально возник новый вид государственной политики, это – промышленная политика. Она определяется, как «комплекс правовых, экономических, организационных и иных мер, направленных на развитие промышленного потенциала Российской Федерации, обеспечение производства конкурентоспособной промышленной продукции» (п. 1, ст. 3 Федерального закона от 31.12.2014 г. № 488-ФЗ «О промышленной политике в Российской Федерации»). Заметим, что в научной литературе имеется значительное число определений и трактовок категории «промышленная политика» [1-5 и др.], но мы не будем на них детально останавливаться, т.к. законодательно введенное определение, по нашему мнению, в достаточной мере отражает суть рассматриваемой категории.

В ст. 4 ФЗ-488 указаны цели, задачи и принципы промышленной политики (см. рис. 1), которые образуют довольно непротиворечивую, по нашему мнению, систему и ориентированы на достижение как внутренних (с позиций собственно промышленности, как объекта регулирования), связанных с развитием и устойчивым функционированием промышленности, так и внешних, связанных с положительным влиянием высокоразвитой промышленности на экономику и общество в целом, эффектов. Какими же инструментами эти эффекты планируется достигать? Соответствующие данные приведены в таблице 1.

Из таблицы 1 можно сделать вывод, что в российской модели государственной промышленной политики преобладают финансово-кредитные меры поддержки. Как указывает С. Толкачев, «всевозможные субсидии, гранты, займы, госгарантии, поручительства, залоговая и страховая поддержка составляют более 90% от общего числа мер. На долю организационно-управленческих мер приходится оставшиеся 10%» [6]. При этом, основным институтом развития, осуществляющим, в рамках реализации промышленной политики, финансовую поддержку промышленности путем софинансирования реализуемых предприятиями инвестиционных проектов, является Фонд развития промышленности (ФРП).

Результативность промышленной политики: некоторые оценки

По оценке Д. Мантурова, Министра промышленности и торговли Российской Федерации, «Фонд развития промышленности – один из самых эффективных институтов развития для многих отраслей... По итогам года [имеется в виду 2019 год – прим. авт.] ФРП профинансировал 189 проектов на общую сумму 34,5 млрд рублей, что на 35% превышает показатели 2018 года по количеству проектов и на 25% превосходит аналогичный показатель по сумме выданных займов. Созданный как ответ на макроэкономические вызовы, фонд за пять лет работы стал ведущим институтом поддержки промышленности... Всего в период 2015-2019 годов ФРП профинансировал 559 проектов промышленных предприятий на общую сумму 119 млрд рублей... Реализация всех профинансированных проектов позволит достичь ряда значимых социально-экономических эффектов, в частности принесет более 180 млрд рублей налоговых поступлений в бюджеты различных уровней и создаст порядка 24 тысячи новых рабочих мест» [7, с. 4].

ФРП тесно сотрудничает с аналогичными региональными фондами, которых в настоящее время создано 61 (более подробная информация представлена на официальном Интернет-сайте ФРП, см.: <https://frprf.ru/partnery>). Их деятельность ориентирована на поддержку новых проектов, что коррелирует с первой целью промышленной политики, приведенной на рисунке 1, т.к. способствует формированию новых конкурентоспособных производств на территориях соответствующих субъектов федерации, при этом большинство региональных фондов (кроме 4-х – Самарской, Тамбовской, тюменской областей и г. Москвы) подписали договора с федеральным фондом и могут выдавать совместные с ним займы.

В то же время, оценка результативности промышленной политики на макроуровне не дает столь благоприятной картины. Несмотря на предпринимаемые меры, промышленный рост замедляется. «По итогам 2019 года промышленное производство в РФ выросло на 2,3%. Это ниже, чем в прошлом году, когда показатель был на уровне 3,5%. При этом количество регионов с положительной динамикой промышленной сферы снизилось на два» [8, с. 4]. По данным Росстата, в 2019 году наблюдался

прирост инвестиций в основной капитал в целом по стране лишь на уровне 1,7%. На рис. 2 приведен индекс производства в машиностроительном комплексе (год к году), который указывает на отсутствие в последнее время существенного прогресса в развитии этого системообразующего для промышленности и экономики в целом комплекса: в последние годы темпы его прироста находятся в численном диапазоне 5,1-6,5%.

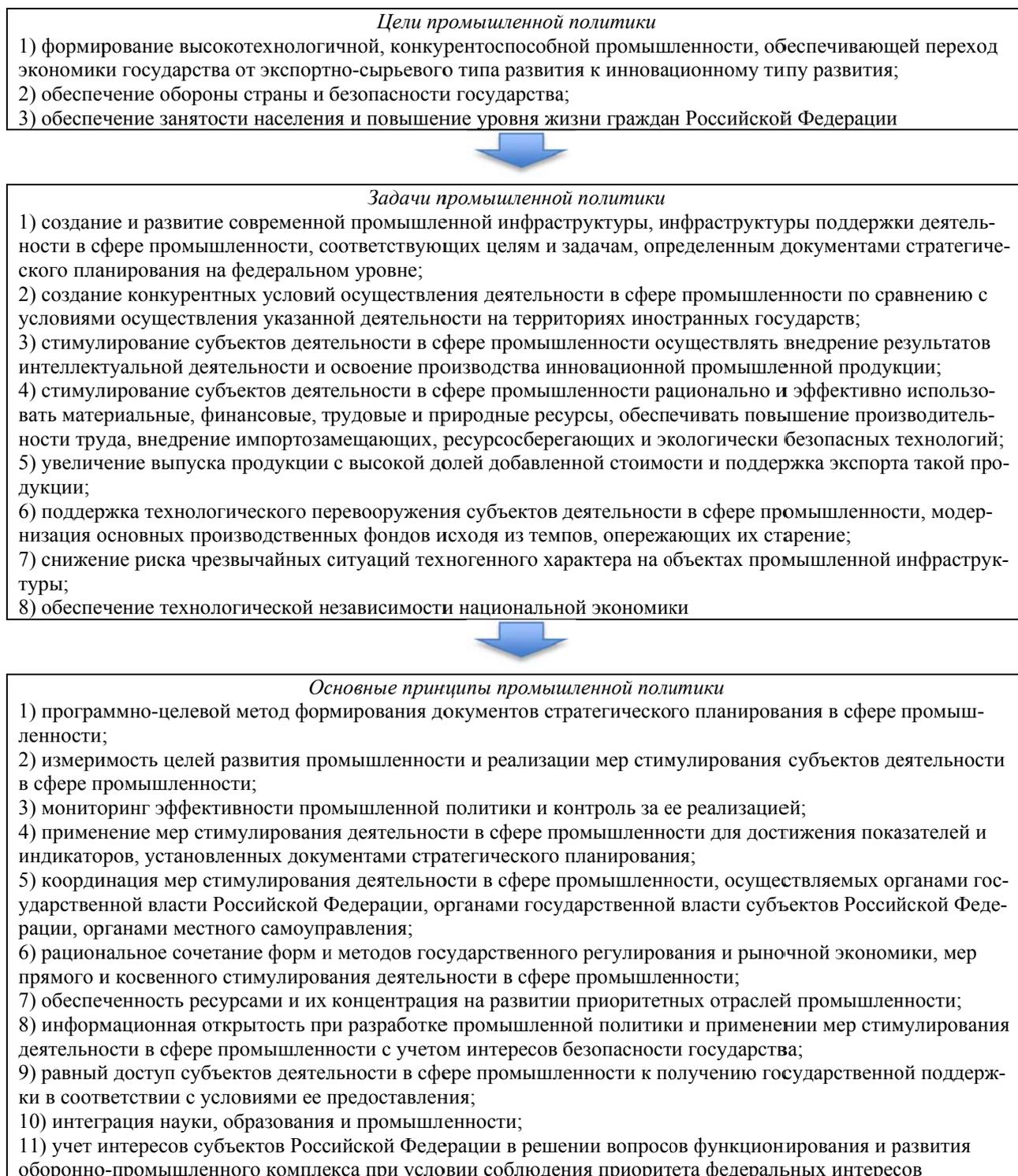


Рис. 1. Цели, задачи, принципы промышленной политики в РФ (источник: ст. 4 ФЗ-488)

Таблица 1

**Нормативно-правовые акты (НПА) государственной поддержки промышленности РФ
(по состоянию на июнь 2019 г.) [6]**

Виды НПА	Количество НПА, ед.	% от общего количества	Объем ассигнований на 2018-2019 гг., млн руб.
<i>Финансово-кредитные меры</i>			
Налоговая льгота	101	14,0	
Субсидии	348	48,0	
в т.ч. субсидии на возмещение затрат на уплату процентов по кредитам	43		13 730 – федеральные; 193 – региональные
Гранты	12	2,0	
Финансовая поддержка	12	2,0	
Займы	100	14,0	
Государственная гарантия	14	1,9	
Поручительство	32	4,0	
Компенсации	4	0,6	
Кредит	2	0,3	
Государственный заказ	2	0,3	
Лизинг	2	0,3	
Льготы	6	0,8	
Межбюджетные трансферты	1	0,1	
Стипендии	2	0,3	
<i>Итого</i>	<i>655</i>	<i>90,2</i>	
<i>Организационно-управленческие меры</i>			
Регулирование	26	3,6	
Информационная поддержка	14	2,0	
Посредничество	1	0,1	
Инфраструктурная поддержка	19	3,0	
Нефинансовая поддержка	4	0,6	
Импортозамещение	1	0,1	
Инвестиционная поддержка	5	1,0	
Инжиниринговые услуги	1	0,1	
<i>Итого</i>	<i>71</i>	<i>9,8</i>	
<i>Всего</i>	<i>726</i>	<i>100</i>	

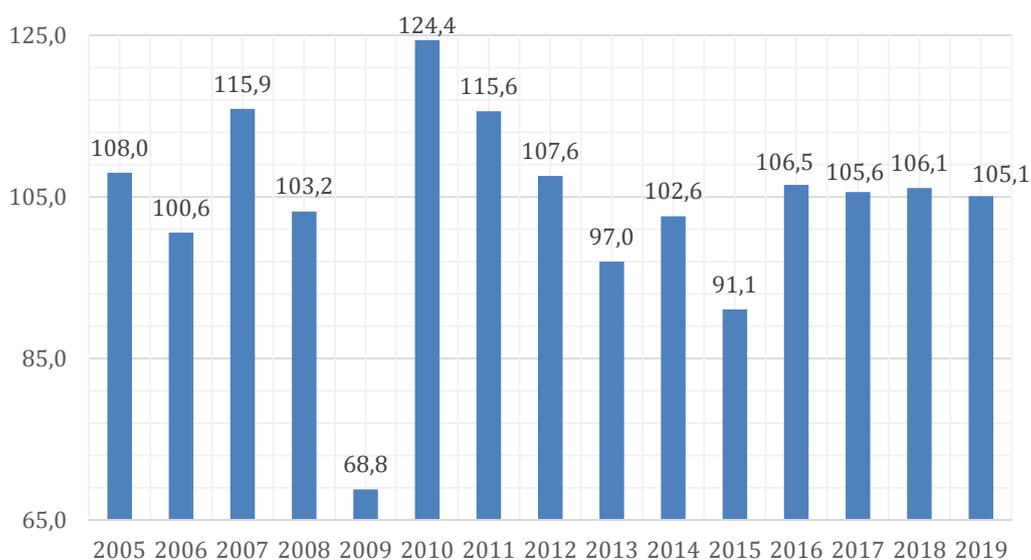


Рис. 2. Индекс производства в машиностроительном комплексе, % [9, с. 4]

То есть, избранная модель реализации промышленной политики довольно результативна, в то же время, она нуждается в модернизации, т.к. ее основным ориентиром, как показывают приведенные данные, является не поддержка и создание условий для нормального функционирования промышленных производств, но формирование новых производств и поддержка соответствующих инвестиционных проектов. Но насколько результативна такая модель промышленной политики с позиций уже существующих предприятий, насколько она способствует их нормальному, устойчивому функционированию? Как коррелирует она с требованиями обеспечения экономической безопасности [10] производственного бизнеса?

Промышленная политика и экономическая безопасность промышленных предприятий

Следует заметить, что в обеспечении экономической безопасности российских предприятий, в том числе промышленных, существует значительное число проблем [11-15 и др.]. При этом, при всем разнообразии оценок и подходов к трактовке категории «экономическая безопасность», как мы указывали в своей более ранней публикации, в современной литературе «понятие экономической безопасности предприятия сблизилось с представлениями об его устойчивом развитии и функционировании, способности противостоять деструктивным воздействиям (угрозам), проистекающим из внешней и внутренней среды, сохранять в этих условиях конкурентоспособность и жизнеспособность, а также защищать и преумножать имеющийся потенциал» [10, с. 78].

Оценим с этих позиций показатели деятельности российских промышленных предприятий. По имеющимся официальным данным, значительная часть из них – убыточна (см. табл. 2). По разным видам деятельности доля убыточных организаций различается, но в целом, по состоянию на 2018 г., она лежит в диапазоне 15-35%. Это ярко свидетельствует о том факте, что их экономическая безопасность не обеспечена.

Таблица 2

Показатели убыточности российских организаций (выборка) [16, с. 244-249]

Категория организаций (вид деятельности)	2017 г.		2018 г.	
	Удельный вес убыточных орга- низаций, %	Сумма убытка, млн руб.	Удельный вес убы- точных организа- ций, %	Сумма убытка, млн руб.
Добыча полезных ископаемых	41,2	177 329	30,5	248 682
Обрабатывающие производства, в т.ч.:	28,5	1 205 247	25,3	813 435
производство кокса и нефтепродуктов	24,2	23 184	27,1	105 313
производство электрического оборудо- вания	27,0	15 719	22,2	14 980
производство компьютеров, элек- тронных и оптических изделий	20,9	26 874	17,9	7 901
производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов	33,0	142 199	29,7	39 767

Во многом такая ситуация связана с серьезной недозагрузкой мощностей промышленных предприятий (см. табл. 3), что приводит к росту в структуре их затрат накладных расходов, снижению ценовой конкурентоспособности производимой продукции и, в конечном счете, к хронической убыточности и закрытию предприятий. Конечно, менеджмент предприятий принимает различные меры для улучшения их экономического положения, выправления ситуации, в том числе связанные с совершенствованием бизнес-процессов, оптимизацией численности работников, обновлением оборудования, разработкой и реализацией новых маркетинговых программ и т.д. [17-20 и др.], но, как показывают имеющиеся данные, эти меры, возможно, эффективные на каком-либо конкретном предприятии, в целом, системно не работают.

Т.е. мы наблюдаем классическую ситуацию несовершенства рынка, в которой, согласно канонам современной экономической науки [21], должно вмешаться государство и исправить сложившуюся ситуацию, имеющую негативные экономические и социальные последствия. В данном

случае, исходя из логики соблюдения и частных, и общественных интересов, хотелось бы ожидать реализации тех или иных мер промышленной политики, направленных не на поддержку создания новых производств, но на поддержку существующих. Однако, как показывает наш анализ, в этом направлении промышленная политика практически не осуществляется, что резко снижает ее результативность.

Таблица 3

Уровень использования среднегодовой производственной мощности организаций по производству машин и оборудования, электрооборудования, электронного и оптического оборудования, транспортных средств и оборудования

Производимая продукция	2017	2018
Турбины на водяном паре и прочие паровые турбины	22	18
Турбины газовые, кроме двигателей турбореактивных и турбовинтовых	21	19
Подшипники шариковые или роликовые	27	24
Краны мостовые электрические	25	29
Тракторы для сельского хозяйства прочие	16	15
Станки металлорежущие	20	27
Машины кузнечно-прессовые	14	13
Экскаваторы	19	22
Бульдозеры и бульдозеры с поворотным отвалом	18	22
Холодильники и морозильники бытовые	47	51
Электродвигатели переменного и постоянного тока универсальные мощностью более 37,5 Вт	33	26
Автомобили легковые	47	55
Средства автотранспортные грузовые	41	44
Автобусы	20	28

Источник: Росстат.

Еще более усугубилась ситуация с «беспомощностью» промышленной политики для решения задач поддержки существующих промышленных производств и обеспечения хотя бы минимально необходимого уровня экономической безопасности промышленных предприятий, с распространением новой коронавирусной инфекции Covid-19. Ограничения перемещения людей и грузов в рамках мероприятий по социальному дистанцированию и изоляции потенциальных вирусоносителей, введенные во многих регионах и населенных пунктах России, а также на внешних границах страны, привели к приостановке многих промышленных производств [22], а те из них, которые продолжают работать, сталкиваются с проблемами, обусловленными сжиманием рынка сбыта, возникновением перебоев в логистике, сокращением численности здорового персонала и т.д.

Для решения указанных проблем предполагается принятие различных экстренных мер государственного регулирования [23-26 и др.], но все эти меры выходят за рамки реализуемой промышленной политики, хотя, казалось бы, должны были быть ее частью. Очевидно, в дальнейшем следует уяснить этот урок кризиса и при формировании промышленной политике учитывать необходимость ее ориентации не только на развитие промышленности в целом, но и на защиту интересов конкретных промышленных предприятий, содействие обеспечению их экономической безопасности.

Заключение

Выполненная нами оценка влияния государственной промышленной политики на обеспечение экономической безопасности промышленных предприятий позволила установить, что такого рода влияние практически полностью отсутствует. Промышленная политика, обладая стратегической направленностью, упускает из внимания необходимость решения тактических задач, которые обусловлены необходимостью сохранения имеющегося промышленного потенциала. В этой связи, рекомендуется, в ходе ее совершенствования и дальнейшего развития, усилить тактический контур указанной политики, ориентировать её не только на развитие промышленности в целом, но и на защиту интересов предприятий, содействие обеспечению их экономической безопасности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрунов С.Д. Ноономика: монография. Москва-Санкт-Петербург-Лондон, 2018. 432 с.
2. Боркова Е.А., Буравилина Ю.И., Сенчило А.А. Влияние санкций на инвестиционный климат и промышленную политику России // Экономика и бизнес: теория и практика. 2016. № 10. С. 9-12.
3. Князьнеделин Р.А., Курбанов А.Х., Плотников В.А. Государственный заказ как инструмент промышленной политики в оборонно-промышленном комплексе: теория и практика: монография. СПб., 2013.
4. Макаров И.Н., Колесников В.В. Спецификация прав собственности как экономической основы эффективного развития национальной промышленности на основе государственно-частного партнерства // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 1 (35). С. 35-39.
5. Плотников В.А., Вертакова Ю.В. Российская промышленность: текущее состояние и перспективы развития // Экономика и управление. 2014. № 5 (103). С. 39-44.
6. Толкачёв С.А., Дерущева Н.Н. Перевернутая пирамида. Как сделать эффективной систему господдержки промышленности в России? // Федеральное интернет-издание «Капитал страны». 21 Января 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://kapital-rus.ru/articles/article/kak_perevernut_piramidu_sistemy_gosudarstvennoi_podderjki_promyshlennosti_v (дата обращения 10.04.2020).
7. Годовой отчет Фонда развития промышленности. 2019. М., 2020. 130 с.
8. Социально-экономическое положение регионов РФ, итоги 2019 года: Аналитический бюллетень. Выпуск 37. М.: РИА Рейтинг, 2020. 63 с.
9. Машиностроение: тенденции и прогнозы, итоги 2019 года: Аналитический бюллетень. Выпуск 37. М.: РИА Рейтинг, 2020. 35 с.
10. Коломыцева О.Ю., Плотников В.А. Специфика обеспечения экономической безопасности предприятий в условиях цифровизации экономики // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 5-1 (119). С. 75-83.
11. Асаул В.В., Михайлова А.О. Обеспечение информационной безопасности в условиях формирования цифровой экономики // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 4 (38). С. 5-9.
12. Багрецов С.А., Петров Д.М., Плотников В.А. Теоретико-методологические аспекты комплексной оценки эффективности экономической безопасности предприятий в современных условиях: монография. СПб.: ООО «Р-КОПИ», 2016. 540 с.
13. Блинов А. Промышленные предприятия и их экономическая безопасность // Экономист. 2014. № 1. С. 56-60.
14. Головкин М.В., Руденко В.А. Корпоративные ценности в системе устойчивого развития и безопасности экономики промышленных предприятий (на примере ГК "Росатом") // Глобальная ядерная безопасность. 2015. № 4 (17). С. 103-114.
15. Малаховская М.В. Экономическая безопасность: государство, регион, предприятие: монография. Димитровград, 2017. 143 с.
16. Россия в цифрах. 2019: Крат. стат. сб. / Росстат. М., 2019. 549 с.
17. Вертакова Ю.В., Леонтьев Е.Д., Плотников В.А. Оценка влияния конкурентной среды на эффективность стратегического управления развитием малого предприятия: методология и практика // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2015. № 2 (15). С. 30-36.
18. Дородных Е.Е., Курбанов А.Х. Трансформация управления производством на предприятиях оборонно-промышленного комплекса в условиях цифровизации экономики // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. 2019. № 6 (174). С. 57-61.
19. Карлик А.Е., Платонов В.В. Организационно-управленческие инновации: резерв повышения конкурентоспособности российской промышленности // Экономическое возрождение России. 2015. № 3 (45). С. 34-44.
20. Хорев А.И., Коломыцева О.Ю. Обеспечение устойчивого развития экономического потенциала предприятий сахарной промышленности: монография / Воронежский государственный университет инженерных технологий. Воронеж, 2000.
21. Структурная трансформация экономики: соотношение плановых и рыночных механизмов реализации: монография / Айрапетова А.Г., Антонян Б.А., Бабайцева И.К. и др.: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов. СПб., 2001.
22. Пандемия в российской промышленности. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.kommer-sant.ru/doc/4314986> (дата обращения 07.04.2020).
23. Латухина К. Работа без риска: Владимир Путин поручил обеспечить граждан всем необходимым в условиях пандемии // Российская газета. Федеральный выпуск, № 62 (8116). 23 марта 2020 г.

24. *Медовников Д., Механик А.* Будем помогать национальным чемпионам? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://stimul.online/articles/sreda/budem-pomogat-natsionalnym-chempionam> (дата обращения 01.04.2020).
25. Стал известен перечень из 646 системообразующих организаций экономики РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.interfax.ru/sistemoobrazuyuchieorgangizatsii.html> (дата обращения 04.04.2020).
26. Экономисты допустили падение экономики России ниже уровня 2011 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.rbc.ru/economics/10/04/2020/5e8f108f9a794727b206ba88?from=from_main (дата обращения 10.04.2020).

Шаралдаева В.Д., Максанова Л.Б.-Ж., Шарафанова Е.Е.

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ОСОБЕННОСТИ

***Аннотация.** В статье изложены тенденции развития государственно-частного партнерства в сфере туризма в России в контексте изменения его нормативно-правовой базы и влияния федеральных и региональных целевых программ развития туризма. Представлены результаты анализа пяти форм реализации государственно-частного партнерства в России по их ключевым элементам, а также распределение проектов государственно-частного, муниципально-частного партнерства по федеральным округам, по объектам и формам в разрезе показателей количества и стоимости. Доказано, что региональные практики значительно различаются по туристским объектам и формам реализации ГЧП и МЧП. Определены приоритеты по объектам инвестирования в рамках ГЧП. Произведена качественная оценка распространенности видов бизнес-моделей ГЧП в сфере туризма.*

***Ключевые слова.** Государственно-частное партнерство, туризм, формы реализации, объекты реализации, бизнес-модель.*

Sharaldaeva V.D., Maksanova L.B.-Zh., Sharafanova E.E.

STATE-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE SPHERE OF TOURISM IN RUSSIA: STATE AND FEATURES

***Abstract.** The article sets out the trends in the development of public-private partnerships in the field of tourism in Russia in the context of changes in its regulatory framework and the impact of federal and regional tourism development programs. The results of the analysis of five forms of implementation of public-private partnerships in Russia by their key elements, as well as the distribution of public-private, municipal-private partnership projects by federal districts, by objects and forms by quantity and cost indicators are presented. It has been proved that regional practices vary significantly in terms of tourist facilities and the forms of implementation of PPP and MPP. Priorities for investment objects in the framework of PPP are determined. A qualitative assessment of the prevalence of types of business models of PPP in the field of tourism was made.*

***Keywords.** Public-private partnership, tourism, sales forms, sales objects, business model.*

Введение

Государственно-частное партнерство (ГЧП) в сфере туризма широко распространено во многих странах, будь то на национальном, на региональном или местном уровнях, содействуя развитию инфра-

ГРНТИ 06.71.57

© Шаралдаева В.Д., Максанова Л.Б.-Ж., Шарафанова Е.Е., 2020

Виктория Дамдиновна Шаралдаева – кандидат биологических наук, доцент Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления (г. Улан-Удэ).

Людмила Бато-Жаргаловна Максанова – доктор экономических наук, доцент, старший научный сотрудник Байкальского института природопользования Сибирского отделения РАН (г. Улан-Удэ).

Елена Евгеньевна Шарафанова – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры экономической безопасности Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с авторами (Шарафанова Е.Е.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). E-mail: el_siver@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 10.03.2020.

структурных объектов, созданию рабочих мест и повышению международной конкурентоспособности туризма. Опыт зарубежных стран свидетельствует, что ГЧП объединяет заинтересованные стороны с различными целями, опытом и ресурсами в официальное или неофициальное добровольное партнерство для повышения привлекательности туристского региона, его производительности, эффективности рынка и управления туризмом в целом.

Механизмы ГЧП в России стали развиваться с 2006 г., когда были созданы законодательные и институциональные основы подготовки и реализации проектов ГЧП, и активизировались после принятия федерального закона о государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве (ГЧП/МЧП) в Российской Федерации. К настоящему времени в российских регионах накоплен определенный опыт в реализации самых разнообразных форм ГЧП-проектов во многих сферах жизнедеятельности и жизнеобеспечения [3; 15]. Однако в сфере туризма процесс использования механизмов ГЧП при создании объектов туристской инфраструктуры менее интенсивный [6].

В настоящее время во всех субъектах Российской Федерации стоит задача привлечения средств из различных источников финансирования, стимулирования инвестиционной и предпринимательской активности хозяйствующих субъектов, что определяет важность исследования процессов расширения ГЧП в сфере туризма. В связи с этим, цель данной статьи заключается в определении тенденций, сфер применения и наиболее распространенных форм государственно-частного партнерства в сфере туризма в Российской Федерации в контексте изменения его нормативно-правовой базы с учетом влияния целевых программ развития туризма на федеральном и региональном уровнях.

Материалы и методы

Статья опирается на федеральные и региональные нормативные правовые документы, научные статьи зарубежных и отечественных учёных, результаты собственных исследований авторов, посвящённых проблематике государственно-частного партнерства. При проведении исследования использованы аналитический, сравнительный методы, а также метод группировок.

Литературный обзор

Одно из первых исследований, посвященных роли государственно-частных партнерств (Public-Private Partnerships – PPP) в туризме, было проведено Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) в 2000 году [23]. Тогда примерно 98% опрошенных государственных и частных структур из девяноста стран мира отметили роль PPP как «очень важную» и «важную» в условиях возрастающей конкуренции. В последующем успешные проекты ГЧП в разных сферах деятельности, таких как транспорт, размещение, привлекательность, события, навыки ведения бизнеса и защита ресурсов [26] определили ключевую роль ГЧП в индустрии туризма как фактора воздействия на развитие туризма в развивающихся экономиках. В исследованиях зарубежных ученых уделяется особое внимание изучению роли и моделей ГЧП в целях создания качественной инфраструктуры туризма [8; 10; 22; 25], исследованию роли ГЧП в обеспечении устойчивого развития туризма [21; 24], вопросам управления рисками частных и публичных партнеров [20], изучению опыта лучших практик [19].

Активный теоретический и практический интерес к возможностям использования механизмов ГЧП в сфере туризма наблюдается среди отечественных исследователей. Ряд ученых изучает: роль ГЧП в сохранении и развитии туристско-рекреационного потенциала страны и интенсификации развития туризма как значимой отрасли экономики; факторы и условия, определяющие возможности расширения возможностей публичного и частного партнера для воспроизводства туристского потенциала, сохранения культурно-исторического потенциала, повышения конкурентоспособности туризма и доли доходов от туризма в валовом внутреннем продукте страны; модели ГЧП в сфере туризма [1; 5; 9; 18]. Многочисленны исследования, посвященные проблемам развития туризма в конкретных регионах и возможностям их решения в рамках ГЧП, примерам использования ГЧП в регионах в рамках инфраструктурных проектов и проектов создания туристско-рекреационных комплексов при различных формах участия публичного и частного партнера [2; 4; 12; 13]. Особое внимание уделяется теоретико-методологическим основам развития ГЧП в отдельных секторах туризма [7; 16; 17].

Сравнительный анализ правовых форм ГЧП в сфере туризма в России

В самом широком понимании ГЧП в индустрии туризма рассматривается как любое возможное взаимодействие государства и бизнеса на условиях объединения ресурсов и достижения взаимной выгоды по широкому кругу актуальных задач в области создания инфраструктуры туризма, повышения каче-

ства и продвижения туристского продукта. ГЧП в сфере туризма в России развивается уже достаточно давно. На протяжении всей истории российского туризма объективная необходимость создания в стране современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса требовала привлечения средств из различных источников финансирования. Так, уже в первой федеральной целевой программе (ФЦП) «Развитие туризма в Российской Федерации» на 1996-2005 гг., ведомственной целевой программе «Туристские центры России» на 2008-2010 гг. был предусмотрен механизм софинансирования за счет привлечения средств частных инвесторов для реконструкции и модернизации существующей инфраструктуры, а также строительства новых объектов туристской инфраструктуры.

Формированию методологии ГЧП в сфере туризма способствовал механизм особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ), согласно федеральному закону от 22.07.2005 г. № 116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» предусматривающий совместное инвестирование бюджетных и частных средств в комплексные проекты по созданию современной инфраструктуры туризма.

Положительным примером ГЧП в развитии инфраструктуры туризма является реализация ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Некоторые специалисты считают день утверждения ФЦП (2 августа 2011 г.) днем официального оформления ГЧП в сфере туризма, поскольку в данной программе были определены основные подходы и принципы привлечения инвесторов к значимым инвестиционным туристским проектам [5]. Так, использование ГЧП предполагает, что строительство и реконструкция объектов туристской инфраструктуры осуществляется за счет средств внебюджетных источников, а за счет средств бюджетов всех уровней создаются современные комплексы обеспечивающей инфраструктуры, включающей систему теплоснабжения, водоснабжения и водоотведения, очистные сооружения, объекты газоснабжения, электроснабжения и связи, а также объекты транспортной инфраструктуры [11].

Новый виток интереса к механизмам ГЧП связан с принятием федерального закона от 13.07.2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее – № 224-ФЗ). Согласно закону, участниками проектов ГЧП/МЧП являются государственный/муниципальный и частный партнёры.

Сравнительный анализ правовых форм ГЧП в сфере туризма в России свидетельствует о том, что ГЧП осуществляется на основе различных законодательных, институциональных условий, с многообразием инвестиционного процесса, с различными мерами государственной поддержки, сроками реализации, составом участников и их ролью в реализации проектов развития в рамках ГЧП, с различным уровнем административного и финансового обеспечения (таблица 1).

Анализ реализации проектов ГЧП в сфере туризма в регионах России

По состоянию на начало 2020 года, по данным Национального центра ГЧП, в российской структуре проектов, реализуемых в рамках ГЧП, на сферу туризма приходится 3,55%, что свидетельствует об активизации применения механизмов ГЧП при создании объектов туристской инфраструктуры на фоне иных отраслевых комплексов (рис. 1). Также необходимо указать на существенное расширение географии проектов. За три последних года в четыре раза увеличилось количество российских регионов, признающих необходимость расширения применения механизмов ГЧП: от 13 в 2017 году до 52 регионов в 2019 году, при этом 48% всех проектов приходится на Центральный (24,5%) и Уральский (23,5%) федеральные округа (рис. 2).

Существенное расширение географии проектов сопровождалось ростом их количества. Если в первой половине 2017 года на сайте Национального центра ГЧП было представлено всего 26 проектов в сфере туризма общей стоимостью около 17,1 млрд руб. [6], то в начале 2020 года количество таких проектов увеличилось до 175, общая их стоимость составляет порядка 121 млрд рублей [14]. В таблице 2 представлено распределение проектов ГЧП/МЧП в сфере туризма по объектам и формам, анализ которых позволяет выявить ключевые тенденции развития государственно-частного партнерства в сфере туризма в Российской Федерации в контексте изменения нормативно-правовой базы в сфере ГЧП с учетом влияния целевых программ развития туризма на федеральном и региональном уровнях.

Таблица 1

Сравнительный анализ правовых форм ГЧП в сфере туризма в Российской Федерации

Ключевые элементы	Формы реализации ГЧП	Особая экономическая зона туристско-рекреационного типа	Туристский кластер	Проекты ГЧП/МЧП		Иные формы ГЧП
	Основание для реализации проекта	Постановление Правительства РФ	Постановление Правительства РФ	Соглашение о ГЧП (МЧП)	Концессионное соглашение	Договор аренды
Правовой режим земельных участков, предоставляемых инвесторам (резидентам)	Возможность выкупа земельных участков собственниками объектов недвижимости	Земельные участки принадлежат на праве собственности инвесторам	Аренда земельных участков	Аренда земельных участков	Аренда земельных участков	Аренда земельных участков
Планирование и проектирование	Проект планировки ТР ОЭЗ. Разработка ПСД для объектов обеспечивающей инфраструктуры	Разработка ПСД для объектов обеспечивающей инфраструктуры	Подготовка ПСД может осуществляться частным партнером	Подготовка ПСД осуществляется концессионером		
Создание объектов обеспечивающей инфраструктуры	За счет бюджетных средств всех уровней	За счет бюджетных средств всех уровней	Объекты инфраструктуры могут являться объектами ГЧП (МЧП)	Объекты инфраструктуры могут являться объектами концессионных соглашений	Объекты инфраструктуры могут являться объектами договоров	
Наличие управляющих организаций	Наблюдательный совет ОЭЗ, управляющая компания	Не предусмотрено	Функции осуществляет частный партнер	Функции осуществляет частный партнер	Нет	
Участники ГЧП	Органы власти, управляющая компания, резиденты	Органы власти, резиденты	Публичный и частный партнеры	Концедент, концессионер	Арендодатель, арендатор	
Работа с потенциальными инвесторами (резидентами)	Принцип «одного окна»	Принцип «одного окна»	Специальных форм работы нет	Специальных форм работы нет	Специальных форм работы нет	
Льготы по налогам, кредитам, субсидии, гарантии	Льготное налогообложение	Субсидии кредитным организациям по кредитам для инвесторов	Отдельных льгот нет	Отдельных льгот нет	Льготная арендная ставка	
Срок реализации инвестиционного проекта	49 лет	Срок создания кластера	Срок создания объекта	Срок концессионного соглашения	Индивидуальный срок	

Составлено авторами.

Из 175 проектов свыше 60% реализуются на муниципальном уровне, что свидетельствует о формировании органами местного самоуправления активной политики в привлечении частных инвестиций. Рассматриваемые проекты существенно различаются по туристским объектам и формам реализации ГЧП/МЧП, что лишнее раз свидетельствует о чрезвычайно широком диапазоне бизнес-моделей. Наиболее распространенными объектами инвестирования на условиях ГЧП являются центры туризма (36%), гостиницы, кемпинги, базы отдыха (22%), объекты культурного наследия в целях развития усадебного туризма (18%), объекты туристско-рекреационного кластера (12%).

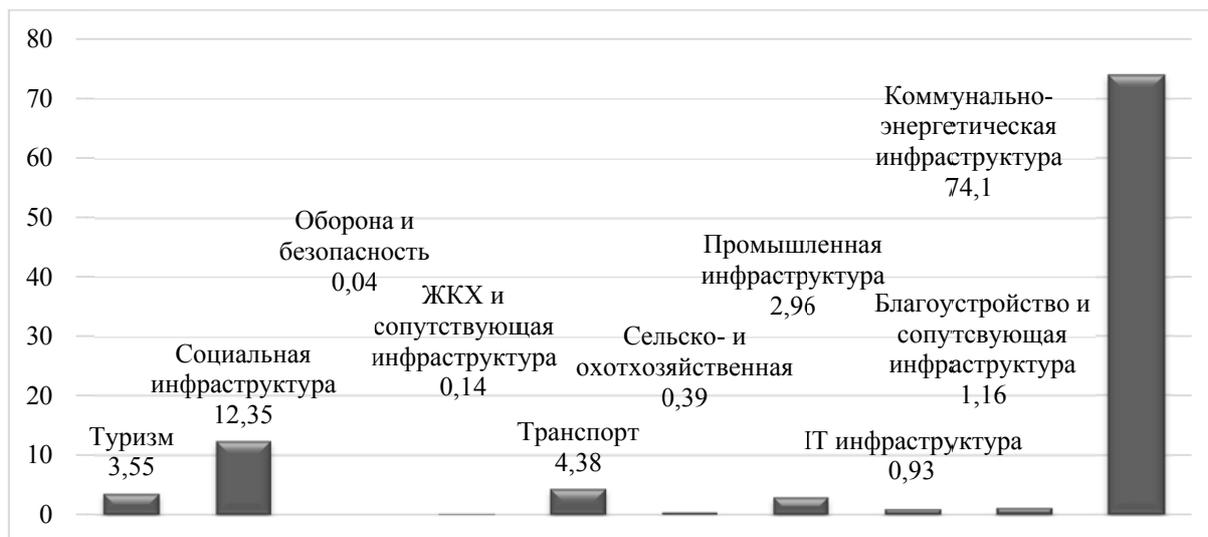


Рис. 1. Распределение проектов ГЧП/МЧП по сферам проекта, в % от общего числа проектов [14]

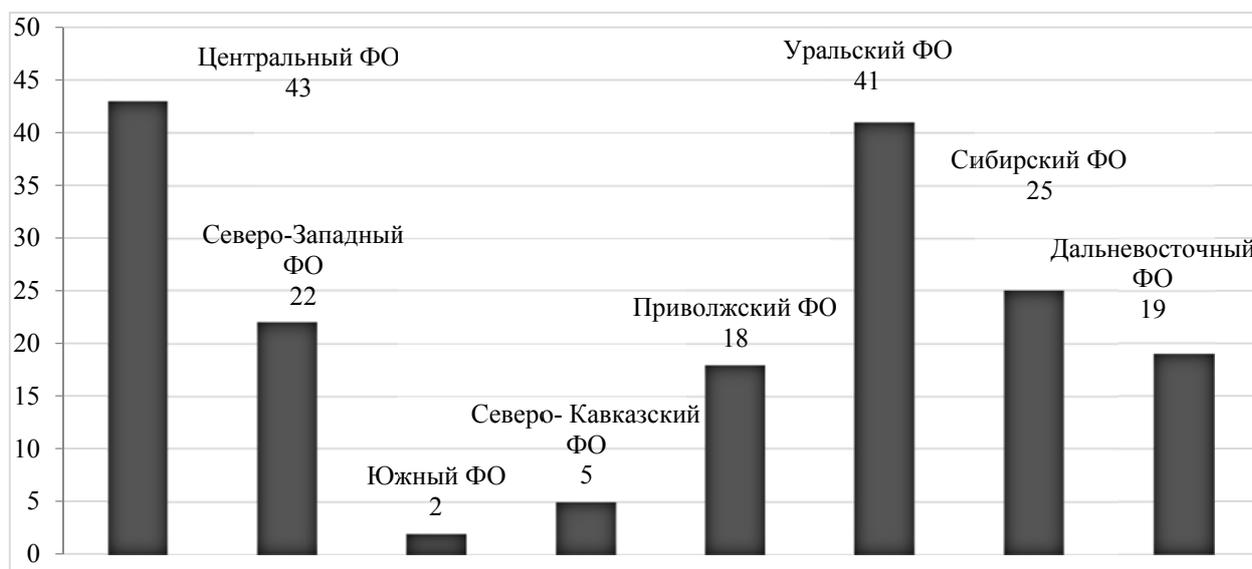


Рис. 2. Распределение проектов ГЧП/МЧП в разрезе федеральных округов в 2019 году, ед. [14]

В качестве ключевой тенденции отметим появление проектов ГЧП/МЧП, реализуемых в соответствии с федеральным законом № 224-ФЗ, в 2017 году в общероссийской базе проектов ГЧП таких проектов не было. Так, в начале 2020 года в общероссийской базе проектов отмечено 8 проектов, реализуемых в соответствии с федеральным законом № 224-ФЗ с общим объемом частных инвестиций около 17,7 млрд руб. Все более заметной тенденцией становится также реализация проектов в рамках концессионных соглашений. Если в 2017 году таких проектов было 14 с общим объемом 2,6 млрд руб., то в начале 2020 года их количество составляет 66 проектов с общим объемом частных инвестиций более 34 млрд руб.

Значительно активизировалась деятельность регионов по привлечению внебюджетных инвестиций в туристскую инфраструктуру в рамках регионального законодательства о ГЧП/МЧП. В 2017 году в общероссийской базе проектов был зарегистрирован лишь один проект с объемом 507,3 млн руб., а в начале 2020 года количество проектов составило 48 с объемом частных инвестиций 31,7 млрд руб. Такая тенденция указывает на улучшение законодательного обеспечения ГЧП, формирование институциональных условий и благоприятного инвестиционного климата на региональном уровне.

Таблица 2

Распределение проектов ГЧП/МЧП в сфере туризма по объектам и формам по состоянию на 20.01.2020, ед./млн руб. [14]

Формы ГЧП/МЧП Объекты	ГЧП/МЧП (224-ФЗ)	Концессионные соглашения (115-ФЗ)	Инвестиционный договор	Договор ГЧП/МЧП (региональное законодательство)	Договор аренды с инвестиционными обязательствами	Корпоративная форма партнерства (совм. юр. лицо)	Итого
Детские оздоровительные лагеря	-	5 / 673,1	-	1 / 174,7			6
Центры туризма	5 / 11 145,4	24 / 8 191,7	2 / 4 823,1	22 / 21 112,3	9 / 8 763,7	1 / 289,9	63
ООПТ (рекреационная деятельность)	-	-	-	-	-	-	0
Туристско-рекреационные кластеры	1 / 970,0	6 / 22 224,3	2 / 6 955,2	7 / 7 163,9	5 / 3 706,4	-	21
Гостиницы, кемпинги, базы отдыха	-	9 / 932,3	4 / 92,0	14 / 3 079,8	12 / 9 475,1	-	39
Объекты культурного наследия	-	14 / 1 782,4	-	3 / 117,0	15 / 3 279,4	-	32
Водные объекты	-	1 / 4,2	-	-	1 / 50,0	-	2
Горнолыжные комплексы	-	-	-	-	-	-	-
Объекты общественного питания		1 / 160,0	-	-	1 / 11,0	-	2
Благоустройство общественного пространства	1 / 200,0	6 / 389,8	-	-	1 / 41,5	-	8
Природно-оздоровительные парки	-	-	-	1 / 65,0	-	-	1
ОЭЗ ТРТ	1 / 5 387,4						1
Всего	8 / 17 702,8	66 / 34 357,8	8 / 11 870,3	48 / 31 712,7	44 / 25 325,1	1 / 289,9	175 / 121 258,7

Составлено авторами.

Безусловно, проявление региональных факторов инвестиционной деятельности сказалось и на увеличении количества проектов, реализуемых на основе договоров аренды или безвозмездного пользования с инвестиционными обязательствами, инвестиционного соглашения или иных форм договоров, предусматривающих создание и эксплуатацию объектов общественной инфраструктуры частным партнером. Их количество увеличилось с 10 проектов (14,0 млрд руб.) в 2017 году до 52 проектов с общим объемом частных инвестиций около 37,0 млрд руб. в 2020 году.

Анализ проектов ГЧП в сфере туризма показал, что на сайте Национального центра ГЧП не представлены проекты ГЧП, реализация которых осуществляется на территории горнолыжных комплексов, на особо охраняемых природных территориях (ООПТ). В то же время, проблематика применения механизмов ГЧП на ООПТ становится актуальной в контексте создания условий для развития экологического туризма.

Заключение

В целом результаты исследования свидетельствуют об активизации применения механизмов ГЧП при создании объектов туристской инфраструктуры. Доля туристских проектов ГЧП в общем количестве

проектов, размещенных на сайте национального центра ГЧП, составляет 3,55%. Реализуемые региональные проекты существенно различаются по туристским объектам и формам реализации ГЧП/МЧП, что свидетельствует о широком диапазоне бизнес-моделей. Однако отсутствуют примеры использования механизмов ГЧП на особо охраняемых природных территориях.

Учитывая, что в отраслевых стратегических и программных документах РФ в целях развития инфраструктуры туризма предусматривается расширение применения одной или нескольких инновационных технологий финансирования (концессия, государственно-частное партнерство, муниципально-частное партнерство, контракт жизненного цикла), то в фокусе постоянного внимания туристских администраций регионов должны быть вопросы повышения качества подготовки и управления проектами ГЧП. Более того, качество и эффективность реализации проектов ГЧП будет зависеть не только от юридически закрепленного равноправного сотрудничества партнеров, но и от консолидации ресурсов, а также распределения финансовых рисков и затрат при достижении целей проекта. В этом контексте требуется постоянный мониторинг проектов ГЧП, изучение, выявление и распространение лучших практик по развитию проектов, реализуемых на условиях ГЧП.

Благодарности

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 20-010-00665 А).

ЛИТЕРАТУРА

1. Багирян В.А. Государственно-частное партнерство в туризме как инструмент защиты национальных интересов государства // Финансовые исследования. 2016. № 2 (51). С. 62-68.
2. Беденко Н.Н., Досаева А.Л., Мошкова Л.Е. Государственно-частное партнерство в туризме на территории присутствия: перспективные модели // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. № 20. С. 20-26.
3. Борщевский Г.А. Создание институциональных условий для привлечения инвестиций в инфраструктуру: опыт российских регионов // Вопросы экономики. 2019. № 2. С. 134-157.
4. Валиев М.Ш. Государственно-частное партнерство как инструмент отраслевого развития внутреннего регионального туризма // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 5 (37). С. 66-72.
5. Гласова Е.С., Сафронова С.Э. Государственно-частное партнерство в сфере туризма в России // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 1 (6). С. 12-14.
6. Государственно-частное партнерство в сфере туризма. Лучшие практики субъектов Российской Федерации. М.: Изд-во Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, 2018. 104 с.
7. Гришин С.Ю., Карпова Г.А. Теоретико-методологические подходы к формированию кластеров в сфере детско-юношеского туризма // Вестник Российской академии естественных наук (Санкт-Петербург). 2015. № 3. С. 82-86.
8. Дедусенко Е.А. Международные тенденции развития государственно-частного партнерства в туризме // Научный альманах. 2017. № 2-1 (28). С. 66-68.
9. Лаврова Т.А., Уваров С.А. Государственно-частное партнерство как основа интенсивного развития туризма в России // Журнал правовых и экономических исследований. 2017. № 2. С. 190-195.
10. Ли Чжэ Сун. Государственно-частное партнерство в Республике Корея: опыт становления и достигнутые результаты // Вестник МГИМО – Университета. 2015. № 3. С. 217-224.
11. Максимова Л.Б.-Ж. О формировании механизмов управления реализацией укрупненных инвестиционных проектов в сфере туризма // Вестник Национальной академии туризма. 2016. № 2 (38). С. 12-16.
12. Минеев В.В. Реализация государственно-частного партнерства в республике Крым в индустрии туризма // Образование и наука в России и за рубежом. 2018. № 7 (42). С. 153-156.
13. Мороз О.Н., Шадринцева А.Н. Государственно-частное партнерство в сфере регионального туризма // Вестник Сибирского государственного университета геосистем и технологий. 2015. № 2 (30). С. 124-132.
14. Платформа поддержки инфраструктурных проектов «РОСИНФРА». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rosinfra.ru/project> (дата обращения 20.01.2020).
15. Плотников В.А., Федотова Г.В., Пролубников А.В. Государственно-частное партнерство и специфика его реализации в регионах России // Экономика и управление. 2015. № 1 (111). С. 38-43.
16. Селеванова Е.В., Трухачев А.В., Иволга А.Г. Государственно-частное партнерство как один из факторов эффективного развития туризма в России // Вестник АПК Ставрополя. 2014. № 4 (16). С. 284-287.

17. Шоричева А.Ю. Государственно-частное партнерство в сфере охотничьего туризма // Северный регион: наука, образование, культура. 2014. № 2 (30). С. 110-113.
18. Щегорцов М.В., Логачева А.А. Государственно-частное партнерство как инструмент повышения конкурентоспособности российского туризма // Научный вестник МГИИТ. 2018. № 1 (51). С. 83-90.
19. Smith A.L. Public-Private Partnerships (PPPs) for Sustainable Tourism. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.oas.org/en/sedi/desd/itc2011/pres/Arthur_Smith.pdf (дата обращения 20.01.2020).
20. Nguyen D.N., Imamura F., Iuchi K. Public-private collaboration for disaster risk management: A case study of hotels in Matsushima, Japan // Tourism Management. 2017. № 61. P. 129-140.
21. Franco M., Estevão C. The role of tourism public-private partnerships in regional development: a conceptual model proposal // CADERNOS EBAPE.BR. 2010. № 8 (4). P. 600-612.
22. Nipa N.J., Sultana J., Rahman Md.H. Prospect of Private-Public Partnership in Tourism of Bangladesh // Journal of Investment and Management. 2015. № 4 (3). P 73-83.
23. Public-private sector cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness. Madrid: World Tourism Organization, 2000. 289 p.
24. Hans V.B. Public-Private Partnership in the Tourism Sector: Balancing Legitimacy, Building Effectiveness. 2017.
25. Dias V., Smith C.P. Public Private Partnership on Tourism – an Opportunity for GOA // Anushandhan. 2014. № 4.
26. World Tourism Organization. Affiliate Members Global Reports. Volume eleven – Public-Private Partnerships: Tourism Development. UNWTO, Madrid, 2015. 74 p.

Курочкина А.А., Сергеев С.М., Лукина О.В.

ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПРИ ОКАЗАНИИ УСЛУГ ГОСТЕПРИИМСТВА В КОНЦЕПЦИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. Работа посвящена разработке алгоритма обработки массивов данных о потребительских предпочтениях и выработке оптимальной рыночной стратегии предложения услуг гостеприимства в условиях конкурентной бизнес-среды. В статье рассматривается процесс внедрения digital-маркетинга в деятельность предприятий индустрии гостеприимства и влияние использования данного вида маркетинга на процесс привлечения клиентов. Представлены различные методы digital-маркетинга, раскрыты его преимущества и недостатки. В результате исследования выявлено, как данный способ маркетинга влияет на отношение целевой группы к гостиничному продукту. Представлены инновационные методы рекламирования и способы привлечения потенциальных клиентов гостиницы.

Ключевые слова. Гостеприимство, математическое моделирование, планирование, интернет-маркетинг, цифровые технологии

Kurochkina A.A., Sergeev S.M., Lukina O.V.

INFORMATION INTERACTION IN THE PROVISION OF HOSPITALITY SERVICES IN THE DIGITAL ECONOMY CONCEPT

Abstract. The work is devoted to the development of an algorithm for processing arrays of data on consumer preferences and developing an optimal market strategy for offering hospitality services in a competitive business environment. The article discusses the process of implementing digital marketing in the activities of enterprises in the hospitality industry and the impact of using this type of marketing on the process of attracting customers. Various methods of digital marketing are presented, its advantages and disadvantages are revealed. The study revealed how this method of marketing affects the attitude of the target group to the hotel product. Innovative methods of advertising and ways to attract potential customers of the hotel are presented.

Keywords. Hospitality, mathematical modeling, planning, Internet marketing, digital technologies.

Введение

Цифровая экономика, стремительное развитие онлайн сервисов, сайтов агрегаторов меняют структуру спроса на путешествия, отдых и развлечения. В первую очередь, необходимо учесть, что поколение

ГРНТИ 06.39.27

© Курочкина А.А., Сергеев С.М., Лукина О.В., 2020

Анна Александровна Курочкина – доктор экономических наук, профессор, заведующая кафедрой экономики предприятия природопользования и учетных систем Российского государственного гидрометеорологического университета (г. Санкт-Петербург).

Сергей Михайлович Сергеев – кандидат технических наук, доцент Института промышленного менеджмента, экономики и торговли Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

Ольга Владимировна Лукина – кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики и менеджмента Международного банковского института имени Анатолия Собчака (г. Санкт-Петербург).

Контактные данные для связи с авторами (Курочкина А.А.): Санкт-Петербург, Малоохтинский пр., д. 98 (Russia, St. Petersburg, Maloohhtinsky av., 98). Тел.: 8 (921) 950-08-47. E-mail: kurochkinaanna@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 15.03.2020.

«зет» становится наиболее активным потребителем данных видов услуг. Поскольку основным источником информации и способом взаимодействия для этой возрастной группы стала глобальная сеть, то необходимо менять концепцию предложения.

В последние годы развитие online сервисов позволяет потребителю самостоятельно планировать поездки и обеспечивать себя билетами, отелями и экскурсионными программами. С другой стороны, опыт туристических компаний позволяет более рационально организовать путешествие и сэкономить клиентам время и средства. Кроме того, сервисы Airbnb, CouchSurfing и другие уже занимают значительное место на рынке предложений гостеприимства. Анализ рыночной ситуации в области оказания услуг гостеприимства необходим, в первую очередь, для оценки перспектив привлечения клиентов туристическими операторами в условиях неопределенности спроса.

Сегодня динамично растущий рынок предлагает исключительно большой выбор вариантов организации путешествий. Конкуренция за потребителя при этом очень высокая. В числе рисков также следует отметить политическую нестабильность во многих знаковых для путешественников регионах. Традиционно, при оценке волатильности и неполной информации об обстоятельствах ведения бизнеса, строится формализованная математическая модель. Освещенные в литературе методы не дают приемлемого результата при поиске конкретных рекомендаций по экономически обоснованной рыночной стратегии менеджмента индустрии гостеприимства.

Материалы и методы

При проведении исследования использовались методы теории исследования операций, в качестве исходных данных были использованы материалы Росстата, опубликованные на его официальном сайте, кроме того, учитывались результаты аналитических исследований.

Результаты и их обсуждение

Вопросы анализа рисков принятия решений в условиях неопределенности решаются методами теории исследования операций [13]. Так как современное молодое поколение, которое является потенциальным путешественником, в подавляющем большинстве ориентируется на интернет-ресурсы, то для решения поставленной в настоящем исследовании задачи необходимо привлекать возможности цифрового обмена информацией.

В общем виде предварительные сведения W_i , полученные от таких масштабных поисковиков, как Яндекс, Google и другие, выглядят в виде набора векторов: $W_i = \{p_i, D_1, D_2, \dots, D_N\}$, где p_i – доля потенциального пула потребителей туристических услуг [14], $i = 1, 2, \dots, M$, $\sum_i p_i = 1$, M – число исследуемых групп клиентов; D_k (для $k = 1, 2, \dots, N$) – наименование (вид) предлагаемого направления (Destination) путешествий или туров, N – количество тех направлений, по которым туристическая фирма обладает компетенциями или допускается ее деятельность [11]. Векторы W_i содержат отранжированные данные. Из указанных данных можно сформировать матрицу, отражающую статистику предпочтений потенциального клиентского пула по выбору желаемых направлений путешествий $P = \{p_{ij}\}$, элементы которой показывают долю предпочтений при выборе i -го направления j -му [9]. Далее решение задачи можно разделить на три варианта:

- предлагать варианты направлений путешествий и отдыха, по которым туристическая фирма имеет опыт работы, налаженную сеть взаимодействия с партнерами, кадровый состав. При этом можно проводить свою деятельность, не затрачивая средства на продвижение новых маршрутов или на исследование работы конкурентов. Также не затрачиваются время и средства, что позволяет сконцентрироваться на собственных компетенциях, но могут быть потери из-за неопределенности спроса на туристические услуги;
- провести исследование текущей и перспективной деятельности других конкурирующих фирм по организации отдыха с целью определения их политики в области привлечения туристов, как потребителей услуг гостеприимства и отдыха. Такой подход требует дополнительных затрат;
- смешанная стратегия, заключающаяся в продолжении деятельности по первому варианту с одновременной оценкой работы конкурирующих фирм по организации отдыха с целью определения наиболее выгодного предложения на следующий сезон.

Оценка представленных трех вариантов с точки зрения экономической выгоды позволит спланировать туристическую деятельность на следующий плановый период оптимальным образом.

Расширение спектра туристических продуктов должно быть основано не только на глубоком анализе рыночного спроса, но и на современных алгоритмах обработки больших массивов данных о потребительских предпочтениях. При этом выгодно использовать преимущества цифровых технологий. Необходимо учесть сочетание двух обстоятельств: с одной стороны, интернет-серфинг потенциальных клиентов услуг гостеприимства, с другой, возможность приобретения туроператорами у поисковых порталов и сайтов агрегаторов данных по лидам (Lead), посадочным страницам (LandingPage), CTR (ClickthroughRate) и другим инструментам статистики интернет-маркетинга.

Digital-маркетинг является инновационным и конкурентоспособным инструментом в эффективном функционировании индустрии гостеприимства, включает в себя множество различных способов рекламирования предприятия, общения с потенциальными клиентами, формирования нового гостиничного продукта. Digital-маркетинг – это комплексное использование цифровых каналов для эффективного рекламирования бренда/компании/продукции широкому кругу лиц. Данное направление маркетинга появилось сравнительно недавно и все больше завоевывает популярность на рынке медийных коммуникаций [4].

Для эффективного внедрения цифрового маркетинга любой компании необходимо учесть несколько аспектов: отношение потребителя к продукту, отношение потребителя к бренду, отношение потребителя к каналу цифрового маркетинга и также его отношение к содержанию рекламы. Именно анализ и правильная интеграция инструментов цифрового маркетинга даст желаемый результат. Сегодня повсеместно для успешной рекламной политики компании используют digital-маркетинг, который имеет некоторые преимущества:

- широкий охват аудитории рекламой, например, в социальных сетях. Социальные сети – одна из самых популярных на сегодняшний момент площадок для взаимодействия производителей и потребителей. Все чаще люди бронируют и оплачивают услуги именно в виртуальной среде. Очень популярным видом рекламы является таргетированная реклама. Компании (в том числе и отели) могут отслеживать поисковые запросы потенциальных клиентов и предлагать определенные варианты проживания пользователям сети Интернет по конкретным признакам: пол, возраст, город, предпочтения, временные факторы и т.д. Социальные сети обладают широким цифровым полем для размещения рекламных предложений (это может быть ссылка на внешние источники, реклама внизу, наверху или сбоку страницы, а также адаптированная реклама для мобильных устройств). Таким образом, используя точную таргетированную рекламу, можно привлечь внимание конкретной категории клиентов (например, для людей, проживающих в маленьких городах и жителей мегаполисов имеет смысл выводить сообщения о разных категориях отеля). Данная процедура сделает коммерческое предложение точнее, отсекает неплатёжеспособную аудиторию;
- широкий выбор инструментов, объединение которых может охватить любую целевую группу. Среди инструментов, которые используют грамотные маркетологи, можно особо выделить такие, как: создание контента (наполнение сайта, социальных сетей и т.д. необходимой для привлечения внимания потребителя информацией); продвижение в социальных сетях (SMM-продвижение); лендинги (использование маркетологами информации, побуждающей пользователя социальных сетей к покупке предлагаемых компанией товаров и услуг); работа с прессой (распространение пресс-релизов, информации о компании); предоставление услуг клиентам до момента обслуживания, при непосредственном взаимодействии и после обслуживания; отправка сообщений о новинках, акциях, скидках и т.д. через почтовую рассылку; продвижение компании через партнеров [6];
- универсальный инструмент рекламирования. От маленьких детей до возрастных людей, все стали сегодня использовать смартфоны, социальные сети, общаться и обмениваться мнениями, делиться впечатлениями и тем, что их заинтересовало. Именно это и нужно компаниям, чтобы люди делились отзывами о них, «рекламировали» другим людям их товар и так далее. Поэтому цифровой маркетинг набирает популярность [8];
- широкие возможности для создания абсолютно разной рекламы. В настоящее время существует множество способов использования различных методов для создания рекламы, которая привлечет

внимание потенциальных потребителей. По результатам опросов, опубликованных в сети Интернет, на рисунке представлены самые эффективные способы рекламы [11];

- возможность общения онлайн со своими потенциальными и постоянными покупателями. Одним из самых важных процессов взаимодействия потребителей и производителей товаров и услуг является общение [13]. На различных сайтах представлены разнообразные способы, с помощью которых представляется возможным установить взаимодействие, например, с объектом размещения. Это могут быть различные виджеты:

1) виджет обратного звонка. Данный тип виджета предполагает, что клиент может оставить свой номер телефона в специальной форме, расположенной на сайте, а также выбрать время и дату обратного звонка со стороны компании. У менеджера по продажам оповещение системы принимается в виде телефонного звонка, и, как только он на него отвечает, система звонит пользователю;

2) чаты с пользователем сайта. Онлайн взаимодействие в чате – один из самых распространенных и удобных видов общения со специалистом. Как правило, молодежь предпочитает общаться, используя именно такой тип связи, поскольку за считанные минуты можно получить подробную информацию обо всем, что интересует посетителя сайта;

3) поп-ап окна. Данный тип взаимодействия подталкивает посетителя к определенному действию – звонку, подписке на новостную рассылку и т.д. Иногда такие окна могут предложить человеку получить скидку, совершив определенное действие на сайте и заинтересовать его на дальнейшее пользование данным ресурсом.



Рис. Инструменты продвижения товаров и услуг

Несмотря на спектр преимуществ, при использовании цифрового маркетинга могут возникнуть трудности. У данного вида маркетинга существуют некоторые недостатки:

1. Большие затраты времени, сил и денег на его успешную реализацию в данной компании. Использование различных инструментов интернет-маркетинга является достаточно затратным для компаний. Далеко не всегда инструменты, которыми пользуется предприятие, на выходе могут принести тот положительный эффект, который маркетологи ожидали на входе. Очень часто различные инструменты отталкивают посетителей. Тем самым денежные ресурсы, которые были затрачены на разработку и внедрение данного вида маркетинга, могут не окупиться или даже принести компании убыток.

2. Постоянная работа и своевременная корректировка рекламы. Информация в современном цифровом мире постоянно обновляется. Данный процесс необратим, поэтому очень важно следить за новыми трендами и тенденциями, а также изучать все интересы и запросы клиентов и посетителей. Особенно это касается появления новых функций у товаров и услуг компаний индустрии гостеприимства.

3. Необходимость в квалифицированных специалистах и необходимых технологиях для использования цифрового маркетинга [14]. Очень важно, чтобы продвижением компании и продукта занимался

ся квалифицированный маркетолог, который ищет целевую аудиторию для реализации товара или услуги компании. Он изучает покупательскую способность клиентов, их привычки и предпочтения, чтобы правильно построить маркетинговую коммуникацию с ними.

Однако представленные недостатки цифрового маркетинга не повлияют на деятельность компании при правильном его использовании. В современном мире увеличения конкуренции на рынке гостиничного бизнеса такой инструмент, как digital-маркетинг, очень конкурентоспособен. На сегодняшний день именно он – главный инновационный инструмент в борьбе за клиента. Цифровой маркетинг в основном реализуется в виртуальной среде. Такая среда служит для отелей не только красивым «портфолио» гостиницы, «книгой жалоб и предложений», но и местом продвижения гостиничного продукта [3]. В современной гостиничной индустрии можно увидеть множество примеров рекламы, созданной именно в рамках цифрового маркетинга. Так, например:

- руководство гостиницы «Россия» в Санкт-Петербурге использует множество средств рекламирования компании потенциальным потребителям. Это реклама через социальные сети и сервисы с возможностью бронирования и оплаты номеров гостиницы: ВКонтакте, Facebook, Booking.com, также реклама в Яндекс, Google, Tripadvisor. На всех данных сервисах можно увидеть отзывы клиентов о гостинице и принять решение о выборе проживания в данном отеле или продолжить поиски другого места пребывания. Это и сам сайт гостиницы, на котором также присутствуют элементы цифрового маркетинга: всплывающие окна со спецпредложениями, онлайн-консультант, возможность e-mail-рассылки с громким лозунгом «Узнайте обо всех новостях первыми». Также, на сайте гостиницы можно увидеть контекстную рекламу мероприятий. Потенциальный клиент захочет приехать на концерт из другого города и ему необходимо будет где-то остановиться. Вряд ли он будет искать новую гостиницу, потенциальный клиент забронирует номер на том же сайте, то есть на сайте гостиницы «Россия». Компания использует и партнерский маркетинг – реклама партнеров на своем сайте, разработанная программа лояльности для клиентов этих партнеров, как пример удержания существующих клиентов [10];
- отель «Коринтия» в своей рекламной политике также использует методы цифрового маркетинга. Это реклама через социальные сети и сервисы: ВКонтакте, Facebook, Booking.com, Instagram, а также в Яндекс, Google, Tripadvisor, 2ГИС. На данных каналах можно прочитать отзывы клиентов отеля. Также, это сайт отеля, где можно увидеть: всплывающие окна со специальными предложениями, с возможностью моментальной брони номера и резервирования столика на обед. Здесь используется и e-mail-маркетинг [1].

Практически все компании гостиничной индустрии в своей деятельности так или иначе пользуются цифровым маркетингом. Все клиенты, потенциальные и существующие, на сегодняшний момент очень активно пользуются СМИ, Интернетом, мобильными телефонами. Для них это простой и быстрый способ найти необходимую информацию. Развитие индустрии туризма и гостеприимства дало сильный толчок для увеличения коммуникаций между компаниями и их клиентами. Современный турист хочет тратить как можно меньше времени и сил на поиск временного жилья и улаживание всех нормативных процедур, он желает как можно больше путешествовать, узнавать новое, посещать интересные места. Это также относится и к деловым поездкам. Цель делового туризма – работа. Такие гости не желают тратить время на второстепенные вещи. Именно поэтому существуют такие сервисы, как Booking.com, которые позволяют моментально забронировать номер из любой точки мира, где бы ни находился человек (при наличии возможности выхода в Интернет).

Развитие цифрового маркетинга в гостиничном бизнесе не останавливается. Сейчас очень популярным стало использование QR-кодов для рекламы компании. Через данный код можно выйти на страничку в Интернете, где будет подробно описана деятельность компании, или же код выведет заинтересовавшегося человека на определенное приложение или игру, где можно узнать о специальных предложениях, накопить бонусные баллы и так далее. Возможно, именно это и будут использовать гостиницы. Те же самые приложения-игры на смартфоне, которые будут давать скидку при бронировании номера, если клиент пройдет несколько уровней игры. Также, этот код можно будет указать на этикетке, например, пакетика с сахаром в гостиничных номерах, а также на ручках и блокнотах. Переходя по данному коду, клиент гостиницы сможет узнать интересные факты и историю появления данных аксессуаров в отеле. Также в гостинице могут размещаться мультимедийные стенды для ре-

кламы акций, предложений, рекламы партнерских мероприятий. Для семей с детьми интересным ходом будет возможность установления интерактивного стола с 3D-эффектами в холе гостиницы. Наполнение может быть разным, главное – заинтересовать детей.

Очень немногие гостиницы пользуются новинками высоких цифровых технологий, поэтому большинству предприятий гостиничной индустрии в свою маркетинговую политику будет целесообразно включить [2]:

1. 360-градусную панораму холла и номеров, а также детской комнаты, кафетерия и прилегающей территории. На сегодняшний день фотогалереей на сайте гостиницы никого не удивишь, а данная технология не только привлечет внимание клиента, но и даст вполне ясное представление о гостиничных продуктах данной компании.

2. Перевод страниц сайта компании, страниц компании в социальных сетях и на других серверах на несколько языков.

3. Рекламирование тех услуг, которые будут интересны определенному контингенту клиентов, для этого на сайте компании необходимо обозначить переходные ссылки на страницы для определенной группы лиц: семьи с детьми, молодожены, пожилые люди и так далее.

4. Вход в номера гостиницы через приложение на смартфоне. Это обезопасит клиентов от случайной потери ключа и выплаты штрафа за него.

5. «Консьерж по SMS» – заявление клиентом о своих потребностях персоналу, легко, быстро и не принимая никаких дополнительных существенных усилий.

6. Управление термостатом в номере через приложение в телефоне, услуга возможна даже на удаленном расстоянии от гостиницы.

7. Включение в обслуживающий персонал роботов. Роботы – будущее и уже настоящее, а для клиентов гостиницы это будет в новинку и очень интересно. Самые распространённые роботы на сегодняшний момент – роботы-бариста.

Подводя итоги, хочется отметить также, что с развитием Интернет-рекламы все больше внимания необходимо уделять вовлечению аудитории, интерактивным методам коммуникации, вирусной рекламе и т.п., чтобы не потерять интерес потребителей.

Заключение

Современные цифровые технологии дают возможность планировать деятельность туристического сегмента бизнеса и других предприятий организации отдыха на длительный горизонт. Так как сейчас увеличивается доля путешественников поколения Z, а также в значительной части клиентами являются представители поколения нулевых годов, основным источником информации для них служит интернет, социальные сети. Одновременно, возможности сетей Web 4.0 дают обширный материал обратной связи, позволяющий собирать статистику по предпочтениям будущих клиентов, сегментации их по целому ряду признаков, таких, как география, возраст, опыт путешествий, предыстория, круг интересов и другие сведения. Расчет с применением научно обоснованных методик даст основу для повышения конверсии затрат на продвижение туристических направлений, оптимизацию таких важных показателей затрат, как CPM (CostPerMillenium), CPA (CostPerAction) и других актуальных индексов интернет-маркетинга. Тренд на использование математических моделей и систем искусственного интеллекта позволит принимать в процессе планирования работы туристических операторов оптимальные с экономической точки зрения управленческие решения и подстраивать свою деятельность под требования рынка услуг гостеприимства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ассоциация коммуникационных агентств России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.akarusia.ru/press_centre/news/id3994 (дата обращения 29.02.2020).
2. Цифровой маркетинг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A6%D0%B8%D1%84%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3 (дата обращения 29.02.2020).
3. Гостиница Россия. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rossiya-hotel.ru> (дата обращения 29.02.2020).
4. Курочкина А.А., Лукина О.В., Сергеев С.М. Планирование ресурсной загрузки самых посещаемых мегаполисов мира // Наука и бизнес: пути развития. 2018. № 3 (81). С. 123-127.

5. Курочкина А.А., Сергеев С.М. Социально-экономическое моделирование ресурсной загрузки мегаполисов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 4 (112). С. 98-105.
6. Курочкина А.А., Яхеев В.В. Раннее бронирование туров как путь повышения эффективности туристической деятельности и ее оценка при помощи многомерного критерия сравнения // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 1 (109). С. 70-75.
7. 10+ основных и эффективных способов рекламы своего продукта или услуги в Интернете. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/sendpulse/blog/299782> (дата обращения 01.02.2020).
8. Сила цифр: digital-маркетинг в гостиничной индустрии. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.arendator.ru/articles/155778-sila_cifr_digital_-_marketing_v_gostinichnoj_industrii (дата обращения 29.02.2020).
9. Corinthiastpetersburg. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.corinthia.com/ru/st-petersburg> (дата обращения 29.02.2020).
10. 10 новых технологий для гостиничных номеров. От умных термостатов до роботов на стойке регистрации. Тренды отельной автоматизации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hotelier.pro/use/item/2150-smart> (дата обращения 29.02.2020).
11. Borisoglebskaya L.N., Provotorova E.N., Sergeev S.M., Khudyakov A.P. Automated storage and retrieval system for Industry 4.0 concept // International Scientific Workshop «Advanced Technologies in Material Science, Mechanical and Automation Engineering», MIP: Engineering. IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng. 2019. Vol. 537. P. 032036.
12. MangoOffice. Digitalmarketing. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://spb.mango-office.ru/products/calltracking/for-marketing/osnovy/digital-marketing> (дата обращения 29.02.2020).
13. Provotorov V.V., Sergeev S.M., Part A.A. Solvability of hyperbolic systems with distributed parameters on the graph in the weak formulation // Vestnik of Saint Petersburg University. Applied Mathematics. Computer Science. Control Processes. 2019. Vol. 14 (1). P. 107–117.
14. Sergeev S., Kirillova T., Krasnyuk I. Modelling of sustainable development of megacities under limited resources // E3S Web of Conferences. 2019. № 91. P. 05007.

Курбанов А.Х., Плотников В.А.

**ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИКИ
В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ
И ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ**

***Аннотация.** В статье рассмотрена сущность происходящих в настоящее время изменений в экономике, обществе и технологиях, которые оказывают существенное воздействие на трансформацию современной экономической модели. Авторы анализируют влияние этих изменений, ускоренных распространением Covid-19, на логистику и ее развитие. На этой основе формируется видение будущего облика логистических систем, в которых большую роль будет играть логистика домохозяйств.*

***Ключевые слова.** Цифровизация экономики и социальной сферы, логистика и цепи поставок, логистика домохозяйств, новая коронавирусная инфекция Covid-19, экономическое регулирование.*

Kurbanov A.Kh., Plotnikov V.A.

**EVALUATION OF THE DEVELOPMENT OF LOGISTICS PROSPECTS
IN THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION OF THE ECONOMY
AND TRANSFORMATION OF THE SOCIAL SPHERE**

***Abstract.** The article discusses the essence of the ongoing changes in the economy, society and technology, which have a significant impact on the transformation of the modern economic model. The authors analyze the impact of these changes, accelerated by the spread of Covid-19, on logistics and its development. On this basis, a vision of the future shape of logistics systems is formed, in which the logistics of households will play a greater role.*

***Keywords.** Digitalization of the economy and the social sphere, logistics and supply chains, household logistics, the new coronavirus infection Covid-19, economic regulation.*

Введение

Пандемия новой коронавирусной инфекции, наложившаяся на другие неблагоприятные события в экономической, социальной и политической сферах, привела к тому, что футурологические прогнозы, которые ранее воспринимались, как маловероятные варианты развития человеческой цивилизации, начали сбываться. И происходит это не в далеком будущем, а именно сейчас. Уже сейчас понятно, что изменения в «посткоронавирусном мире» будут достаточно радикальными. Они, безусловно, затронут все сферы жизни человека. Их реальный масштаб будет зависеть от того, какие меры будут приняты

ГРНТИ 06.56.02

© Курбанов А.Х., Плотников В.А., 2020

Артур Хусаинович Курбанов – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры материального обеспечения Военной академии материально-технического обеспечения имени генерала армии А.В. Хрулева (г. Санкт-Петербург).

Владимир Александрович Плотников – доктор экономических наук, профессор, заместитель главного редактора журнала «Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета».

Контактные данные для связи с авторами (Плотников В.А.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). E-mail: Plotnikov.v@unecon.ru.

Статья поступила в редакцию 08.04.2020.

мировым сообществом и отдельными странами после событий, триггером которых выступил Covid-19 (потенциально тяжёлая острая респираторная инфекция, вызываемая коронавирусом).

Целью нашего исследования, при разработке его замысла, изначально являлось проведение анализа возможных направлений трансформации логистики под влиянием цифровизации. Проблематика эта сегодня весьма актуальная и активно разрабатываемая, в частности кафедрой Логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета [Мясникова, 2020; Силкина, 2020; Щербаков, 2020; и др.], недавно отметившей свой 50-летний юбилей. Но стремительные изменения в международных отношениях, социальных процессах и государственном регулировании, вызванные распространением Covid-19, вынудили нас несколько скорректировать изначальный замысел нашего исследования и постараться учесть в нем уже происходящие и ожидаемые социальные изменения.

Цифровизация экономики и общества на современном этапе: общая характеристика

Как известно, последние годы ознаменовались активной цифровизацией всех составляющих социально-экономической действительности. Это явление приобрело столь масштабный характер, что ряд авторов называет его «цифровой революцией» или же указывает, что цифровизация является ядром промышленной революции, связанной с формированием Индустрии 4.0 [Бодрунов, 2016; Негропonte, 1995; Плотноков, 2018; Тапскотт, 1994; Халин и Чернова, 2018; и др.].

Перед нашей страной также, вследствие проявления новых технологических вызовов, уже на протяжении нескольких лет стоит задача перехода к цифровой экономике, что нашло отражение не только в научных изысканиях [Вертакова и др., 2017; Головина и др., 2017; Руденко и Грибанов, 2019; Цифровая трансформация..., 2017; Что такое..., 2019; и др.], но и в документах стратегического управления национального уровня (Стратегия развития информационного общества РФ на 2017-2030 годы, Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» и др.).

Отдельные проекты цифровизации в России уже успешно реализованы (полностью или фрагментарно) в сфере государственного управления, образования, медицины, производства, логистики и др. [Берман, 2018; Бубнова и Лёвин, 2017; Ефименко и Демин, 2017; и др.]. Однако интеграция всех цифровых платформ в некую единую платформу до 2020 года представлялась большинству специалистов, как весьма отдалённая перспектива, наступление которой сдерживается массой нерешённых технических, правовых, организационных, экономических и др. проблем.

При этом, малый и средний бизнес, как правило, не имея для цифровизации достаточных возможностей (речь прежде всего идет о развитии инфраструктурной составляющей поддержки отдельных бизнес-процессов и хозяйственной активности в целом, приобретении оборудования, разработке программного обеспечения и обучении персонала, способного гармонично встраиваться в киберфизические логистические системы, и др.) не уделял этому должного внимания.

В результате события, связанные с резким ухудшением эпидемиологической ситуации и последовавшими за этим ограничениями на физическое перемещение людей и грузов поставили его на грань банкротства, поскольку физическая среда, подразумевающая непосредственный контакт продавца и покупателя, была временно заблокирована на государственном, а некоторых случаях и на межгосударственном уровне (имеются случаи также блокировки перемещений и на региональном уровне – см., например: <https://esquire.ru/articles/167743-chechnya-obyavila-o-zakrytii-granic-iz-za-koronavirusa>).

Новые социальные реалии и трансформация социально-экономических систем

Прежде чем приступить к анализу возможных перспектив развития логистики в условиях современных трансформаций экономики и социальной сферы, следует понять, какова именно та реальность, в которой предстоит жить людям, после её трансформации. То, что трансформация происходит – сомнений быть уже не может.

Как было показано выше, обозримое будущее предполагает глобальную цифровизацию всех процессов, которые призваны обеспечивать жизнедеятельность людей. И это не только логистика, о которой далее пойдет речь. На каждой стадии жизни человек будет являться частью общей системы, управляемой (по крайней мере – координируемой) при помощи искусственного интеллекта по специальным алгоритмам на основе данных, которые будут собираться и обрабатываться в автоматическом или автоматизированном режиме. На эту тему есть достаточно много исследований и публикаций и останавливаться подробно на этом нет необходимости (см., например, [Шеховцев, 2016]).

В любом случае, эпоха глобального потребления подошла к концу, избыточное производство и неконтролируемая продажа продуктов питания, одежды и обуви, бытовых приборов, мебели, автомобилей и даже объектов недвижимости может прекратиться. И тенденцию к этому мы наблюдаем уже сегодня. Значительным изменениям будет подвержена и сфера услуг – государственных, образовательных, медицинских, логистических и др. Происходящий процесс их трансформации с каждым годом набирает обороты. Но вызванные пандемией управляемые процессы целевой поддержки, например системы здравоохранения, прежде всего – ее публичного сектора, может существенно ускорить эти трансформации.

Будущим поколениям предстоит жить в другой реальности, отличие которой от настоящего времени будет явным и глобальным, а сам переход к ней – необратимым. В рамках данной статьи мы постараемся заглянуть за горизонт предстоящих событий и рассмотреть лишь один частный вопрос: представить – какой будет логистика? Как именно будет связан между собой конечный потребитель и производитель? Как будет выглядеть «последняя миля доставки»? Что будет обязательным в поведении людей, а что вариативным, если речь идет об удовлетворении их потребностей в материальных ценностях? Решение этих и ряда других вопросов в настоящее время представляется нам крайне актуальным.

Трансформация логистики под влиянием цифровизации и социальных изменений

Первое, что хотелось бы прояснить, предстоит глобальная трансформация производства и цепей поставок, вывод их на новый уровень развития (собственно, этот процесс в некоторых странах уже запущен давно). Классическая цепь поставок представлена на рисунке 1. Её функционирование определяется общепринятыми рыночными законами, которые хотя и носят в основном регулятивный характер, зависят от обеспеченности потребительского спроса и уровня жизни населения, а также определяются институциональной средой, в том числе ее неформальной частью.

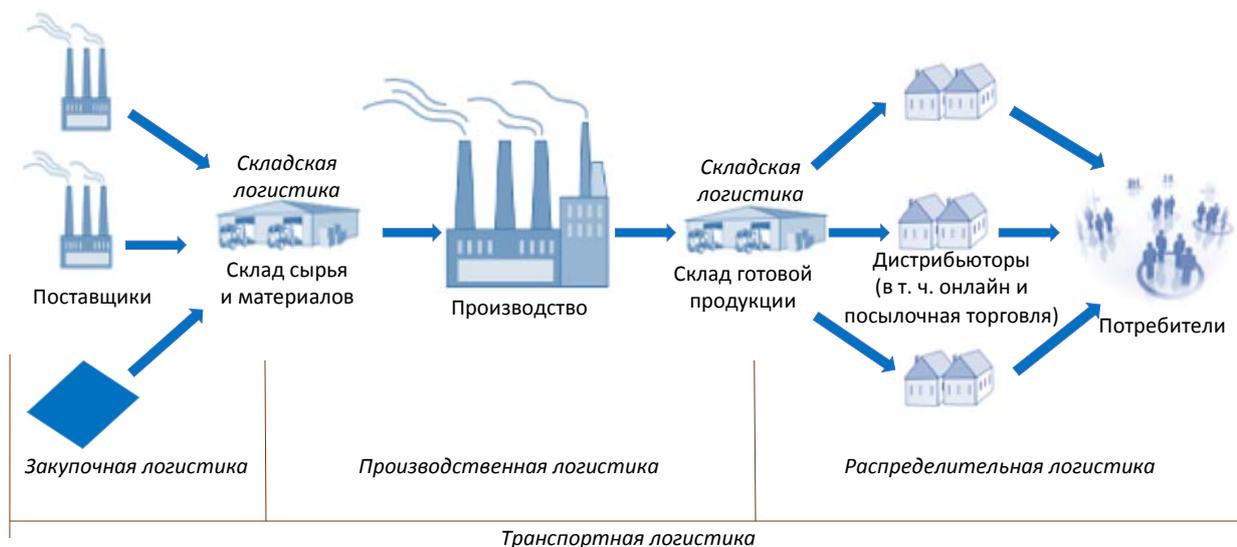


Рис. 1. Классическая цепь поставок продукции (разработано авторами)

Классическая цепь поставок продукции функционировала на протяжении многих веков. В настоящее время в ней в той или иной степени просматриваются все возможные форматы торговли – начиная от физического, традиционного рынка, где встречаются продавец и покупатель продукции и непосредственно осуществляют товарно-денежный обмен, до маркетплейсов – многочисленных платформ электронной коммерции, онлайн-магазинов электронной торговли, предоставляющих информацию о продукте или услуге третьих лиц, чьи операции обрабатываются оператором маркетплейса. Степень использования того или иного формата во многом зависит от уровня информационно-технического обеспечения общества, наличия и степени распространения соответствующих гаджетов (компьютеров, смартфонов и др.) и высокоскоростного интернета.

Основным направлением дальнейшей трансформации цепи поставок, по нашему мнению, является её цифровизация [Курбанов, 2018]. То, что уже сейчас произошло с логистикой, существенным образом влияет на домохозяйства, позволяет им выступать активным элементом логистических систем, прини-

мающим участие в изменении их архитектуры. Кроме цифровизации, процесс вовлечения домашних хозяйств в логистические цепочки поставок связан с изменением образа жизни людей (особенно в крупных городах), наличием постоянного выхода в интернет и ряда других факторов (рисунок 2).



Рис. 2. Изменения внешней и внутренней среды, оказывающие влияние на развитие логистики домохозяйств (разработано авторами)

До недавнего времени принято было считать, что принципы логистики к организации домашнего хозяйства неприменимы, а участники (члены) домашних хозяйств руководствуются только житейским подходом, который, кстати, не всегда подчиняется строгим принципам экономической рациональности [Апатова и др., 2014; Ильин, 2003; и др.]. Однако, анализ мирового и отечественного опыта свидетельствует о том, что домашним хозяйствам в той или иной степени присущи все функциональные области логистики (логистика снабжения, транспортная логистика, логистика производства, складская логистика, логистика сбыта, возвратная логистика).

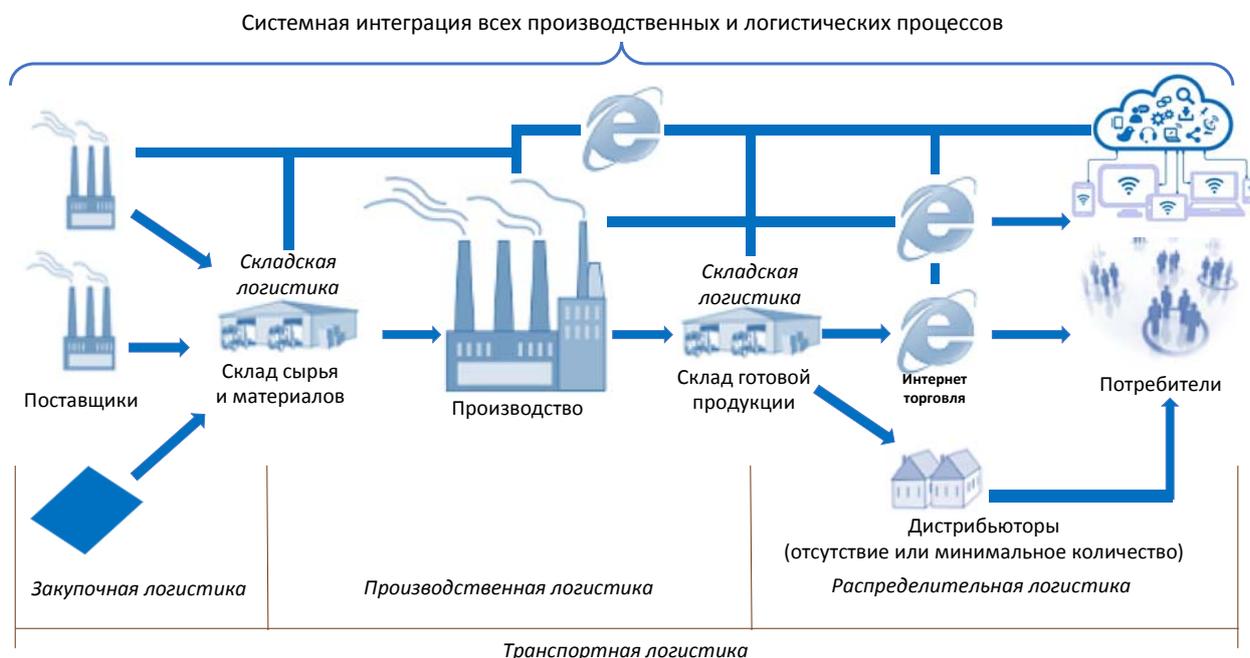


Рис. 3. Перспективная цепь поставок продукции (разработано авторами)

В недалеком будущем, классическая цепь поставок продукции, потребителями которой выступают домохозяйства, существенно изменится. Безусловно, в ней также останутся поставщики, производственные предприятия и дистрибьюторы (численность последних, следует признать, по мере

развития цифровых платформ будет сокращаться). Трансформации будут подвергнуты связи, существующие между элементами данной цепи. В основе данной трансформации будет лежать системная интеграция всех производственных и логистических процессов. Существенная роль при этом, по нашему мнению, будет принадлежать государству.

С большой вероятностью можно утверждать, что позиции государства будут существенным образом усилены и следует ожидать формирования «новой плановой экономики» на цифровой платформе, связующем звеном которой будет высокоэффективная логистика, предполагающая использование инновационных технологий, как в программном обеспечении, так и в техническом оснащении соответствующих процессов (рисунок 3).

Специфика организации логистических процессов в новых условиях

Далее мы постараемся детализировать основные отличительные признаки двух вариантов организации цепей поставок – существующей и перспективной. Сделать это представляется целесообразным на трех уровнях: стратегическом, оперативном и тактическом. Разумеется, необходимо понимать, какие именно процессы осуществляются на данных уровнях. Применительно к данному исследованию все необходимые комментарии представлены в таблице 1. Следует при этом отметить, что авторская позиция не может быть исчерпывающей, как по классификации уровней логистической системы, так и по содержательной части самих процессов. Возможны и иные, альтернативные, подходы.

Таблица 1

Сравнительный анализ существующей и перспективной организации цепей поставок

Уровень логистической системы	Используемые подходы и их особенности	
	Существующая цепь поставок	Перспективная цепь поставок
Стратегический (планирование развития, администрирование логистической системы, выполнение основных управленческих функций)	Используется как централизованный, так и децентрализованный подход. Мероприятия планирования, как правило, носят краткосрочный и среднесрочный характер, если это не связано с накоплением запасов	Администрирование логистической системы осуществляется централизованно. За счет высокой степени внедрения цифровых технологий некоторые управленческие решения могут приниматься без участия человека. Существует возможность долгосрочного планирования
Оперативный (прогнозирование потребности в материальных средствах, планирование поставок, координация, контроль и анализ эффективности логистических процессов)	Задачи выполняются, как правило, с использованием классических моделей. Применение цифровых технологий носит ограниченный, фрагментарный характер, что существенно снижает их эффективность; документооборот осуществляется на бумажных носителях (применение электронного документооборота незначительно); мероприятия контроля и анализа логистических процессов предполагают непосредственное участие человека	Широко используются цифровые технологии. Это делает возможным осуществление прогнозирования и планирования путём подключения всех потребителей в единую сеть, в результате чего увеличится степень достоверности потребности в материальных средствах, становится возможным автоматическое пополнение запасов. Процесс контроля и анализа эффективности логистических систем позволяет в реальном масштабе времени оценивать результативность логистических операций
Тактический (получение материальных средств, их перевозка, переработка, хранение и выдача (продажа))	Существующая цепь поставок практически не подвергалась трансформации с середины XX века. Транспорт, склад, конечный потребитель связаны между собой операциями погрузки, разгрузки, доставки, приема, выдачи в определенные (установленные) сроки (периоды). В режиме реального времени конечному потребителю информация о наличии и количестве материальных средств, хранимых на складе, как правило, недоступна	Логистические операции, осуществляемые на «последней миле доставки», не рассматриваются изолированно. Всё, начиная с характеристик товара и его упаковки, заканчивая отзывом конечного потребителя представляет собой единую синхронизированную систему. Возможно отслеживание движения заказа в режиме реального времени. В зависимости от результативности деятельности, система постоянно адаптируется к требованиям заказчиков

Разработано авторами.

С учетом данных, представленных в таблице 1, можно отметить, что тактический уровень логистической цепи поставок представляет для домохозяйств особый интерес, поскольку, в отличие от стратегического и оперативного уровней, он непосредственно связан с конечными потребителями. На «последней миле доставки» востребованными могут быть не только технические инновации, позволяющие обеспечивать, отслеживать и контролировать перемещение (хранение) материальных средств в реальном масштабе времени, но и управленческие решения, внедрение которых будет способствовать повышению эффективности системы доставки конечной продукции путем использования мобильных пунктов выдачи заказов, постоматов, привлечения логистических операторов, имеющих развитую сеть филиалов, а также беспилотных автомобилей, дронов и др. (рисунок 4).



Рис. 4. Вариант организации логистических процессов на «последней миле доставки» в среднесрочной и долгосрочной перспективе (разработано авторами)

Как видно из рисунка 4, организация логистических процессов на «последней миле доставки» в среднесрочной и долгосрочной перспективе обладает определенными особенностями. Так, например, кроме уже привычной доставки курьером или использования постоматов, возможно применение беспилотных автомобилей, а также подвижных (мобильных) пунктов выдачи заказов бесконтактным способом (по сути, речь идет об использовании такого же принципа, как и в постомате).

Наиболее инновационной и технически сложной является организация доставки продукции с использованием дронов. Следует признать, что подобная практика начала широко использоваться в зарубежных странах [Гайва и Макарычев, 2019]. В последние несколько лет множество компаний по всему миру начали тестировать доставку небольших грузов дронами. В 2019 году в США Федеральное управление гражданской авиации (FAA) впервые выдало сертификат авиационного перевозчика компании, доставляющей грузы дронами. Этой компанией стала Wing. Предполагается, что это позволит удешевить и упростить доставку небольших посылок до дома, квартиры или офиса клиента.

Однако, в случае использования дронов в интересах домохозяйств, помимо необходимости решения технических и правовых проблем, связанных непосредственно с доставкой, возникает необходимость внесения некоторых изменений и в конструкцию жилья. В частности, в случае проживания потребителей (заказчиков) в многоквартирных домах, в них следует предусмотреть площадки для «сброса» грузов дронами и специальные шахты для мини лифтов, которые бы смогли переместить продукцию, доставленную в специальном контейнере до квартиры клиента.

Рассмотренный вариант развития событий в части, касающейся трансформации логистики в условиях глобальной цифровизации экономики и трансформации социальной сферы, безусловно, обладает, как преимуществами, так и недостатками, на что мы указывали ранее [Курбанов, 2018; Курбанов и др., 2018], основные из которых представлены в таблице 2.

Таблица 2

Преимущества и недостатки развития логистики в условиях глобальной цифровизации экономики и трансформации социальной сферы

Позиции, с которых осуществляется оценка	Положительные аспекты	Отрицательные аспекты
С точки зрения потребителя (домохозяйства)	Повышение эффективности планирования обеспечения потребляемой продукцией в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе; снижение затрат на выполнение процессов обеспечения благодаря широкому внедрению роботизации и информационных технологий; повышение гибкости обеспечения (возможность полного учета индивидуальных особенностей и потребностей); устранение (полное или частичное) негативного воздействия человеческого фактора; снижение затрат за счет сокращения количества посредников в логистической цепи	Высокие затраты на формирование соответствующего технического и программного обеспечения; сопротивление со стороны отдельных потребителей, входящих в состав домохозяйств; риски несанкционированного доступа к личным данным пользователей (путем взлома информационных систем); риск снижения качества функционирования процессов обеспечения продукцией в переходный период (снижение эффективности процессов обеспечения продукцией с использованием цифровых платформ продемонстрировали все маркетплейсы в ходе массовой переориентации на онлайн сервисы во время самоизоляции, вызванной Covid-19)
С точки зрения внешней среды	Заинтересованность государства в повышении эффективности системы контроля за производственными и логистическими процессами, возможность для него более эффективного выполнения регулятивной функции; создание дополнительных стимулов для реиндустриализации страны на основе новых технологий	Снижение доходов бюджета Российской Федерации ограничивает возможность инвестиций в развитие инновационных технологий на всей территории страны; слабое развитие национальной элементной базы (потребуется приобретение технологий и оборудования за рубежом)

Разработано Курбановым А.Х.

Заключение

Подводя итог, проведенному исследованию, можно сделать следующие выводы:

- логистика представляет собой ключевой сектор экономики большинства стран. Она является связующим звеном между производителями и потребителями готовой продукции. Развитие экономики, как в России, так и за рубежом осуществляется с учётом возможностей совершенствования логистических систем и во многом определяется этими возможностями;
- логистика домохозяйств в настоящее время обладает существенными перспективами развития. Прежде всего, это связано с изменениями, которые произошли во внешней и внутренней среде субъектов домашнего хозяйства, вызванные событиями конца 2019 – начала 2020 гг. и обусловленные глобальным распространением новой коронавирусной инфекции;
- перспективы развития логистики будущего следует рассматривать с позиций ее предназначения как подсистемы обслуживания экономической системы, задача которой будет заключаться в производстве продукции, поставляемой и потребляемой домохозяйствами с использованием принципов рационального, обоснованного системного подхода.

Благодарности

Исследование выполнено при поддержке гранта Президента РФ по государственной поддержке ведущих научных школ РФ НШ-2702.2020.6 «Концептуальные основы новой парадигмы экономического развития в эпоху технологической и социальной трансформации».

Данная статья представляет собой переработанную версию материалов, опубликованных в монографии «Публичное управление в условиях цифровой глобализации» под ред. профессора

А.В. Полянина. Авторы выражают признательность редакционной коллегии указанной монографии за ценные рекомендации, которые были приняты во внимание при подготовке настоящей статьи.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Апатова Н.В., Быстрова М.В., Тюшко И.А.* Модели иррационального поведения потребителей // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия «Экономика и управление». 2014. Том 27 (66). № 4. С. 15-21.
2. *Берман Н.Д.* Цифровизация логистики: применение технологии «Blockchain» // International Journal of Advanced Studies. 2018. Т. 8. № 1-2. С. 21-28.
3. *Бодрунов С.Д.* Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка / ИНИР им. С.Ю. Витте. СПб., 2016. 328 с.
4. *Бубнова Г.В., Лёвин Б.А.* Цифровая логистика – инновационный механизм развития и эффективного функционирования транспортно-логистических систем и комплексов // International Journal of Open Information Technologies. 2017. Т. 5. № 3. С. 72-78.
5. *Вертакова Ю.В., Толстых Т.О., Шкарупета Е.В., Дмитриева Е.В.* Трансформация управленческих систем под воздействием цифровизации экономики / Юго-западный гос. ун-т. Курск, 2017. 147 с.
6. *Гайва Е., Макарычев М.* Пилоты беспилотников. В США дроны начали доставлять супы и мороженое по воздуху. А что у нас? // Российская газета – Федеральный выпуск № 92 (7850). 24 апреля 2019 года.
7. *Головина Т.А., Полянин А.В., Рудакова О.В.* Развитие системы государственного стратегического управления предпринимательскими структурами на базе возможностей новой модели цифровой экономики // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2017. № 2. С. 13-18.
8. *Ефименко Д., Демин В.* Развитие логистики в России: современная ситуация, прогноз, ключевые задачи и приоритеты компаний // Логистика. 2017. № 3. С. 14-19.
9. *Ильин В.И.* Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2003. 232 с.
10. *Курбанов А.Х.* Конвергенция как способ повышения эффективности логистических систем // Экономист. 2018. № 10. С. 40-45.
11. *Курбанов Т.Х., Курбанов А.Х., Лучкин С.В.* Цифровые логистические технологии: возможные перспективы и риски внедрения в цепи поставок // Логистика. 2018. № 10. С. 32-36.
12. *Мясникова Л.А.* Цифровизация логистики в сетевой торговле // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 2.
13. *Плотников В.А.* Цифровизация производства: теоретическая сущность и перспективы развития в российской экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2018. № 4 (112). С. 16-24.
14. *Руденко М.Н., Грибанов Ю.И.* Тенденции цифровизации и сервисизации экономики // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2019. № 2 (40). С. 5-8.
15. *Силкина Г.Ю.* Информационно-технологическое согласование моделей транспортно-логистического бизнеса в системе смарт-контрактинга // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 2.
16. *Халин В.Г., Чернова Г.В.* Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски // Управленческое консультирование. 2018. № 10 (118). С. 46-63.
17. *Цифровая трансформация экономики и промышленности: проблемы и перспективы / под ред. А.В. Бабкина.* СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2017. 807 с.
18. *Что такое цифровая экономика? Тренды, компетенции, измерение: докл. к XX Апр. междунар. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 9-12 апр. 2019 г. / науч. ред. Л.М. Гохберг; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М., 2019. 82 с.*
19. *Шеховцев М.* Что сулит миру интернет-вещей // Эксперт. 2016. № 48. С. 14-24.
20. *Щербаков В.В.* Синергия коммерции и логистики в цифровой экономике контрактного типа // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020. № 2.
21. *Negroponte N.* Being Digital. NY: Knopf, 1995. 243 p.
22. *Tapscott D.* The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. McGraw-Hill, 1994. 368 p.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНУТРЕННИХ ФАКТОРОВ ПРЕДПРИЯТИЙ ГРУЗОВОГО АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В статье рассматривается стратегический анализ внутренних факторов предприятий грузового автомобилестроения и его значение в условиях продолжающейся цифровизации экономики. Внутренняя среда предприятия представляется в виде его потенциала, показывается значение потенциала предприятий для формирования, удержания и приращения стабильного конкурентного преимущества согласно ресурсно-ориентированному подходу. Также показывается состав потенциала предприятий и представлена роль составляющих статического и динамического потенциалов.

Ключевые слова. Стратегический анализ, ресурсно-ориентированный подход, цифровая экономика, стабильное конкурентное преимущество, большие данные, статический потенциал, динамический потенциал.

Lyaschuk A.V., Tikhonova M.V.

STRATEGIC ANALYSIS OF INTERNAL FACTORS IN THE TRUCK INDUSTRY ENTERPRISE IN DIGITAL TRANSFORMATION OF THE ECONOMY

Abstract. The article considers the strategic analysis of internal factors of truck industry enterprises in the conditions of ongoing digitalization of the economy. The internal environment of the enterprise is represented as its potential, the value of the potential of enterprises for the formation, retention and increment of a stable competitive advantage according to the resource-oriented approach is shown. It also shows the composition of the potential of enterprises and the role of the components of static and dynamic potentials.

Keywords. Strategic analysis, resource-oriented approach, digital economy, stable competitive advantage, big data, static potential, dynamic potential.

Введение

Формирование нового технологического уклада, которое происходит в настоящее время, во многом основывается на цифровых технологиях, развитие которых привело к значительным качественным изменениям во многих отраслях и секторах экономики. За последнее десятилетие развитие технологий сделало значительный шаг вперед в области хранения, передачи, и обработки огромных объемов информации, что позволяет интегрировать в единую систему все многообразие внутренних и внешних источников информации, места ее хранения, а также всех заинтересованных получателей информа-

ГРНТИ 06.81.12

© Лящук А.В., Тихонова М.В., 2020

Александр Вячеславович Лящук – аспирант кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Майя Владимировна Тихонова – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления предприятиями и производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета

Контактные данные для связи с авторами (Тихонова М.В.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 812 310-40-83. E-mail: keiup2074@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 25.02.2020.

ции, обмен данными между которыми происходит постоянно и режиме реального времени. При этом значительно растет объем накапливаемой информации, которая формирует такой новый экономический ресурс, как большие данные (от англ. big data). Стоит отметить, что термин «большие данные» это не просто большой объем информации, а большой объем разнообразной информации, которая позволяет получать количественные и качественные данные о любой интересующей системе, состоящей из большого количества различных материальных и нематериальных факторов [14].

Цифровая трансформация позволяет говорить, что текущее состояние развития экономики принимает новую форму – цифровую экономику, которая представляет собой парадигму ускорения экономического развития с помощью цифровых технологий [18]. В условиях цифровой трансформации экономики предприятиям грузового автомобилестроения предоставляются широкие возможности по внедрению различных программных платформ, позволяющих эффективно осуществлять различные организационно-управленческие преобразования, контролировать и реализовывать текущие бизнес-процессы. Одним из процессов, который реализовывается на предприятиях с помощью данных программных платформ, является процесс стратегического планирования. Основной задачей стратегического планирования на предприятиях грузового автомобилестроения является получение стабильного конкурентного преимущества. Стабильное конкурентное преимущество каждого конкретного предприятия в значительной степени зависит от его внутренней среды, которая в свою очередь определяется некоторой совокупностью факторов, представляющих собой значительный массив разнообразных данных.

Ресурсно-ориентированный подход как основа стратегического анализа внутренних факторов

Одной из наиболее известных методологических концепций, предполагающих рассмотрение внутрифирменных факторов в качестве определяющих при формировании стабильного конкурентного преимущества, является ресурсно-ориентированный подход [11]. Ресурсно-ориентированный подход предполагает, что формирование, удержание и приращение стабильного конкурентного преимущества предприятия зависит от его внутреннего потенциала, который представляет собой сумму статического и динамического потенциалов предприятия, состоящих из определенного набора составляющих (см. рис.).

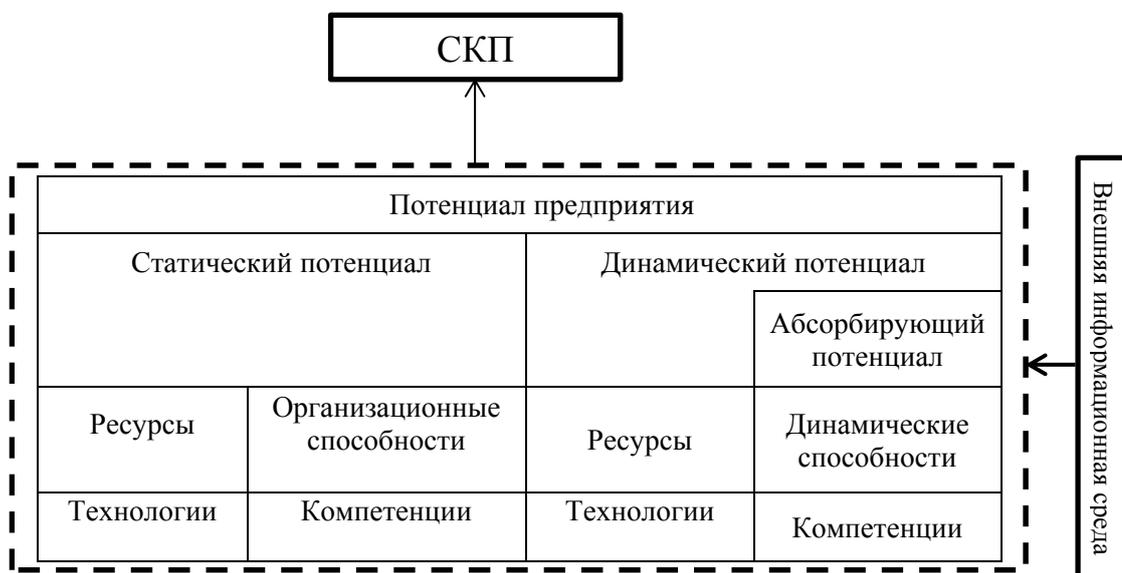


Рис. Структура внутреннего потенциала предприятий грузового автомобилестроения согласно ресурсно-ориентированному подходу

Таким образом, стратегический анализ внутренних факторов предприятий грузового автомобилестроения будет заключаться в анализе составляющих статического и динамического потенциалов конкретного предприятия. Статический потенциал предприятия грузового автомобилестроения опре-

деляет текущее состояние предприятия, его хозяйственную деятельность в краткосрочном и среднесрочном периоде. В свою очередь динамический потенциал определяет будущее состояние предприятия и, на основе статического потенциала, позволяет формировать, удерживать и наращивать стабильное конкурентное преимущество. Стратегический анализ составляющих внутреннего потенциала предприятий грузового автомобилестроения осуществляется с использованием метода экспертных оценок, который является одним из наиболее распространенных способов получения и анализа качественной информации, особенно в ситуациях, когда имеется недостаток количественных данных [5]. Исходя из совокупности составляющих внутреннего потенциала предприятия (см. рис.), можно сделать вывод, что на основе имеющихся у предприятия объективных количественных данных можно оценить только ресурсную составляющую, для остальных составляющих таких данных не существует. Это и делает метод экспертных оценок ключевым при стратегическом анализе. Согласованность оценок экспертов оценивается с помощью коэффициента конкордации. Для стратегического анализа согласованность экспертов должна быть высокой, т.е. коэффициент конкордации должен находиться в диапазоне от 0,7 до 1. Эксперты могут давать свои оценки удаленно, основываясь на массиве данных об изменениях и текущем состоянии всех составляющих внутреннего потенциала предприятия, который накапливается в системе управления предприятием.

Анализ статического потенциала

Статический потенциал предприятий грузового автомобилестроения формируют следующие составляющие (см. рис.): ресурсы хозяйственной деятельности (материальные и нематериальные); технологии (управленческие, производственные); компетенции (управленческие, технические); организационные способности.

Для осуществления своей хозяйственной деятельности предприятиям необходимы некоторые ресурсы, а также различные технологии и соответствующие компетенции. В общей совокупности ресурсов статического потенциала материальные ресурсы преобладают над нематериальными. Технологии статического потенциала характеризуют способность предприятий осуществлять определенные виды деятельности, т.е. определяют их социально-физическую структуру. В то время как компетенции представляют собой совокупность навыков сотрудников предприятий, позволяющую осуществлять конкретные виды деятельности с определенным уровнем эффективности и результативности [11]. Кроме того, существенную роль для статического потенциала предприятий играют организационные способности, которые через различные процедуры определяют возможности предприятий к эффективному использованию ресурсов, имеющихся технологий и компетенций. Организационные способности имеют ключевое значение для статического потенциала предприятий, как основы получения ими стабильного конкурентного преимущества, и представляют собой неявное знание, органично вписанное во внутреннюю систему каждого конкретного предприятия и являющееся его неотъемлемой частью. По этой причине организационные способности очень трудно изменять и практически невозможно скопировать.

Анализ статического потенциала предприятий грузового автомобилестроения начинается с анализа его ресурсной составляющей. Информационной основой для этого служат основные формы бухгалтерской отчетности, такие как бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах, отчет о движении денежных средств. С использованием этих документов необходимо оценить и дать соответствующую экспертную оценку ресурсной составляющей по следующим направлениям: имущественное положение предприятия; финансовое положение предприятия; ликвидность предприятия; рентабельность предприятия; оборачиваемость ресурсов и источников ресурсов предприятия.

Каждое направление оценки состоит из ряда показателей, для расчета которых используются методики бухгалтерского анализа. Например, для оценки рентабельности предприятия грузового автомобилестроения используются такие показатели, как рентабельность продукции, рентабельность совокупного капитала, рентабельность собственного капитала, рентабельность основных средств и т.д. [2]. После оценки всех показателей, на основе общепринятых нормативных значений, а также на основе сравнения полученных значений со значениями прошлых периодов, экспертами дается общая оценка ресурсной составляющей статического потенциала, которая представляет собой рейтинговую оценку по пятибалльной шкале, чем она выше, тем качественнее у предприятия ресурсная основа его статического потенциала.

Анализ технологической составляющей статического потенциала предприятий грузового автомобилестроения начинается с определения перечня используемых каждым конкретным предприятием технологий. Для предприятий грузового автомобилестроения всю совокупность используемых на них технологий можно условно разделить на производственные и непроизводственные технологии. Как производственная, так и непроизводственная части технологической составляющей статического потенциала предприятия будут иметь свое высокое значение для успешного осуществления им хозяйственной деятельности в краткосрочном и среднесрочном периоде, и характеризоваться определенным набором ключевых технологий. После определения двух наборов ключевых технологий, с использованием экспертного метода, оценивается степень соответствия каждой технологии целям предприятия, после чего, по пятибалльной шкале, дается общая рейтинговая оценка соответствия технологической составляющей среднесрочным целям предприятия. Чем выше рейтинговая оценка технологической составляющей, тем больше это соответствие и наоборот.

Кроме обладания определенными технологиями, предприятиям важно еще и эффективно их использовать. Для эффективного использования той или иной технологии требуются определенные компетенции, которые будут составлять компетентностную составляющую статического потенциала предприятий грузового автомобилестроения. Анализ данной составляющей осуществляется в три основных этапа. На первом этапе определяются требуемые предприятию компетенции, на основе перечня ключевых технологий технологической составляющей. На втором этапе дается экспертная оценка соответствия имеющихся компетенций требуемым, для реализации ключевых технологий, компетенциям. Третий этап заключается в общей рейтинговой оценке компетентностной составляющей, которая дается экспертами по пятибалльной шкале, где высший балл означает полное соответствие имеющихся компетенций ключевым технологиям предприятия.

Наиболее сложной для анализа составляющей статического потенциала предприятий грузового автомобилестроения, в силу своего неявного характера, являются организационные способности. Организационные способности характеризуют способность предприятия интегрировать и применять имеющиеся компетенции и технологии, использовать и комбинировать их с ресурсами предприятия с получением определенного результата, выраженного в качественном и количественном приращении ресурсов [11]. Таким образом, оценивать организационные способности возможно только косвенным путем, а именно на основе совокупности ключевых технологий определить совокупность результатов, получаемых от реализации каждой технологии. Каждый результат имеет ряд определяющих его характеристик, имеющих соответствующее количественное выражение. Сравнивая количественные значения характеристик полученных результатов со значениями прошлых периодов, эксперты определяют степень их соответствия среднесрочным целям предприятия, после чего они дают общую рейтинговую оценку организационных способностей предприятия. Общая рейтинговая оценка также ставится по пятибалльной шкале, где высший балл означает максимальное соответствие результатов реализации ключевых технологий предприятия его целям.

Таким образом, после того, как получены экспертные рейтинговые оценки всех четырех составляющих, можно дать общую оценку статического потенциала предприятия грузового автомобилестроения. Итоговая рейтинговая оценка статического потенциала предприятия представляет собой сумму рейтинговых оценок его составляющих. Чем выше полученная оценка, тем сильнее статический потенциал предприятия, и тем более эффективна его хозяйственная деятельность и выше вероятность достижения предприятием среднесрочных целей.

Стратегический анализ статического потенциала позволяет сделать выводы о краткосрочной и среднесрочной устойчивости предприятий грузового автомобилестроения, но для понимания долгосрочных перспектив необходимо проанализировать еще и динамический потенциал, который определяет формирование, удержание и приращение стабильного конкурентного преимущества.

Анализ динамического потенциала

Анализ динамического потенциала предприятия заключается в оценке и анализе всех его составляющих (см. рис.). Динамический потенциал предприятий грузового автомобилестроения определяется следующими составляющими: ресурсы инновационной и инвестиционной деятельности; технологии, направленные на обучение, НИОКР и т.п.; компетенции, характеризующие эффективность обучения, НИОКР и т.п.; динамические способности; абсорбирующий потенциал.

Стратегический анализ динамического потенциала предприятия начинается с анализа его ресурсной составляющей, которая представляет собой совокупность ресурсов инновационной и инвестиционной деятельности предприятия. По своей структуре ресурсы динамического потенциала значительно отличаются от структуры ресурсов статического потенциала. Ресурсы динамического потенциала имеют долгосрочную ориентацию, в то время как ресурсы статического потенциала, в основном, обеспечивают текущую хозяйственную деятельность. Вместе они формируют единую ресурсную базу предприятия грузового автомобилестроения, и в этом качестве учитываются в его бухгалтерской отчетности. Ресурсы динамического потенциала всегда отражаются в первом разделе бухгалтерского баланса «внеоборотные активы», что отражает их долгосрочную направленность. Инновационную и инвестиционную деятельность предприятий грузового автомобилестроения, для которой и необходимы ресурсы динамического потенциала, характеризуют следующие статьи бухгалтерского баланса: нематериальные активы, результаты исследований и разработок, финансовые вложения и инвестиции. Стратегический анализ ресурсной составляющей динамического потенциала предприятия осуществляется в три этапа. На первом этапе осуществляется определение всего перечня ресурсов инновационной и инвестиционной деятельности предприятия, которые отражаются в указанных выше статьях бухгалтерского баланса. На втором этапе происходит сравнение количественных изменений каждого ресурса по сравнению с их значениями в прошлых периодах. На третьем этапе осуществляется экспертная оценка ресурсной составляющей динамического потенциала, исходя из динамики изменений всех ресурсов. Общая рейтинговая оценка ресурсной составляющей осуществляется по пятибалльной шкале, где минимальное значение отражает полное отсутствие ресурсов динамического потенциала, а максимальное значение соответствует положительному приросту этих ресурсов по всему имеющемуся перечню.

Для получения стабильного конкурентного преимущества предприятиям грузового автомобилестроения необходимо иметь определенный набор технологий, обладание которыми позволяет осваивать выпуск новой продукции, осуществлять различные организационные и управленческие преобразования, модернизировать имеющиеся производственные процессы, осваивать новые и т.д. Это будет возможно только при условии, что предприятие будет иметь технологии, обеспечивающие обучение сотрудников, осуществление научно-исследовательских разработок, конструирование и производство опытных образцов и проч. Именно такие технологии и формируют технологическую составляющую динамического потенциала предприятий грузового автомобилестроения. Стратегический анализ технологической составляющей заключается в определении и составлении перечня всех имеющихся у конкретного предприятия технологий, направленных на обучение и НИОКР, а также экспертной оценке степени соответствия каждой технологии долгосрочным целям предприятия. На основе выводов о соответствии имеющихся технологий долгосрочным целям предприятия, экспертами принимается решение об итоговой рейтинговой оценке технологической составляющей динамического потенциала предприятия, которая выставляется по пятибалльной шкале, где минимальное значение означает полное несоответствие имеющегося набора технологий долгосрочным целям предприятия, а максимальное значение говорит о его полном соответствии.

Кроме обладания технологиями, направленными на обучение, НИОКР и проч., необходимо еще и эффективное их использование. Компетенции динамического потенциала предприятия, формирующие его компетентностную составляющую, в значительной мере и будут определять эффективность использования технологий динамического потенциала. Стратегический анализ компетентностной составляющей начинается с аудита имеющихся у сотрудников предприятия компетенций в области обучения, разработки, конструирования и т.д. Экспертами определяется перечень требуемых компетенций для эффективной реализации имеющихся у предприятия технологий динамического потенциала, и сравнивается с перечнем имеющихся компетенций. В зависимости от степени соответствия требуемого набора компетенций и имеющегося, экспертами принимается решение об итоговой рейтинговой оценке компетентностной составляющей динамического потенциала предприятия грузового автомобилестроения. Общая рейтинговая оценка выставляется экспертами по пятибалльной шкале, где максимальная оценка означает полное соответствие имеющегося набора компетенций и требуемого набора для эффективной реализации технологий динамического потенциала, а минимальная оценка означает их полное несоответствие.

Еще одной составляющей динамического потенциала предприятий грузового автомобилестроения являются динамические способности. Динамические способности – это способности, которые позволяют предприятиям реагировать на изменения хозяйственной среды, посредством создания, интеграции и реконфигурации внутренних и внешних компетенций [6]. Динамические способности являются ключевой составляющей динамического потенциала предприятий, позволяющего предприятиям наращивать стабильное конкурентное преимущество, посредством конфигурирования и использования имеющихся у предприятий ресурсов, технологий и компетенций. Концепция динамических способностей по своей сути очень близка к концепции нового комбинирования ресурсов, что говорит о том, что динамические способности являются источником возникновения шумпетерианской ренты [6]. Таким образом, конечной целью обладания динамическими способностями можно считать создание и внедрение инноваций, благодаря которым предприятия способны получать эту дополнительную ренту.

Исходя из выше сказанного, стратегический анализ динамических способностей будет проводиться косвенным путем, а именно посредством анализа вновь внедренных инноваций и улучшений на предприятиях и результатов этого внедрения. В таком случае стратегический анализ динамических способностей будет состоять из следующих этапов: определения перечня инноваций во всех сферах деятельности предприятия; определение результатов от внедрения данных инноваций, их характеристик и количественных значений; оценка степени соответствия полученных результатов долгосрочным целям предприятия; общая рейтинговая оценка динамических способностей предприятия. Анализ динамических способностей будет тесно связан с инновациями предприятий и результатами реализации этих инноваций. На основании степени соответствия результата от каждой инновации целям предприятия экспертами выставляется итоговая рейтинговая оценка соответствия динамических способностей предприятия стратегическим целям предприятия. Данная оценка устанавливается по пятибалльной шкале, где максимальный балл соответствует полному соответствию, а минимальная оценка говорит об абсолютном несоответствии динамических способностей стратегическим целям предприятия.

Взаимосвязь динамического потенциала предприятий грузового автомобилестроения с внешней средой обеспечивается за счет такой составляющей динамического потенциала, как абсорбирующий потенциал. Абсорбирующий потенциал позволяет распознавать ценность новой информации, ассимилировать ее и коммерциализировать [11, с. 59]. Т.е., абсорбирующий потенциал представляет собой способность предприятий обнаруживать новое и полезное во внешней среде, внедрять это в свою хозяйственную деятельность и получать от этого определенный результат.

Стратегический анализ абсорбирующего потенциала предприятий грузового автомобилестроения основывается на косвенной оценке нематериальных активов предприятия, приобретенных во внешней среде с последующим выставлением общей рейтинговой оценки абсорбирующего потенциала, как составляющей динамического потенциала, на основе соответствия стратегическим целям конкретного предприятия. На первом этапе стратегического анализа абсорбирующего потенциала предприятия осуществляется формирование перечня нематериальных активов и инвестиций предприятия за последние пять лет, а также указывается их стоимость. На втором этапе описываются полезные результаты от каждого приобретенного нематериального актива и от каждой инвестиции по соответствующим статьям бухгалтерского баланса. Некоторые, из имеющихся активов и инвестиций могут не иметь результата в отчетном периоде, что не отменяет получение такого результата в будущем. Сумма стоимостей таких активов и инвестиций будет представлять собой значение потенциального абсорбирующего потенциала предприятия. В то же время, сумма стоимостей нематериальных активов и инвестиций, которые показали результаты в отчетном периоде, представляет собой значение реализованного абсорбирующего потенциала. Вместе сумма потенциального и реализованного абсорбирующих потенциалов составляют совокупный абсорбирующий потенциал предприятия грузового автомобилестроения, однако, при оценке абсорбирующего потенциала, в качестве составляющей динамического потенциала, будет использоваться только реализованный в отчетном периоде абсорбирующий потенциал. Третий этап подразумевает проведение экспертной оценки соответствия результатов нематериальных активов и инвестиций стратегическим целям конкретного предприятия, на основании которой дается общая рейтинговая оценка абсорбирующего потенциала предприятия. Общая рейтинговая оценка ставится по пятибалльной шкале, где минимальное значение говорит о полном несоот-

ветствии абсорбирующего потенциала стратегическим целям предприятия грузового автомобилестроения, а максимальное значение означает стопроцентное соответствие.

Исходя из полученных рейтинговых оценок всех пяти составляющих динамического потенциала, делаются выводы об общем состоянии динамического потенциала конкретного предприятия грузового автомобилестроения. Сумма оценок всех пяти составляющих будет представлять собой общую итоговую оценку динамического потенциала предприятия, на основе которой можно сделать выводы о его долгосрочных перспективах. Чем ближе полученная оценка к максимально возможному значению, тем сильнее динамический потенциал у предприятия, что будет являться серьезной предпосылкой для достижения им его стратегических целей в будущем. Соответственно, чем ближе полученная оценка к минимально возможному значению, тем слабее динамический потенциал предприятия и тем ниже шансы на достижение его стратегических целей.

Заключение

Стратегический анализ внутренних факторов предприятий грузового автомобилестроения заключается в оценке и последующем анализе составляющих их внутреннего потенциала, что позволяет делать выводы об их перспективах в долгосрочном периоде и о возможностях получения стабильного конкурентного преимущества. В свою очередь, внутренний потенциал предприятий состоит из статического и динамического потенциалов. Для получения стабильного конкурентного преимущества предприятию необходимо обладать хорошо развитым статическим потенциалом, как крепкой основы для осуществления текущей хозяйственной деятельности. На этой основе будет строиться формирование долгосрочного конкурентного преимущества предприятия для чего ему необходимо иметь развитый динамический потенциал, который позволяет успешно модернизировать и осваивать новые виды продукции, внедрять новые технологии, формировать компетентные команды сотрудников и искать источники дальнейшего развития во внешней и внутренней среде.

Таким образом, стратегический анализ внутренних факторов предприятия грузового автомобилестроения на основе ресурсно-ориентированного подхода позволяет собрать большое количество разнообразной информации о состоянии предприятия. В условиях современного развития цифровых технологий это позволит сформировать значительный внутренний массив данных, которые описывают прошлые и текущие состояния различных элементов системы, которую представляет собой предприятие, что делает возможным прогнозировать изменения отдельных составляющих, а также, в режиме реального времени, контролировать отклонения от намеченных целей при реализации текущих задач. Более того, важной предпосылкой для развития аналитики больших данных для стратегического анализа в отрасли является усиливающаяся цифровизация производимой продукции, с перспективой ее полной электронной автономности в ближайшем будущем. В этом случае появляется возможность формировать массивы данных по всей цепочке создания ценности: от производства до использования грузового автомобильного транспорта в рамках жизненного цикла продукции, где перспективным источником информации являются данные, собираемые в ходе удаленной диагностики автомобилей.

Однако, в рамках цифровой экономики, предприятия грузового автомобилестроения должны рассматриваться в качестве составной части единой цифровой экосистемы, сочетающей в себе всю совокупность отраслей и секторов экономики [24]. Постоянное использование, сформированного всеми экономическими субъектами, единого массива больших данных позволяет говорить о том, что добавленная ценность, ранее практически полностью формировавшаяся в границах конкретного предприятия или отрасли, теперь в значительной степени формируется вовне. Это отчетливо заметно на уровне нематериальных ресурсов предприятий, и в этом смысле, в условиях продолжающейся цифровой трансформации экономики, существенно возрастает значение динамического составляющей внутреннего потенциала предприятий, а также абсорбирующего потенциала, как одной из ключевых составляющих динамического потенциала предприятия. Все это говорит о том, что использование ресурсно-ориентированного подхода при стратегическом анализе внутренних факторов предприятий грузового автомобилестроения полностью оправдано, и актуальность данного будет только возрастать по мере дальнейшего усиления цифровизации экономических процессов.

Благодарности

Статья подготовлена при поддержке РФФИ, проект № 19-010-00257 «Методология анализа промышленных предприятий и отраслей нематериального производства в условиях информационного общества и цифровизации».

ЛИТЕРАТУРА

1. *Баженов О.В.* Бизнес-привлекательность предприятия как объект стратегического планирования и анализа // Экономика и предпринимательство. 2013. № 6. С. 475–477.
2. *Баженов О.В.* Теоретико-методологические аспекты стратегического анализа и прогнозирования деятельности предприятий медной промышленности: монография. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. 334 с.
3. *Ветрова Е.Н.* Анализ направлений развития стратегического потенциала промышленного предприятия // Научно-технические ведомости СПбГПУ. 2011. № 1. С. 92-98.
4. *Воловиков Б.П.* Стратегическое бизнес-планирование на промышленном предприятии с применением динамических моделей и сценарного анализа: монография. М.: ИНФРА-М, 2015. 222 с.
5. *Гуцыкова С.В.* Метод экспертных оценок: теория и практика: монография. М.: Институт психологии РАН, 2011. 144 с.
6. *Елисеева И.И., Платонов В.В.* Динамический потенциал – недостающее звено в исследовании инновационной деятельности // Финансы и бизнес. 2014. № 4. С. 102-110
7. *Елисеева И.И., Платонов В.В.* Концептуальный подход к ресурсно-ориентированному исследованию науки и научных организаций // Финансы и бизнес. 2013. № 4. С. 13-22.
8. *Зубарев А.Е.* Цифровая экономика как форма проявления закономерностей развития новой экономики // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2017. № 4 (47). С. 177-184.
9. *Иванова Ю.Н.* Методология стратегического планирования российских трансрегиональных корпораций: монография. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. 228 с.
10. *Каплан Р., Нортон Д.* Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты. М.: Олимп-Бизнес, 2005. 512 с.
11. *Карлик А.Е., Платонов В.В.* Современные направления исследования экономики предприятия и управления инновациями. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2013. 101 с.
12. *Карлик А.Е., Платонов В.В.* Аналитическая структура ресурсно-ориентированного подхода // Проблемы теории и практики управления. 2013. № 6. С. 26-37.
13. *Карлик А.Е., Платонов В.В.* Ресурсно-ориентированный подход в междисциплинарной перспективе // Финансы и бизнес. 2013. № 4. С. 4-12.
14. *Карлик А.Е., Платонов В.В., Тихонова М.В., Яковлева Е.А.* Факторы успеха в использовании больших данных как нового экономического ресурса // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2019. Т. 10. № 3. С. 380-394.
15. *Катькало В.С.* Методологические особенности и приоритеты развития ресурсной концепции стратегического управления // Экономическая наука современной России. 2003. № 2. С. 61-70.
16. *Катькало В.С.* Ресурсная концепция стратегического управления: генезис основных идей и понятий // Вестник СПбГУ. Сер. Менеджмент. 2002. Вып.4. С. 20-43.
17. *Катькало В.С.* Теория стратегического управления: этапы развития и основные парадигмы // Вестник СПбГУ. Менеджмент. 2002. Вып. 2. С. 3-21.
18. *Матвеева В.М.* Цифровая экономика: тренды и перспективы // Инновационное развитие социально-экономических систем: условия, результаты и возможности: сб. тр. науч.-практич. конф. Орехово-Зуево: ГГТУ, 2017. С. 98-104.
19. *Паньшин Б.Н.* Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Наука и жизнь. 2016. Т. 3. № 157. С. 17-20.
20. *Платонов В.В.* Стратегия ресурсного обеспечения инновационной деятельности. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999.
21. *Тис Д.Дж.* Выявление динамических способностей: природа и микрооснования (устойчивых) результатов компании // Российский журнал менеджмента. 2009. № 4. С. 59-108.
22. *Тис Д.Дж., Пизано Г., Шуен Э.* Динамические способности фирмы и стратегическое управление // Вестник С.-Петербургского ун-та. Сер. Менеджмент. 2003. Вып. 4. С. 133-185.
23. *Трачук А.В.* Концепция динамических способностей: в поиске микрооснований // Экономическая политика и хозяйственная практика. 2014. № 4 (67). С. 39-48.
24. *Koch T., Windsperger J.* Seeing through the network: Competitive advantage in the digital economy // Journal of Organization Design. 2017.
25. *Platonov V., Bergman J-P.* Cooperative networks in perspective of cross-border innovation dynamics // International Journal of Knowledge-Based Organizations. 2011. Vol. 1. № 1.
26. *Priem R.L., Butler J.E.* Is the resource-based «view» a useful perspective for strategic management research? // Academy of management review. 2001. Vol. 26. № 1. P. 22-40.

Кисляков А.Н.

ПОКАЗАТЕЛИ АСИММЕТРИИ В ЗАДАЧАХ ИЗУЧЕНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПРОДУКТА

***Аннотация.** В работе рассматривается концепция использования эффекта нарушения симметрии для оценки устойчивости развития рынков товаров и услуг на основе анализа результатов поведенческой активности пользователей продуктов. Разработанная методика основана на показателе асимметрии, который может быть полезен не только при оценке однородности выборки при построении регрессионных моделей, но и при оценке оптимального количества кластеров при решении задач кластеризации. применяться в целях прогнозирования и оптимизации ведения хозяйственной деятельности, а также для интерпретации закономерностей эволюции в социально-экономических системах, природных и биологических системах.*

***Ключевые слова.** Асимметрия, регрессионный анализ, кластерный анализ, теория графов, дендрограммы.*

Kislyakov A.N.

INDICATORS OF ASYMMETRY IN THE TASKS OF STUDYING THE BEHAVIORAL ACTIVITY OF PRODUCT USERS

***Abstract.** The paper considers the concept of using effect of the broken symmetry to assess the stability of the development of markets for goods and services based on the analysis of the results of behavioral activity of product users. The developed method is based on the asymmetry indicator, which can be useful not only for evaluating the sample homogeneity when constructing regression models, but also for evaluating the optimal number of clusters when solving clustering problems. It can be used for forecasting and optimization of economic activity, as well as for interpreting the laws of evolution in social and economic systems, natural and biological systems.*

***Keywords.** Asymmetry, regression analysis, cluster analysis, graph theory, dendrograms.*

Введение

Современное состояние исследований социально-экономических систем представляет собой процесс взаимного проникновения концепций, принципов, моделей и методов из смежных наук, что расширяет возможности для понимания явлений, происходящих в мире природы и человека [1, 2]. В условиях цифровизации рыночной экономики особую степень важности и актуальности приобретают задачи построения прогностических моделей эволюции рынков товаров и услуг, основанные на изучении поведения потребителей. Разумеется, принятие решений по развитию продуктов, позиционированию их

ГРНТИ 06.35.51

© Кисляков А.Н., 2020

Алексей Николаевич Кисляков – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры информационных технологий Владимирского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

Контактные данные для связи с автором: 601293, Владимирская обл., г. Суздаль, ул. Ленина, д. 32 (Russia, Vladimir reg., Suzdal, Lenin str., 32). Тел.: +7 904 261-57-18. E-mail: ankislyakov@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 03.04.2020.

на рынке, брендингованию и т.п. должно сопровождаться не только маркетинговыми исследованиями, но и более обширными исследованиями состояния рынков на предмет стабильности развития.

В этой связи, целью работы является разработка методика оценки устойчивости функционирования рынков товаров и услуг на основе результатов анализа поведенческой активности пользователей продуктов. Разработанная методика позволяет создавать математические модели и автоматизированные интеллектуальные системы поддержки принятия решений в целях повышения эффективности ведения хозяйственной деятельности в изменяющихся условиях.

Материалы и методы

Наиболее распространенными на сегодняшний день являются регрессионные прогностические модели, лежащие в основе большинства моделей интеллектуального анализа данных и машинного обучения, при создании которых возникает необходимость математического описания модели на основе обучающей выборки с большим количеством признаков-факторов и апробации созданной модели на основе тестовой выборки. Однако, зачастую возникают ситуации, когда при выполнении регрессионного анализа поведения клиентов модель хорошо работает на тестовой выборке, но показывает неудовлетворительные результаты на тестовых данных даже при кросс-валидации.

В этом случае сложность состоит не в переобучении модели, а в том, что в тестовой выборке существуют неочевидные закономерности, которые не учитываются при построении модели. Избежать данной ситуации позволяет ряд методов, таких как, например, ковариативный сдвиг, удаление смещенных признаков [3] и т.д. Однако, в большинстве случаев индикация и интерпретация именно этих закономерностей позволяет не только оценить качественные характеристики построенной модели, но и выявить основные направления развития продукта и отношения покупателей к нему, а также оценить устойчивость рынка продуктов с аналогичными характеристиками на основе изучения поведенческой активности его участников. При этом, реакция покупателей может зависеть от множества случайных факторов, нарушая баланс интересов участников рыночных отношений [4]. Это явление называется информационной асимметрией, и выражается в разной степени информированности групп «продавцов» и групп «покупателей» – пользователей продукта о состоянии рынка, что определяет различные поведенческие настроения и намерения участников рынка [5, 6].

Методы изучения явления информационной асимметрии [7] в контексте случайной изменчивости в поведении участников взаимодействия социально-экономической системы тесно связаны с вопросами изучения эволюционных процессов в биологических и природных системах, начиная с работ К. Присона, который изучал фундаментальные основы изменчивости в математических регрессионных моделях, до более поздних прикладных исследований в кристаллографии, где были разработаны метрики для оценки характеристики псевдосимметрии кристаллов, и целого ряда работ по биостатистике [8, 9], раскрывающих вопросы устойчивости эволюционных процессов на основе показателей асимметрии признаков биологических особей [10].

Однако математического аппарата теории статистики и возможностей построения и анализа регрессионных моделей в этом случае недостаточно. Теория графов в этом смысле обладает более обширными возможностями с точки зрения описания механизмов возникновения асимметрии, а также возможностей визуализации процессов. Одним из ключевых показателей, характеризующих явление нарушения симметрии в социально-экономических, живых и природных системах является флуктуирующая асимметрия [8,9]. Применительно к социально-экономическим системам асимметрия представляет собой случайные отклонения от устойчивого состояния системы, вызванные неспособностью эволюции социально-экономической системы точно следовать «программе», заложенной в экономической модели. Существуют показатели асимметрии [9], которые используются для характеристики стабильности развития системы и характеризуют степень вариативности (изменчивости) развития процесса в пределах нормы реакции системы.

В биостатистике реализационной изменчивостью характеризуются отличия между разными результатами реализации одной и той же наследственной программы [10]. Механизмы эволюции живых и социально-экономических систем в этом смысле схожи, ввиду того, что биологические, природные и социально-экономические системы являются открытыми, динамическими и стохастическими [11]. Поэтому при анализе асимметрии необходимо учитывать степень изменчивости признаков внутри групп элементов системы: так, модель взаимодействия участников рынка зависит от условий реализа-

ции одной и той же экономической модели в различных изменяющихся условиях. В благоприятных условиях внешней среды система развивается симметрично относительно всех субъектов взаимодействия – участников рынка, т.е. наблюдается симметрия и однородность признаков при описании процесса. Эта симметрия может быть выявлена при сравнении признаков внутри групп элементов системы на основе тестовой и обучающей выборки для регрессионной модели, путем сравнения на основе интегрального показателя симметрии.

Следует отметить, что относительно групп элементов системы и механизмов их взаимодействия симметрия может быть двухсторонней, центральной, трансляционной, функциональной и т.д. и зависит от контекста использования данного довольно широкого понятия. Мы в данной работе сосредоточимся на формах проявления асимметрии при наблюдении двух вариантов развития одного и того же процесса (рисунок 1), что является необходимым при исследовании качества регрессионных моделей.

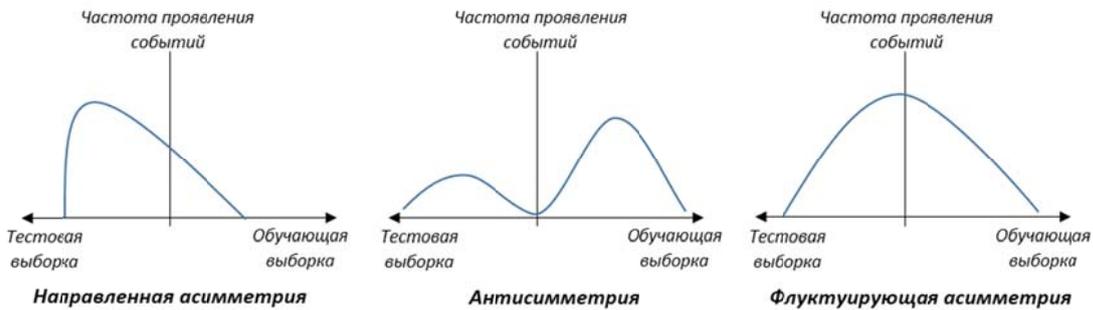


Рис. 1. Формы проявления асимметрии

При рассмотрении указанных форм проявления асимметрии применительно к моделям взаимодействия участников рынка очевидно, что в случае направленной асимметрии регистрируется преобладание определенных признаков сделки только в одной из групп событий. Это характерно в случае неверного разбиения всего множества событий на тестовую и обучающую выборку. В случае антисимметрии могут встречаться как отклонения в сторону тестовой, так и в сторону обучающей выборки, и эти отклонения встречаются чаще, чем однородное состояние признаков взаимодействий. Это характерно для моделей «власти продавцов» или «власти покупателей» [7], когда наблюдается дисбаланс в отношениях участников рынка, описание признаков которых выходит за рамки построенной модели, т.е. имеются скрытые факторы, оказывающие влияние на процесс и не учтенные в модели.

Наконец, в случае флуктуирующей асимметрии наиболее часто наблюдается и преобладает явление устойчивого однородного состояния признаков сделок в тестовой и обучающей выборке, при этом сильные отклонения встречаются гораздо реже, чем слабые. Таким образом, чем меньше показатель асимметрии, тем устойчивей развитие системы, чему способствуют: благоприятные условия развития бизнеса, здоровая конкурентная среда; «гибкость» социально-экономических условий ведения хозяйственной деятельности, которая выражается в сбалансированности бизнес-процессов; устойчивые механизмы регулирования отклонений ключевых показателей эффективности бизнеса.

Для оценки показателя асимметрии используется следующее выражение [10]:

$$\sigma_d^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (d_{l-t} - M_d)^2}{n-1}, \quad M_d = \frac{\sum_{i=1}^n d_{l-t}}{n}, \quad d_{l-t} = \frac{2(d_l - d_t)}{d_l + d_t}, \quad (1)$$

где σ_d^2 – показатель асимметрии, который рассчитывается как дисперсия различий между выборками относительно среднего различия; d_l и d_t – значение признака для обучающей и тестовой выборки; M_d – среднее различие между выборками по всем показателям; n – общее количество измерений.

Таким образом, с помощью показателя асимметрии оценивается степень отклонения от среднего в ряду закономерно повторяющихся реакций системы. Однако, различные группы элементов, объединенные общими признаками (кластеры), могут вести себя по-разному [12, 13]. Характеристики взаимодействия кластеров могут быть визуализированы с использованием направленного графа [14]. В этой связи случайная изменчивость морфологических признаков социального графа взаимодействия повышается при отклонении от условий оптимума и/или появлении большего количества случайных факторов [15].

Результаты и обсуждение

В качестве примера рассмотрим возможность кластеризации базы данных, содержащей признаки поведенческой активности клиентов. Выборка состояла из ста клиентов ($n = 100$) и нескольких признаков. Данная выборка состоит из идентификатора клиента и нескольких показателей по каждому из признаков, характеризующих сделки с этим клиентом. Каждый из этих клиентов является вершиной сетевого графа, а связи между этими вершинами характеризуются мерами схожести сделок каждой пары клиентов. Методика оценки устойчивости структуры взаимодействия между участниками рынка с использованием показателя асимметрии включает ряд этапов.

На первом этапе выполняется разбиение выборки на тестовую и обучающую (в каждой по 50 клиентов с векторами признаков сделок). Затем выполняется кластеризация тестовой и обучающей выборок на основе иерархических методов, реализующих следующие варианты объединения [14]:

1. Агломеративная кластеризация начинается с n кластеров, где n — число наблюдений: предполагается, что каждое из них представляет собой отдельный кластер. Затем алгоритм пытается найти и сгруппировать наиболее схожие между собой точки данных; так начинается формирование кластеров.

2. Дивизионная кластеризация выполняется противоположным образом: изначально полагается, что все n точек данных представляют собой один большой кластер, а далее наименее схожие из них разделяются на отдельные группы.

Результаты кластеризации в виде дендрограмм [14, 16] показаны на рисунке 2, а характеристики качества итеративного процесса разбиения на кластеры указаны в таблице.

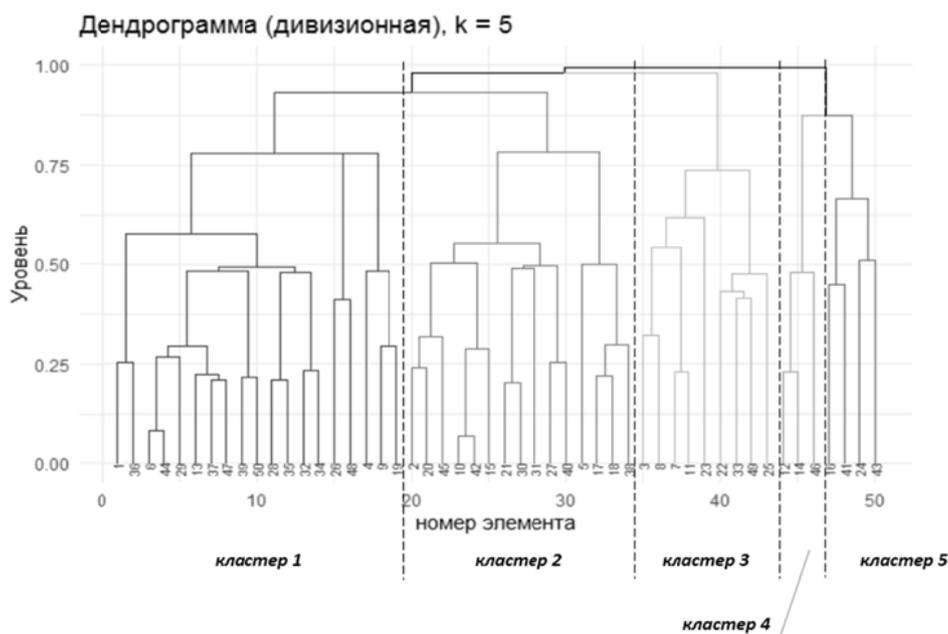


Рис. 2. Пример иерархической кластеризации дивизионным методом

На следующем этапе рассчитывается показатель асимметрии в соответствии с выражением (1) между тестовой и обучающей выборками по каждому из признаков. Для оценки вариативности показателя асимметрии необходимо выполнить сравнение его значений для различного количества кластеров (рисунок 3). Следует отметить, что показатели асимметрии рассчитывались после упорядочения как тестовой, так и обучающей выборок по результатам дивизионной и агломеративной кластеризации.

Из рисунка 3 видно, что порядок значений показателя асимметрии в обоих случаях схож и составляет 5,5–6,0 % для сравниваемых алгоритмов иерархической кластеризации, однако в случае агломеративной кластеризации наблюдается незначительное снижение показателя асимметрии до 4,0–4,5% для 4–6 кластеров. Это объясняется тем, что в соответствии с результатами исследований [17] именно такое количество кластеров оптимально для разбиения данной выборки и более ярко выражено для

алгоритма агломеративной кластеризации. Для оценки оптимального количества кластеров использовались следующие показатели: сумма квадратов расстояний между объектами внутри кластера и средняя ширина силуэта [13, 17]. В этой связи показатель асимметрии может быть полезен не только при оценке однородности выборки, но и при оценке оптимального количества кластеров [18].

Таблица

Характеристики качества процесса кластеризации

Показатель	Тип выборки							
	обучающая выборка				тестовая выборка			
номер итерации разбиения	2	3	4	5	2	3	4	5
количество элементов в выборке n	50	50	50	50	50	50	50	50
Дивизионная кластеризация								
сумма квад. расст. между наблюд. в класт.	9,51	7,46	5,94	5,30	10,20	8,22	7,47	6,23
сред. расст. между наблюд. внутри класт.	0,60	0,54	0,49	0,47	0,63	0,57	0,54	0,50
среднее расстояние между кластерами	0,75	0,74	0,70	0,70	0,74	0,73	0,72	0,71
средняя ширина силуэта	0,19	0,23	0,22	0,24	0,15	0,19	0,16	0,19
количество элементов в кластере № 1	43	34	19	19	40	18	10	10
количество элементов в кластере № 2	7	9	15	15	10	22	22	16
количество элементов в кластере № 3	0	7	9	9	0	10	8	8
количество элементов в кластере № 4	0	0	7	3	0	0	10	6
количество элементов в кластере № 5	0	0	0	4	0	0	0	10
Агломеративная кластеризация								
сумма квад. расст. между наблюд. в класт.	9,64	8,15	6,54	5,88	9,15	8,44	7,52	6,36
сред. расст. между наблюд. внутри класт.	0,61	0,55	0,51	0,49	0,59	0,57	0,54	0,50
среднее расстояние между кластерами	0,67	0,67	0,68	0,69	0,74	0,73	0,73	0,73
средняя ширина силуэта	0,09	0,11	0,15	0,16	0,20	0,16	0,16	0,19
количество элементов в кластере № 1	21	21	13	13	24	24	24	24
количество элементов в кластере № 2	29	20	20	20	26	11	7	7
количество элементов в кластере № 3	0	9	9	9	0	15	15	9
количество элементов в кластере № 4	0	0	8	6	0	0	4	6
количество элементов в кластере № 5	0	0	0	2	0	0	0	4

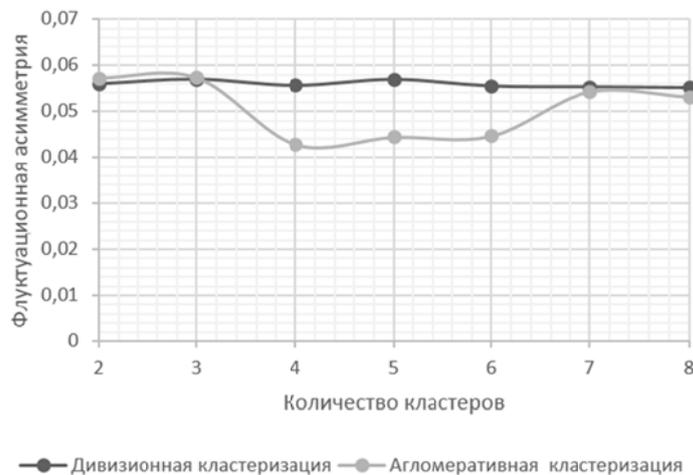


Рис. 3. Результаты расчета показателя асимметрии для различного количества кластеров

Кроме того, исследования показали, что при неверной интерпретации кластеров в тестовой и обучающей выборке показатель асимметрии может как увеличиваться, так и снижаться, что дает возможность оценить правильность интерпретации признаков групп разбиения. Однако, для определения формы про-

явления асимметрии необходимо провести дополнительное исследование изменения значения показателя асимметрии при различных вариантах разбиения групп на кластеры. Результаты таких экспериментов, проведенных с использованием метода Монет-Карло [19] для 5 кластеров приведены на рисунке 4 в виде статистической гистограммы распределения вероятностей появления различных значений показателя асимметрии. Случайное переупорядочение выполнялось для тестовой выборки.

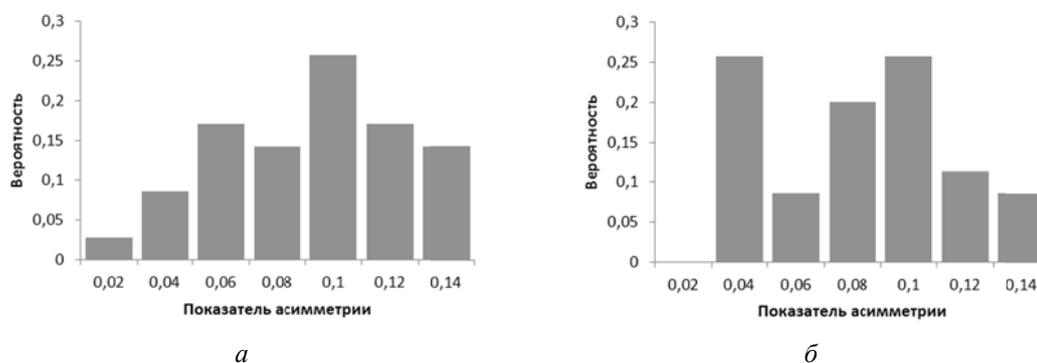


Рис. 4. Функция плотности вероятности распределения показателя асимметрии при различных вариантах разбиения тестовой и обучающей выборок для случая дивизионной (а) и агломеративной (б) кластеризации

Функции плотности вероятности распределения показателя асимметрии при различных вариантах разбиения тестовой и обучающей выборок, показанные на рисунке 4, позволяют сделать выводы о форме проявления асимметрии: в случае дивизионной кластеризации наблюдается направленная асимметрия в сторону увеличения значения показателя асимметрии, полученного при разбиении на 5 кластеров, равного 0,057. Это означает, что результат кластеризации позволяет улучшить разбиение выборок, снизив при этом показатель асимметрии.

В случае агломеративной кластеризации наблюдается случай проявления антисимметрии, при этом значения показателя асимметрии, полученное при разбиении на 5 кластеров, равное 0,044 совпадает с одним из наиболее вероятных интервалов значений показателя асимметрии, но существует еще один интервал значений показателя асимметрии, в котором вероятность имеет практически схожее значение и данный интервал также смещен в сторону увеличения значения показателя асимметрии.

В случае наиболее рационального разбиения должна наблюдаться флуктуирующая асимметрия, значение показателя которой будет совпадать с интервалом, имеющим наибольшую вероятность, и функция распределения вероятностей будет иметь симметричный вид. Результаты исследований позволяют сделать следующие выводы:

1. Показатель асимметрии при однородной выборке остается относительно стабильным при качественной кластеризации массива данных по нескольким признакам.
2. Флуктуирующая асимметрия наблюдается при наиболее рациональном варианте разбиения на кластеры при сбалансированных однородных выборках, но на практике встречается достаточно редко и является наиболее идеальным случаем.
3. Показатель асимметрии позволяет оценить качество кластеризации и выявить форму нарушения симметрии в выборках, а также при оценке оптимального количества кластеров.
4. Разработанную методику следует применять в целях повышения эффективности разработки и применения регрессионных моделей и алгоритмов кластеризации.
5. Исследованные свойства показателя асимметрии позволяют сделать вывод о полезности его применения в целях оценки устойчивости структур взаимоотношений на рынке товаров и услуг при анализе результатов кластеризации потребителей по вектору признаков.

Заключение

Наиболее актуальная проблема исследований эволюционных процессов на рынках товаров и услуг в условиях цифровизации, безусловно, требует исследования не только поведенческой активности пользователей продукта, но и исследования другой стороны процесса – анализа популярности групп продуктов по признакам. Разработанная методика позволяет решить и такую задачу, а математиче-

ский аппарат статистики и теории графов обладает универсальными подходами, позволяющими решать задачи на стыке многих областей знаний и более эффективно применять регрессионный и кластерный анализ для исследований явлений в сложных системах и создания математических моделей описания процессов, протекающих в них.

Благодарности

Исследование выполнено при поддержке гранта Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) № 18.07.00170.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Рау В.Г., Рау Т.Ф., Малеев А.В.* Статистические модели в квантовой физике, экологии и экономике. М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2015. 144 с.
2. *Рау В.Г., Поляков С.В., Рау Т.Ф., Фирсов И.В., Тогунов И.А.* Некоторые особенности применения групп нарушенной симметрии для «визуализации» процессов в природных, «живых» и социально-экономических системах // Региональная экономика: опыт и проблемы. Материалы XII международной научно-практической конференции (Гутманские чтения), 15 мая 2019 года. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2019. С. 11-119.
3. *Gupta S.* How (dis)similar are my train and test data. [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://towardsdatascience.com/how-dis-similar-are-my-train-and-test-data-56af3923de9b> (дата обращения 30.03.2020).
4. *Кисляков А.Н.* Метод виртуального увеличения выборки при прогнозировании редких продаж в условиях информационной асимметрии // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 1-2. С. 47-54;
5. *Рау В.Г., Кисляков А.Н., Тихонюк Н.Е., Рау Т.Ф.* Принцип нарушения асимметрии в моделях развития экономических систем опыт и проблемы // Региональная экономика: опыт и проблемы. Материалы XI международной научно-практической конференции (Гутманские чтения), 15 мая 2018 года. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2018. С. 201-211.
6. *Тихонюк Н.Е., Кисляков А.Н.* Экономические модели работы с асимметрией информации: эволюция подходов // Региональная экономика: опыт и проблемы. Материалы XI международной научно-практической конференции (Гутманские чтения), 15 мая 2018 года. Владимир: Владимирский филиал РАНХиГС, 2018. С. 236-244.
7. *Кисляков А.Н., Тихонюк Н.Е.* Модель ценообразования однородного рынка с учетом асимметричности информации // Инновационное развитие экономики. 2019. № 1. С. 93-100.
8. *Зорина А.А.* Методы статистического анализа флуктуирующей асимметрии // Принципы экологии. 2012. Т. 1. № 3. С. 24-47.
9. *Зорина А.А.* Формирование флуктуирующей асимметрии в процессе индивидуального развития *Betula pendula* // Принципы экологии. 2014. № 4. С. 31-52.
10. *Баранов С.Г., Бурдакова Н.Е.* Оценка стабильности развития. Методические подходы. Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. 72 с.
11. *Олифир Д.И.* Городская агломерация как сложная самоорганизующаяся система с диссипативными свойствами // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2020 № 1 (121). С. 73-78.
12. *Демидова Л.А., Степанов М.А.* Подход к решению задачи выявления структурных трансформаций в группах временных рядов // Cloud of Science. 2019. Т. 6. № 2. С. 201-226.
13. *Якимов В.Н., Шурганова Г.В., Черепенников В.В., Кудрин И.А., Ильин М.Ю.* Методы сравнительной оценки результатов кластерного анализа структуры гидробиоценозов (на примере зоопланктона реки Линда Нижегородской обл.) // Биология внутренних вод. 2016. № 2. С. 94-103.
14. *Murtagh F., Contreras P.* Methods of Hierarchical Clustering. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://arxiv.org/pdf/1105.0121.pdf> (дата обращения 30.03.2020).
15. *Tripathi S., Bhardwaj A., Poovammal E.* Approaches to Clustering in Customer Segmentation // International Journal of Engineering & Technology, 2018. Vol. 7 (3.12). P. 802 -807.
16. *Kassambara A.* Practical Guide to Cluster Analysis in R: Unsupervised Machine Learning (Multivariate Analysis). Volume 1. CreateSpace Independent Publishing Platform, 2017. 188 p.
17. *Hastie T., Tibshirani R., Friedman J.* The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction. Springer, 2017. 745 p.
18. *Кисляков А.Н.* Интеллектуальный анализ потребительского спроса в условиях информационной асимметрии // Современная экономика: проблемы и решения. 2019. № 10 (118). С. 8-17.
19. *Кисляков А.Н.* Имитационное моделирование оптимальной цены предложения в контрактной системе государственных и муниципальных закупок // Управленческое консультирование. 2019. № 5 (125). С. 53-62.

Лыгина Н.И., Пьянова Н.В., Алекса Е.А.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМЫ НА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Аннотация. Реклама, как отображение нынешней эпохи глобальных информационных технологий, приобретает все более специфические черты. Сегодня она представляет собой целую отрасль деятельности, результаты которой оказывают влияние практически на все сферы жизни человеческого общества. В данной работе анализируется воздействие современной рекламы на подсознание человека, а также приводятся способы предотвращения данного воздействия на психику. Излагаются основные эмоционально окрашенные характеристики сообщения в рекламе, влияющие на психические структуры человека.

Ключевые слова. Потребитель, реклама, маркетинг, психология рекламы, товары и услуги, влияние, рекламодатель.

Lygina N.I., Pyanova N.V., Aleksa E.A.

PSYCHOLOGICAL IMPACT OF ADVERTISING ON CONSUMERS

Abstract. Advertising, as a representation of the current era of global information technologies, is becoming more and more specific. Today, it is a whole field of activity, the results of which have an impact on almost all spheres of human society. This paper analyzes the impact of modern advertising on the human subconscious, as well as provides ways to prevent this impact on the psyche. The main emotionally colored characteristics of a message in advertising that affect a person's mental structures are described.

Keywords. Consumer, advertising, marketing, psychology of advertising, goods and services, the impact of the advertiser.

Введение

В современном мире реклама стала неотъемлемой частью жизни общества, все более расширяя свои границы с помощью как самих производителей, так и профессиональных агентств, она представляет собой сложное социальное явление, не просто бизнес, а значительное массовое явление, выступает основным инструментом маркетинговой коммуникации, целью которого является создание правильного позиционирования бренда и продуктов компании на рынке потребителей [10, с. 342]. Преобразования современных, стремительно изменяющихся условий общества, формирование элемента ориентации производства на потребителей вызвали невероятно широкое и интенсивное развитие ее характеристик, средств распространения, форм, видов и типов.

Используемые средства рекламы многообразны, многие из них технически совершенны, обладают непростой классификацией согласно назначению, месту применения, характеру употребления, степени эмоционального и психологического влияния на людей. Реклама влияет на все сферы жизни обще-

ГРНТИ 06.81.55

© Лыгина Н.И., Пьянова Н.В., Алекса Е.А., 2020

Нина Ивановна Лыгина – доктор экономических наук, профессор, независимый исследователь (г. Орёл).

Наталья Викторовна Пьянова – кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева.

Алекса Елизавета Александровна – специалист факультета технологии предпринимательства и сервиса Орловского государственного университета им. И.С. Тургенева.

Контактные данные для связи с авторами (Лыгина Н.И.): 302040, Орел, ул. Максима Горького, д. 44 (Russia, Orel, Maxim Gorky str., 44). Тел.: 8 (910) 748-65-40. E-mail: lyginani@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 16.02.2020.

ства, она проявляется: в производственной сфере (как средство сбыта произведенной товарной продукции); в нравственно-правовой среде (в роли оружия пропаганды правовых и этических норм); в культурно-образовательной среде (роль инструмента просвещения); в социальной сфере (коммуникативную функцию) [12].

Следует учесть, что со временем взгляды рекламистов на роль и задачи «двигателя торговли» в экономике существенно изменились [3, с. 305-307]. В одном случае, реклама доносит сообщение, необходимое для совершения покупки, а в другом – совмещает свою информативность с убеждением, оказывая на человека психологическое воздействие. Вследствие этого, наиболее важным представляется изучение и анализ психологических особенностей аудитории для эффективного функционирования рекламы.

Очень часто люди разделяют убеждение, что реклама воздействует не на всех. Специалисты, по итогам исследования, фиксировали, что реклама напрямую не влияет на отношения людей друг с другом. Изменение поведения по отношению к окружающим признают только 12% респондентов. На самом деле, влияние идет совершенно на всех лиц, более того попадают даже очень высоко осознанные люди, которые знают о таком воздействии. В качестве иллюстрации представим, что нам часто и упорно рекламируют один и тот же продукт, который нам не нужен. Приходя в магазин, человек видит этот товар, он кажется ему знакомым. В итоге, у него возникает преимущественное доверие к данной продукции, она выделяется среди остальных. В ходе исследований было зафиксировано, что наибольшее влияние реклама оказывает на людей в возрасте от 12 до 14 лет. Они стремятся к поведению, которое навязывает им реклама, меняя свои взгляды на социальные и гражданские ценности.

Цель данной работы заключается в анализе воздействия рекламы на психику человека. Эффект рекламного сообщения во многом зависит от того, насколько при его создании ведется учет реакций на рекламу индивидуального и массового сознания. Сейчас существует как отдельная отрасль в маркетинге, так и новый раздел в психологии, которые занимаются оценкой нужд и ожиданий рынка, разработкой стратегий, приемов, методов влияния на аудитории с целью активизирования спроса на подлежащий сбыту товар или услуги [4, с. 67].

Методы рекламного воздействия

Анализ литературных данных дает основание полагать, что изучением рекламы занималось большое количество ученых. Первые исследования, посвященные вопросам рекламы, появляются еще в XIX-XX веках. Это были исследования, носившие описательный характер практической рекламной деятельности. Однако, уже в то время можно было обнаружить попытки систематизировать опытные данные и сделать научные обоснования. Вопросам влияния рекламы посвящены работы как зарубежных, так и отечественных ученых (Н. Березовская, Б. Бернбах, И. Бенгейм, В. Васильчук, Н. Гончарук, А. Дубяга, В. Колесников, Д. Рисмен и др.). В то же время, многие аспекты, связанные с влиянием рекламы на сознание, еще полностью не изучены, поэтому данная тема является актуальной и требует повышенного внимания.

В целом, механизм психологического воздействия состоит из собственных методов и инструментов. Стоит отметить, что первостепенная задача — это обеспечение правильной интерпретации объявления и сохранение в сознании его содержания на максимально длительное время, а также формирование предрасположенности к конкретным компаниям и торговым маркам [9]. Специалистами были зафиксированы 5 скрытых импульсивных факторов, которые заставляют человека покупать вновь и вновь: (1) страх потери, то есть исключительное предложение или скидка должны быть ограничены по времени или количеству; (2) ощущение безотлагательности, которое создается по схеме «сейчас или никогда»; (3) «эффект Джонсов» (т.е.: «А ваш сосед у нас это уже купил...») – для людей характерно прислушиваться к мнениям друзей, знакомых; (4) отсутствие обеспокоенности и равнодушия; (5) фактор жадности, желание купить всего больше, вкладывая меньше.

Основными методами, влияющими на психические структуры человека, как на сознательном, так и на бессознательном уровне являются:

- метод убеждения. Его суть состоит в том, чтобы с помощью аргументации, направленной на стремление к комфорту, карьере, выгоде, любви к развлечениям, на чувство долга, позиционировать данный товар и настоять на его приобретении;
- метод информирования. Характерная черта данного приема – сохранение информации рекламного материала в памяти. Этот метод не имеет эмоциональной окраски, не обращается к личности, ее ценностям, потребностям и интересам. Главное – поиск фактов, которые являются выгодными [6];

- метод побуждения. На практике реализуется через побудительные слоганы, девизы, призывы. Например: «Только сейчас», «Приходите и узнаете о бесплатных призах»;
- метод внушения. Внушение направлено на восприятие информации без предоставления аргументов, логических выводов, доказательств. Данный способ делает упор на чувства и эмоции человека, а не на его характер, волю и разум. Результативность данного метода зависит от степени ослабления сознательного контроля, помимо того, у каждого человека разная степень внушаемости и способности подчиняться. Например, женщины более внушаемы нежели мужчины, т.к. у них психологические барьеры не столь прочные, поэтому их легче убедить, обмануть, заинтересовать, увлечь;
- метод гипноза. Это – менее часто используемый способ, тесно связанный с манипуляцией. Относительно наведения гипнотического состояния в рекламе имеется довольно много работ, создано немало методик, применение которых теоретически возможно, но эффективность их остается под вопросом и зависит от большого количества факторов;
- метод нейролингвистического программирования. Он базируется на свойстве каждого человека к домысливанию, подсознательному стремлению создавать смысловые конструкции, соответствующие миропониманию и ожиданиям [2, с. 234].

Также следует упомянуть такие методы, как патриотический, психоаналитический, лингвистического манипулирования (использование особенностей речи), подражания и другие. Замечена закономерность, что информация о рекламируемом товаре, услуге, человеке, организации и пр. оказывается практически всегда положительной – это все потому, что при покупке удовлетворяются многочисленные физиологические и духовные потребности.

Психологические аспекты рекламного воздействия

Дизайн рекламы – это «закладка первого камня», которая формирует предпосылки для количества откликов в заключительном анализе эффективности рекламы. В первую очередь, реклама должна быть видна и понятна широкому кругу потенциальных потребителей. Выделяют следующие эффективные приемы для визуального оформления рекламы.

1. Учет влияния цвета. Маркетологи утверждают, что 60% успеха рекламы зависит именно от цветового решения. Цвет содействует акцентированию внимания на конкретных пунктах объявления с помощью визуальных иллюстраций достоинств изделий. Изучения фокус групп и цветовой гаммы в сфере психологии рекламы цветовой памяти фиксируют некоторые закономерности по отношению к определенным видам продукции [8]. Даже обычное печатное или написанное от руки объявление, наиболее притягивает, если сделано на цветной бумаге или с использованием цветных карандашей. Сегодня цвет в оформлении выполняет множество различных функций, он не только привлекает внимание, но и формирует позитивное настроение или выделяет определенные характеристики и свойства.

Например, принято считать, что разные цвета символизируют различные состояния и вызывают специфические ощущения у потребителей: желтый – оптимизм, он чаще используется в жизнерадостной детской рекламе или для привлечения внимания к витрине; красный – энергичный, учащает сердцебиение, применим во время акций; синий – создает чувство надежности; зеленый – хорошо воспринимается глазом, это тон спокойствия, природы и экологии, подходит для зон отдыха; оранжевый – агрессивный, ориентирован на импульсивную аудиторию, создает призыв к действию; черный – цвет власти и величия, подходит для категории люкс; розовый – романтичный, предпочтителен для женщин; белый – чистота, светлые эмоции, оттенок доверия. Замечено, что при изменении цвета бренда, меняется и целевая аудитория;

2. Учет взаимосвязи формы и влияния. Маркетологи часто пользуются некоторыми приемами, чтобы заинтересовать целевую аудиторию, с опорой на формы, придаваемые предмету восприятия. Иначе говоря, эффективный способ – подчеркивание той или иной характерной черты одного компонента среди других. Например, выступающий угол многоугольника оказывается точкой фиксации внимания. Существенно и то, что если даже форма не предметная, она в значительной степени придает интерес и притягивает взгляд [5, с. 34]. Сказываются на восприятии рекламного материала формы линий. Как правило, прямым характерно олицетворение с умиротворенностью, тишиной, четкостью или солидарностью, а кривым, извитым – с роскошью, изысканностью и произвольностью;

3. Акцент на влиянии корпоративной символики. Товарный знак – важный элемент для компании. Он служит обозначением словесным, изобразительным, комбинированным или другим, следовательно, это «путеводная звезда» для покупателя, необходимая для индивидуализации продукции [11]. Зафиксировано, что высокой побудительной силой за счет формирования чувства уверенности, располагают названия-аббревиатуры. Присутствует также мнение, что некоторые знаки и марки имеют некий магический смысл.

Помимо указанных, широко используются и иные – основанные на психологии – рекламные приемы. Например, это привлечение ярких моделей, когда это уместно; увеличение числа слов, которые передают эмоции; увеличение разнообразия цветовых оттенков для передачи большего количества информации; использование необычных шрифтов; использование коротких предложений, содержащих одну простую концепцию с утвердительными высказываниями и т.д.

Психологию рекламы сложно недооценить, ведь исходя из нее формируются потребности и предпочтения на подсознательном уровне. Несомненно, есть группы, которые критикуют рекламу, говоря, что она формирует мнение у кого угодно, но не у них. Почти каждый считает себя ее знатоком, что неудивительно, но, в то же время, в магазине эти люди почему-то выбирают именно тот продукт, который несколько раз увидели по телевизору. Неоднократно увиденная реклама прочно «западает» в память потенциальной аудитории и может оказать воздействие на выбор людей помимо их воли.

Выводы

Рекламу по праву считают одним из мощнейших средств воздействия на массовое сознание. Реклама все чаще вмешивается в нашу жизнь, управляя нами на осознанном и бессознательном уровнях. Оригинальные и креативные методы рекламы дают шанс выделиться среди конкурентов, заинтересовать потенциальную аудиторию, активизировать сбыт. Список таких разработок не заканчивается на описанных методах, он достаточно обширный и не может быть рассмотрен в рамках одной статьи. Приемы психологического воздействия в рекламе все больше совершенствуются и распространяются. В этой связи данная проблематика требует дальнейшего изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быков И. Лояльность потребителей и эффективность брендинга в современных условиях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.tm2brand.narod.ru/loyalnost.html2> (дата обращения 27.01.2020).
2. Дули Р. Нейромаркетинг. Как влиять на подсознание потребителя. М.: Попурри, 2015. 336 с.
3. Дю Плесси Э. Психология рекламного влияния. Как эффективно воздействовать на потребителей. СПб.: Питер, 2007. 272 с.
4. Измайлова М.А. Психология рекламной деятельности. М.: ИТК «Дашков и Ко», 2008. 416 с.
5. Котлер Ф., Триас де Без Ф. Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей. СПб.: Нева, 2004. 192 с.
6. Методы рекламного воздействия. М., 2015.
7. Особенности психологического воздействия рекламы на потребителя. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mirznanii.com/a/138671-1/osobennosti-psikhologicheskogo-vozdeystviya-reklamy-na-potrebitelya> (дата обращения 27.01.2020).
8. Использование цвета в рекламе. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-tsveta-v-reklame> (дата обращения 27.01.2020).
9. Особенности психологического воздействия рекламы на потребителя. М., 2018.
10. Костина А.В., Макаревич Э.Ф., Карпухин И.О. Основы рекламы. М.: КНОРУС, 2006. 352 с.
11. Попова А.В., Бородачева Н.В. Влияние рекламы на психику современного человека // Юный ученый. 2019. № 3.1. С. 80-81.
12. Реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций: определение, виды, функции. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://studopedia.org/8-197866.html> (дата обращения 28.01.2020).

Клишин А.И.

ОСНОВНОЙ ВОПРОС ПРАКТИКИ И ТЕОРИИ ПЕРЕВОДА. ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Аннотация. Рассуждения, излагаемые в данной статье, касаются вопроса о возможности перевода, путей развития переводоведения и методов интро- и ретроспекции как средств, проливающих свет на принятие переводческих решений в практике перевода.

Ключевые слова. Возможность перевода, метод интроспекции, метод ретроспекции, оптимальное решение.

Klishin A.I.

A BASIC PROBLEM OF PRACTICE AND THEORY OF TRANSLATION. THE DISTANT PAST AND CURRENT STATE OF AFFAIRS

Abstract. The argument of the article refers to possibility of translation, ways of development of theory of translation and methods of introspection and retrospection as means of throwing some light of on making translation decisions in practice of translation.

Keywords. Possibility of translation, method of introspection, method of retrospection, optimal decision.

Введение

Проблема переводимости и связанная с нею проблема качества перевода в течение многих столетий были в центре внимания известных исторических личностей, осуществлявших переводы на практике, начиная с времен Цицерона и публикации Joachim Du Bellay (1522-1560), изданной порядка пятисот лет назад, в которой содержится вывод о невозможности точного перевода художественных и поэтических текстов с одного языка на другой [8, с. 87-89]. Не утратил этот вывод своей актуальности и на современном этапе.

Проблемы переводимости и качества перевода: общая характеристика

А.Д. Швейцер отмечает, что точный перевод едва ли возможен [12, с. 110]. В XXI веке в ряде работ излагаются обоснования невозможности осуществления точного перевода произведений художественной литературы, так как исходный текст и переводной текст представляют собой принципиально разные объекты, дистанцированные один от другого разными видами асимметрии, такими как языковая, речевая, лингвокультурная, коммуникативно-психологическая [7, с. 226]. Перечень видов асимметрии можно продолжить, включив в него также графическую, пунктуационную гендерную и т.д.

Таким образом, в течение порядка пятисот лет – если за точку отсчета принять публикацию Du Bellay – тезис о невозможности точного перевода художественных и поэтических произведений

ГРНТИ 16.31.41

© Клишин А.И., 2020

Александр Иванович Клишин – доктор филологических наук, профессор кафедры английского языка Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: 8 (812) 310-87-25. E-mail: dept.keel2@unecon.ru.

Статья поступила в редакцию 01.03.2020.

не утрачивал своей актуальности. В этой связи примечательным представляется наблюдение О.И. Костиковой о том, что «С момента возникновения перевода до настоящего времени переводчики решают аналогичные задачи, споря об одних и тех же проблемах» [9, с. 15].

Что касается современной научной мысли, то она добыла лишь научно обоснованные доказательства, подтверждающие тезис, сформулированный почти пять веков тому назад. Так, Ю. Лотман пишет, что возможность перевода некоторого текста с языка моего «я» на язык твоего «ты» обусловлена лишь частичным пересечением кодов участников коммуникации, а это предполагает потерю части сообщения, и «я» подвергается трансформации в ходе перевода на язык «ты» [10, с. 653]. Такое определение носит достаточно общий характер, однако оно предполагает наличие некой сферы ментальной деятельности в сознании переводчика, в пределах которой и происходит осуществление перевода с языка моего «я» на язык твоего «ты».

Отдельные современные исследователи изучают данный вопрос через призму нейропсихолингвистики. Так, согласно выводам автора одной докторской диссертации, о «точном» в математическом смысле слова переводе не может быть речи, поскольку «любой смысл, вкладываемый во внешнюю речь, – это ... прошедшая через когнитивные структуры значимость – значимость, которая не может быть тождественной у двух индивидов внутри одной культуры, не говоря об интеркультуре» [5, с. 253]. Автор, основываясь на нейропсихолингвистике, отмечает далее, что тождество при переводе возможно только при идентичной активации нейронных соединений в сознании отправителя и получателя сообщения, а это достижимо только в вымышленном мире [5, с. 303].

В теоретической литературе по переводоведению иногда можно встретить словосочетание «черный ящик», благодаря которому переводчиком осуществляются переводы, многие из которых признаны верхом совершенства переводческого мастерства. Заслуживают изучения с точки зрения практики и теории перевода переводные произведения В.М. Топер (1890-1964), С.Я. Маршака (1887-1964), И.Ф. Анненского (1856-1909), Б.Л. Пастернака (1890-1960), Р.Я. Райт-Ковалевой (1898-1998).

Следует также назвать имя английской переводчицы произведений русской классической литературы – Констанс Гарнетт (1862-1946). Благодаря ей англоязычные страны познакомились с произведениями В.Г. Короленко, И.А. Гончарова, И.С. Тургенева, Н.В. Гоголя, Ф.М. Достоевского, А.П. Чехова. Возвращаясь к имени В.М. Топер, следует привести оценку ее перевода романа Э. Хэмингуэя «Фиеста» Норой Галь: «Сегодня каждая строка романа в русском переводе кажется такой естественной, что, пожалуй, подумаешь: да ведь это само собой разумеется, иначе и сказать нельзя» [4, с. 55].

Механизм принятия переводческих решений

Представляется, что основным вопросом теории и практики перевода является то, *КАК* осуществляются переводы-шедевры. Успешность выполненного перевода определяется адекватной, реалистичной, полноценной и т.д. передачей слов, словосочетаний, предложений, сверхфразовых единств и текста оригинала в целом средствами языка перевода, а все это зависит от принятия переводческих решений. Таким образом, исследование практики принятия переводческих решений способно пролить определенный свет на процессы, протекающие в ходе перевода в так называемом черном ящике переводчика, или его профессиональном сознании.

По нашему мнению, исследование такого рода может проводиться за счет применения двух методов, а именно, интроспективного и ретроспективного. Метод интроспекции (от латинского *introspecto* – смотрю внутрь), то есть, самонаблюдения [1, с. 343] представляет собой сознательное фиксирование переводчиком хода своих рассуждений в процессе выработки им переводческого решения, касающегося передачи на языке перевода слова, словосочетания и т.д. оригинала.

На наш взгляд, принятие переводческого решения является важнейшей составляющей процесса перевода, так как именно удачные переводческие решения определяют степень качества перевода, как результата деятельности переводчика. Ниже предлагается описание возможного алгоритма выработки переводческого решения с использованием метода интроспекции. Такой алгоритм может быть представлен в виде ряда следующих шагов:

1. Концентрация внимания на фрагменте (слове, словосочетании и т.д.) переводимого текста;
2. Выстраивание совокупности лексических средств языка перевода для передачи избранного фрагмента переводимого текста на языке перевода. Такая совокупность выстраивается за счет собственного словарного запаса переводчика и использования словарных источников;

3. Оценка степени пригодности каждого лексического средства языка перевода путем анализа микро-, макроконтраста переводимого произведения, а также собственных фоновых знаний;

4. Выбор лексического средства языка перевода, которое, с точки зрения переводчика, способно со значительной степенью адекватности выразить коммуникативную интенцию отправителя информации, то есть автора переводимого произведения, и произвести соответствующий коммуникативный эффект на получателя.

Проиллюстрируем процедуру принятия переводческого решения на конкретном примере.

I took five minutes to shake down the place but wasted each minute [14, p. 168]. Предположим, что внимание переводчика сосредоточено на передаче средствами русского языка глагола *to shake down*. Основные значения данного глагола – *вымогать деньги путем угроз* и *тщательно искать*. Так как микроконтекстными показателями являются словосочетания *five minutes* и существительное *the place*, указывающие на ограниченный отрезок времени и некое физическое пространство, то переводчик однозначно останавливает выбор на втором приведенном выше значении.

Разветвленная система флексий русского языка предлагает следующую морфологическую парадигму глагола *искать* – *обыскивать, производить обыск, отыскивать, вести поиск, разыскивать*. В словаре И.Р. Гальперина содержится также и синоним *обшаривать* [3, с. 409]. Такой достаточно широкий выбор лексических средств русского языка может быть дополнен за счет фоновых знаний переводчика глаголом сниженного разговорного стиля (*обшмонать*, используемым в криминальных кругах). Перед переводчиком возникает проблема выбора из выявленного репертуара лексических средств оптимального варианта.

Решая данную проблему, переводчик оценивает степень пригодности каждого варианта. Глаголы *обыскивать* и *производить обыск* не соответствуют макроконтраксту произведения в целом. Персонаж, о котором идет речь в произведении, является агентом спецслужбы, действующим без прикрытия, у которого, естественно, нет ордера на осуществление данных действий. Глагол *отыскивать* противоречит контексту предложения, поскольку результаты поиска ни к чему не привели. Глаголы *вести поиск* и *разыскивать* также неприемлемы, так как контекст предложения свидетельствует о том, что поиск, длившийся пять минут, завершен. Неприемлем также и глагол (*обшмонать*, используемый в криминальной среде, к которым данный персонаж не принадлежал). Таким образом, наиболее рациональным представляется выбор глагола *обшарить*, относящегося к разговорному стилю и указывающему на тщательность поиска, предпринятого неофициально и по собственной инициативе. В словаре Longman дефиниция одного из значений глагола *to shake down* содержит компонент *thoroughly* – *тщательным образом* [13, p. 1406]. Учитывая все сказанное выше, перевод анализируемого предложения можно представить в следующей форме: *За пять минут я обшарил все помещение, однако это было потерянное время*.

Обратимся к обсуждению метода ретроспекции (от латинского *retro* – назад и *specio* – смотрю) [2, с. 53]. В современном переводоведении имеются публикации, затрагивающие применение данного метода, впрочем, он не называется при этом ретроспективным. Речь в таких публикациях идет о соотношении формы и содержания подлинника или оригинального текста с формой и содержанием его перевода или переводов. Среди сравнительно недавних работ на данную тему можно назвать публикацию Н.М. Димитровой, в которой выделяется четыре типа соотношения, а именно [6, с. 167]:

1. Сглаживание, обезличивание своеобразия подлинника в соответствии с требованиями определенного литературного направления и литературной нормы языка перевода;
2. Точное воспроизведение отдельных частей подлинника вопреки требованиям языка перевода;
3. Искажение своеобразия языка подлинника вопреки требованиям языка перевода; искажение своеобразия подлинника за счет произвольной замены переводчиком одних особенностей оригинала другими;
4. Полноценная передача своеобразия подлинника и требований языка перевода.

Иначе говоря, первый тип соотношения укладывается в рамки подхода, именуемого термином «доместикация», второй тип – «форенизация», третий тип может относиться к так называемому «вольному переводу» или «украшательному», идейным вдохновителем которого был Вольтер. Что касается четвертого типа, то – как дипломатично указывает А.Д. Швейцер – это далеко не всегда достижимый идеал [12, с. 110].

Независимо от стратегии, выбранной переводчиком, приоритетная роль, как представляется, отводится принятию переводческого решения, направленного на передачу на языке перевода какого-либо отрезка исходного текста. Естественно, что переводческие решения в обобщенном плане можно разграничить на «более оптимальные», передающие, как говорил В.Гумбольдт, дух оригинального текста, и «менее оптимальные». В данном случае условимся считать, что «степень оптимальности» определяется специалистами в области практики и теории перевода.

Покажем применение ретроспективного метода на примере перевода отдельных отрезков повести Дж. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки», переводчиками М. Салье, М. Донским, Э. Линецкой, М. Силантьевым. Анализ переводческих решений и комментарии принадлежат московскому лингвисту Н.К. Цыбе [11, с. 425-435].

Одной из самых значительных трудностей, возникающих у переводчика, является передача комического эффекта на языке перевода. В указанном произведении повествование идет о путешествии трех лондонских аристократов. Один из них ради времяпрепровождения пролистывает медицинский справочник и обнаруживает у себя признаки всех болезней кроме одной, а именно, *housemade' knee*. А. Салье переводит это словосочетание, воспользовавшись его словарным значением, содержащимся в медицинском словаре – *воспаление сумки подколенного*. В этом случае, как комментирует Н.К. Цыба, теряется комический эффект, который, как известно, должен развеселить русскоязычного читателя.

Такой же вариант перевода избран М. Силантьевым. В обоих случаях, как пишет Н.К. Цыба, такой перевод вызывает не смех, а недоумение читателя [11, с. 427]. Таким образом, переводческое решение, принятое указанными переводчиками, нельзя признать оптимальным, точное воспроизведение данного отрезка текста на языке перевода не оправдало себя. Вместе с тем, у британского читателя название этой болезни, отсутствующей у персонажа произведения, способно вызвать улыбку. Дело в том, как далее комментирует Н.К. Цыба, что такая болезнь в прошлом могла возникнуть у горничных, которые мыли каменные полы в замках стоя на коленях, что и вызывало этот недуг.

Естественно, что такая болезнь и не могла появиться у обеспеченного аристократа. Оптимальным признается вариант перевода, выбранный М. Донским и Э. Линецкой, которые «заменяли» ради достижения комического эффекта название одного болезненного состояния на другое – *родильную горячку* [11, с. 426]. Однако в этом случае речь идет о третьем типе соотношения между оригиналом и переводом – искажении своеобразия подлинника за счет замены переводчиком одних особенностей оригинала другими. Тем не менее, в результате такого отклонения от текста оригинала переводчикам удалось передать комический эффект. Таким образом, коммуникативная установка переводчиков оправдывает себя.

Ретроспективный метод предполагает отбор минимум двух переводных текстов одного и того же исходного текста. Оба перевода – если остановить выбор на таком количестве – разделены временной дистанцией разной протяженности, начиная, возможно, от нескольких лет и до целых столетий. При сопоставлении переводов, выполненных в разные периоды, необходимо учитывать конвенциональную норму перевода, которая варьирует от эпохи к эпохе.

Так, в 386-406 годах (перевод Библии, выполненный Иеронимом Стридонским) и в средневековье, охватывающем период с 1100 до 1500 гг., преобладала тенденция дословного перевода. В эпоху классицизма – с XVII до начала XVIII века доминировал вольный перевод. Следует также указать на идею «украшательного перевода», которой следовали переводчики во Франции в XVIII веке, вносящие по своему усмотрению изменения в свои переводы, сознательно опуская отдельные фрагменты переводимого текста.

В России того же века проявлялась тенденция русификации текста в переводе. В настоящее время утвердилась новая норма перевода, согласно которой выдвинуто требование максимальной близости переводного текста исходному тексту, как в целом, так и в отдельных деталях. Максимальное соответствие переводного текста исходному тексту может быть достигнуто, по нашему мнению, именно за счет оптимальных переводческих решений.

Заключение

Подводя итог, следует указать, что применение методов интроспекции и ретроспекции способно в той или иной мере прояснить представление о том, что представляет собой перевод как процесс принятия

переводческих решений. Исследования этого важного вопроса могут внести существенный вклад в дальнейшее развитие теории перевода и методике подготовки специалистов в области практики перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большая советская энциклопедия. Т. 10. М., 1972.
2. Большая советская энциклопедия. Т. 22. М., 1975.
3. *Гальперин И.Р.* Большой англо-русский словарь. М., 1979. Т. 2, М-Z.
4. *Галь Н.* Слово живое и мертвое: от «Маленького принца» до «Короля дураков». М., 2001. 368 с.
5. *Дашинимаева П.П.* Теория значимости как основа психонейролингвистической концепции непереводаемости: дисс. ... д-ра филологических наук. Улан-Удэ, 2010.
6. *Димитрова Н.М.* Проза П. Вудхауза в русских переводах // Университетское переводоведение. Выпуск 7. СПб., 2006.
7. *Казакова Т.А.* Асимметрия как системное отношение в условиях перевода // Университетское переводоведение. Выпуск 10. СПб., 2009. С. 225-229.
8. *Кушнина Л.В.* Теория гармонизации: опыт когнитивного анализа переводческого искусства. Монография. Пермь, 2009.
9. *Костикова О.И.* История перевода: предмет, методология, место в науке о переводе // Вестник Московского университета. Серия 22. Теория перевода. 2011. № 2.
10. *Лотман Ю.М.* Об искусстве. СПб., 1998. 704 с.
11. *Цыба Н.К.* Функциональные особенности переводов повести Дж.К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки» // Университетское переводоведение. Выпуск 9. СПб., 2008. С. 425-435.
12. *Швейцер А.Д.* Теория перевода. Статус. Проблемы. Аспекты. М., 1988.
13. Longman Exams Dictionary – Pearson. London: Longman, 2006. 1834 p.
14. *Spillane M.* The Tough Guys. Можайск, 1995. 190 p.

МЕТОДИКА ПРАКТИЧЕСКОГО РАЗГРАНИЧЕНИЯ МЕТАФОРЫ И МЕТОНИМИИ

Аннотация. В статье даются когнитивные основания разграничения метафоры и метонимии, что подтверждается авторской сетевой методикой моделирования доменных матриц метафоры и метонимии на основе доменной матрицы событийного фрейма.

Ключевые слова. Метафора, метонимия, доменная матрица, разграничение метафоры и метонимии, событийный фрейм, акциональный фрейм, компаративный фрейм, предметный фрейм.

Sanzharova O.N.

THE METHOD OF PRACTICAL DIFFERENTIATION OF METAPHOR AND METONYMY

Abstract. In the article the cognitive basis of the differentiation of metaphor and metonymy are given. The differentiation is proved by our own network method of modeling of the domain matrices of metaphor and metonymy on the ground of domain matrix of event frame.

Keywords. Metaphor, metonymy, domain matrix, distinction of metaphor and metonymy, event frame, actional frame, comparative frame, subject frame.

Введение

При том, что метафора и метонимия изучаются уже много десятилетий, читая работы различных современных лингвистов, мы столкнулись с тем, что многие из них пишут о сложностях разграничения на практике метафоры и метонимии.

Так, И.Б. Руберт и С.В. Киселёва считают, «что степень разработанности данной проблемы недостаточно высока. Несмотря на то, что вопросы метафтонимии рассматриваются в работах некоторых учёных (George Lakoff, Lois Goossens, Ruiz de Mendoza), окончательные критерии разграничения метафоры и метонимии в случае их диффузного статуса в том или ином языковом выражении до сих пор не разработаны» [1, с. 420].

Как указывает А.Р. Мухтаруллина, «не всегда можно провести четкую грань между метафорой и метонимией, что объясняется рядом общих черт» [2, с. 360].

Некоторые лингвисты выдвигают такие точки зрения, с которыми сложно согласиться, например:

- Н.З. Баширова в своей статье «Метафтонимия в Шекспировских цитатах в прессе» утверждает, что «некоторые выражения с переносом значения трудно чётко классифицировать как метонимии или метафоры, их статус неопределён, и люди могут интерпретировать их как метонимии, метафоры или же единицы с буквальным значением в зависимости от своих индивидуальных энциклопедий» [3, с. 28];
- «рассматриваемые когнитивные механизмы настолько взаимосвязаны и нередко не могут быть однозначно определены ни как метафора, ни как метонимия по отношению к исходному значению языковой единицы (оба могут приводить к образным выражениям)» [4, с. 89; цит. по 5, с. 2], и «что исследователи вынуждены ввести в лингвистический обиход термин «метафтонимия» («metaphonymy»)» [5, с. 2].

ГРНТИ 16.01.33

© Санжарова О.Н., 2020

Ольга Николаевна Санжарова – кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры иностранных языков Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7-921-592-88-29. E-mail: goodfriend1978@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 01.02.2020.

Когнитивные основания разграничение метафоры и метонимии

В наших работах [6-9] мы доказываем, что концептуальные метафора и метонимия являются различными когнитивными механизмами. Для этого нами была создана собственная сетевая методика моделирования доменных матриц метафоры и метонимии на основе доменной матрицы событийного фрейма, в которых ясно видно, что концептуальные метафора и метонимия являются совершенно разными когнитивными механизмами.

В процессе поиска методики, на которую можно опереться для раскрытия данной темы, приоритетное значение в наших работах получила схемная концептуальная сеть на основе концептуальной сети, в основе которой лежит отношение к фрейму как «системе категорий, структурированных в соответствии с некоторым мотивирующим контекстом» [10]. Подобная концептуальная сеть является универсальной схемой для решения концептуальных задач любого уровня. Она пластична и позволяет перемещать, сужать или расширять информацию как концептуализированную в процессе восприятия (информация небазовых доменов), так и не подверженную концептуализации (информация базовых доменов). Концептуальная сеть используется как схема для упорядочивания информации различных уровней концепта, что облегчает анализ значений и связей при их наложении на эту схему.

Таблица

Общее	
1. Акциональный фрейм с его рациональным и чувственным элементами строит все доменные матрицы: доменную матрицу событийного фрейма, а также доменные матрицы метафорического и метонимического концептов (таким образом, наделяя их гештальтом).	
2. Как метафорические, так и метонимические концепты строятся на основе доменной матрицы событийного фрейма.	
3. Акциональный фрейм, выражаемый чаще всего глаголом (в событийном фрейме это буквальное значение глагола), в событийном фрейме представляет собой сочетание рационального и чувственного элементов (чувственный элемент присутствует имплицитно).	
Различия	
Метафора	Метонимия
1. Проекция элементов, принадлежащих разным фреймам.	1. Смежные на основе ассоциации понятия взаимозамещаются в пределах одного фрейма.
2. Проецирование.	2. Профилирование.
3. Акциональный фрейм, выражаемый переносным значением глагола, осуществляет перенос рационального элемента гештальта событийного фрейма на абстрактное понятие на основании чувственного элемента, т.о. рациональный элемент является общим, а основанием выбора домена-источника является общий чувственный элемент.	3. В метонимическом концепте рациональный элемент остаётся прежним, а чувственный элемент «затушёвывается».
4. Специфическая конфигурация доменной матрицы.	4. Специфическая конфигурация доменной матрицы.
5. Таксономический фрейм (связь) заменяется на компаративный фрейм.	5. Таксономический фрейм приобретает выраженный характер посессивности.
6. Рациональный элемент гештальта событийного фрейма становится единым для информации разных фреймов на основании её ассоциации с одним и тем же чувственным элементом.	6. Каждое смежное понятие выступает как самостоятельный гештальт, но между этими гештальтами существует смысловая и прагматическая взаимосвязь.
7. Физическое понятие, присущее событийному фрейму, заменяется на абстрактное понятие, присущее метафорическому концепту.	
8. Логическая структура событийного фрейма изменяется на логическую структуру метафорического концепта.	8. При переносе сохраняется логическая структура событийного фрейма.

Представим результаты, к которым мы пришли в ходе исследования, для лучшей наглядности, в виде таблицы, в которой отобразим общие характеристики концептуальных метафоры и метонимии и когнитивные основания их разграничения, а затем поясним вышесказанное моделированием схем метафорических и метонимических выражений по нашей методике.

Моделирование метафорических и метонимических выражений с использованием сетевой методики моделирования доменных матриц метафоры и метонимии на основе доменной матрицы событийно-фрейма

Продемонстрируем вышеизложенное на примере моделирования метафорического выражения «Политик посеял семена сомнения в умах избирателей» и метонимического выражения «Агрофирма посеяла семена растения» (рис. 1). Уникальность представленной схемы заключается в том, что концептуальные метафора и метонимия построены на основе одного событийного фрейма. В языковом выражении «Политик посеял семена сомнения в умах избирателей» метафору создаёт глагол «посеять», который в своём буквальном значении означает: поместить семена в подготовленную почву; переносное значение: породить, вызвать какие-либо чувства, переживания, состояния.

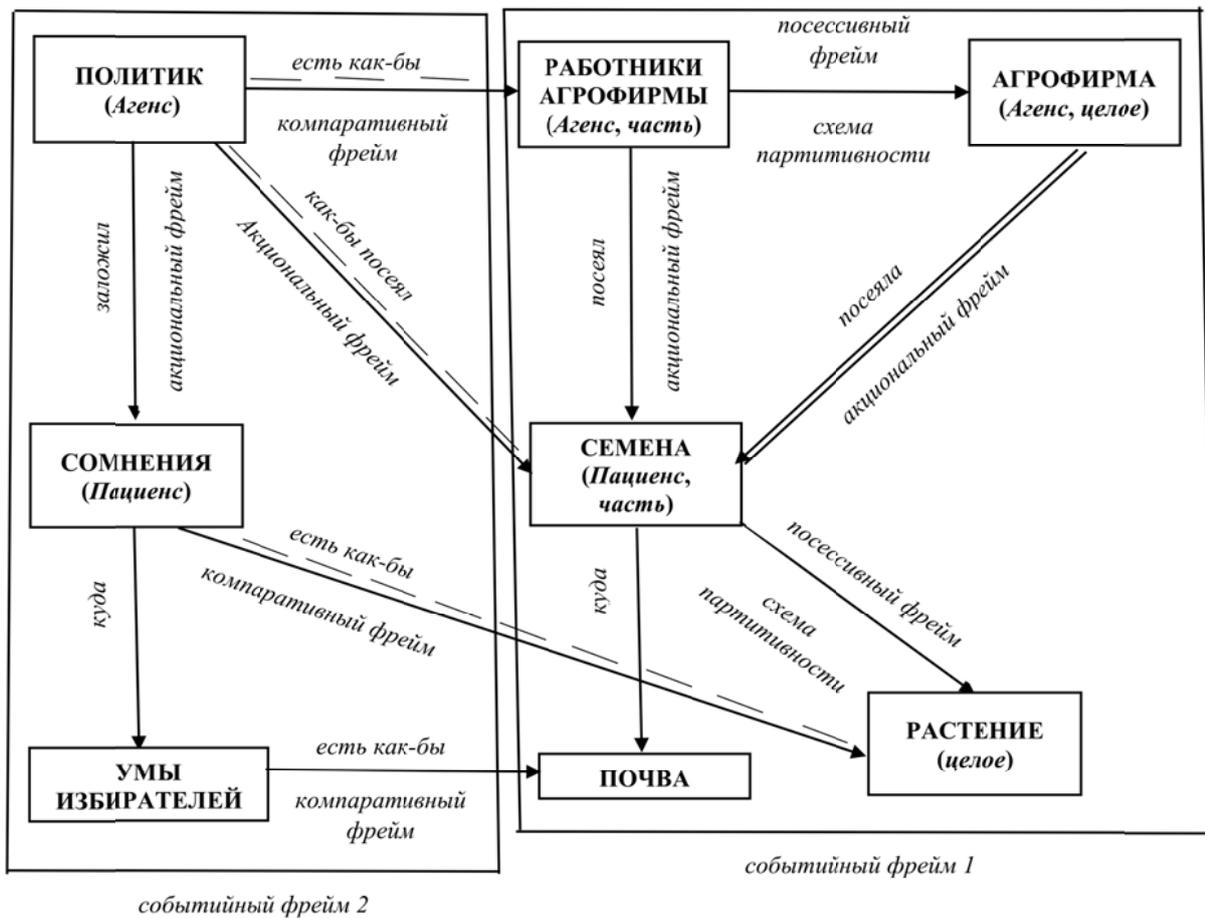


Рис. 1

Построим доменную матрицу событийного фрейма вышеуказанного метафорического выражения. Доменные матрицы построены на основе простых первичных концептов фрейма (радиальных категорий) в виде ментальных пространств (доменов), связанных в доменной матрице с помощью специфических связей, отражающих смысл языковых высказываний. Связи внутри и вне ментальных пространств возникают с помощью «системы категорий, структурированных в соответствии с некоторым мотивирующим контекстом». Система категорий представлена пропозициональными базисными фреймами (предметным, акциональным, таксономическим, посессивным, компаративным) в виде ограниченного набора пропозиций, составляющих при интеграционных процессах различные конфигурации пропозициональных схем.

Событийный фрейм можно изобразить следующим образом: НЕКТО (Агенса) (РАБОТНИК АГРОФИРМЫ) посеял СЕМЕНА (Пациенса) (куда) в ПОЧВУ. «Доменная матрица событийного фрейма»

ма включает в себя следующие домены: домен АГЕНС и домен ПАЦИЕНС, которые соединены акциональным фреймом, который разворачивается» [7], приобретая компонент КУДА – в ПОЧВУ.

Метафорическое выражение: «Политик посеял семена сомнения в умах избирателей» изобразим в виде событийного фрейма 2: ПОЛИТИК (Агенс) заложил СОМНЕНИЕ в умы избирателей. Данный событийный фрейм не является буквальным выражением, а концептуальной метафорой абстрактное понятие СОМНЕНИЕ приобретает как бы конкретное понятие ВЕЩЬ (онтологическая метафора), но, тем не менее, является событийным фреймом для нашего метафорического выражения.

Событийный фрейм 1 можно развернуть ещё на два предметных фрейма АГРОФИРМА и РАСТЕНИЕ, где АГРОФИРМА и РАБОТНИК АГРОФИРМЫ, а также СЕМЕНА и РАСТЕНИЕ соединены посессивными фреймами (ЧАСТЬ-ЦЕЛОЕ). Данные связи являются метонимическими, при этом, это ещё не концептуальная метонимия.

Гештальты в событийных фреймах 1 и 2 представляют собой совокупность рационального элемента (положить что-либо куда-либо) и чувственного элемента (с нетерпением ждать результата). В концептуальной метафоре ПОЛИТИК посеял СЕМЕНА сомнения в умах избирателей, образуется доменная матрица «ПОЛИТИК как бы посеял СЕМЕНА СОМНЕНИЯ в умах избирателей», где ПОЛИТИК есть как бы работник агрофирмы, а семена сомнения есть как бы семена растения (ЧАСТЬ-ЦЕЛОЕ).

Таким образом, согласно метафорическому выражению и представленной схеме, метафорический концепт представляет собой проецирование информации двух разных фреймов (при активации – событийных фреймов) на основе характера действия (рационального элемента), отражённого в акциональном фрейме. В связи с этим, строится определённая конфигурация доменной матрицы метафорического выражения. Таксономическая связь заменяется компаративной (как бы). Рациональный элемент гештальта событийных фреймов становится единым для разнородной информации на основании её ассоциации с одним и тем же чувственным элементом. Логическая структура событийного фрейма изменяется на логическую структуру метафорического концепта.

Теперь рассмотрим метонимическое выражение «Агрофирма посеяла семена растения». Предметные фреймы АГРОФИРМА (целое) и РАБОТНИК АГРОФИРМЫ (часть) соединены метонимической связью, выражающейся посессивным фреймом (схема партитивности). В выражении «Агрофирма посеяла семена растения» предметный фрейм АГРОФИРМА заменяет смежное понятие РАБОТНИК АГРОФИРМЫ. Таким образом, в концептуальной метонимии один предметный фрейм (РАБОТНИК АГРОФИРМЫ) заменяется смежным предметным фреймом (АГРОФИРМА) в пределах одного фрейма (событийный фрейм 1). При этом, в гештальте концептуальной метонимии чувственный элемент «затушёвывается», а рациональный элемент остаётся. Общим для событийного фрейма и метонимического концепта является акциональный фрейм.

Для чёткого понимания разграничения концептуальных метафоры и метонимии, а также для большей наглядности, мы представили схемы, построенные на одном событийном фрейме (одном буквальном высказывании), одна схема показывает построение концептуальной метафоры, другая – концептуальной метонимии. Чтобы данная методика не показалась читателю слишком сложной, мы хотим представить далее анализ отдельных концептуальных метафоры и метонимии, образованных на разных событийных фреймах.

Проанализируем концептуальную метафору в языковом выражении «he forged friendship». Метафору здесь образует глагол «forged», который в буквальном своём значении переводится как «ковать (железо) в кузнице». В переносном значении данный глагол означает «налаживать (взаимоотношения), создавать, формировать». Чтобы проанализировать указанную метафору, построим событийные фреймы на её основе (то есть событийный фрейм буквального значения и событийный фрейм переносного значения глагола «forged»).

В доменной матрице событийного фрейма буквального значения глагола «forged» участвуют два домена: домен АГЕНС-кузнец и домен ПАЦИЕНС-железо, в свою очередь, домены соединены между собой акциональным фреймом FORGES (куёт). Акциональный фрейм разворачивается двумя компонентами: ИНСТРУМЕНТ (ЧЕМ) (огонь, инструменты), КАК (долго, с трудом) и КАКОЙ (прочный).

В доменной матрице с переносным значением глагола «forged» (налаживать (отношения), создавать, формировать) также присутствуют два домена: домен АГЕНС-человек и домен ПАЦИЕНС-

дружба, соответственно, домены также между собой соединены акциональным фреймом СОЗДАЁТ. В событийном фрейме переносного значения акциональный фрейм также разворачивается двумя компонентами: ИНСТРУМЕНТ (ЧЕМ) (хорошие поступки, время), КАК (долго, с трудом) и КАКОЙ (прочная). Общим гешталтом для выражений с буквальным и переносным значениями является то, что НЕКТО выполняет необходимые действия в течение некоторого времени с использованием определённых инструментов, желая получить конкретный прочный, надёжный результат (рис. 2).

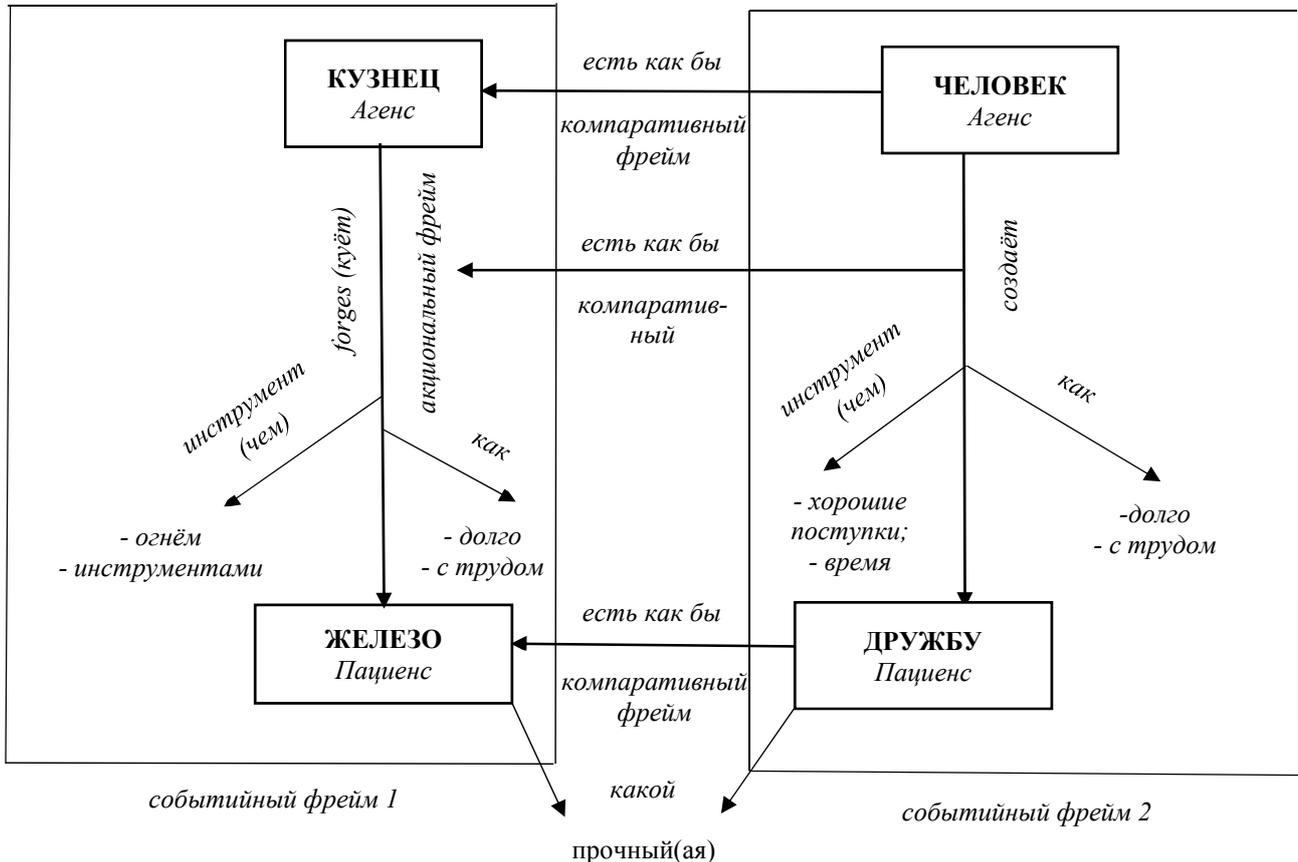


Рис. 2

Гешталт «является физическим основанием данной концептуальной метафоры и вызывает ряд системных ассоциаций в соответствии с контекстом использования данной метафоры [7]: домен АГЕНС-кузнец с доменом АГЕНС-человек, домен ПАЦИЕНС-железо с доменом ПАЦИЕНС-дружба; акциональный фрейм КОВАТЬ соответствует акциональному фрейму НАЛАЖИВАТЬ (ОТНОШЕНИЯ), СОЗДАВАТЬ, ФОРМИРОВАТЬ и т.д.

Глагол КОВАТЬ в событийном фрейме 1 отсылает нас к источниковой области КУЗНЕЧНОЕ ДЕЛО, а целевая область связана с абстрактным понятием ДРУЖБА. Как видно, источниковая область – это более конкретное, а значит, более структурированное понятие; а понятие ДРУЖБА – абстрактное и не имеет собственной доконцептуальной структуры. Чтобы проецировать структуру физического опыта КУЗНЕЦ КУЁТ на абстрактное понятие ДРУЖБА, мы активируем компаративный фрейм. «Гешталт не меняется, но фокус внимания выходит за пределы доменной матрицы, изменяя и усиливая смысл высказывания» [7, с. 112].

Теперь рассмотрим концептуальную метонимию: «Принимать горячую ванну» (рис. 3). Данное языковое выражение представляет собой манифестацию когнитивной метонимической модели «контейнер вместо содержимого». Для анализа данного метонимического выражения необходимо построить доменную матрицу событийного фрейма [1].

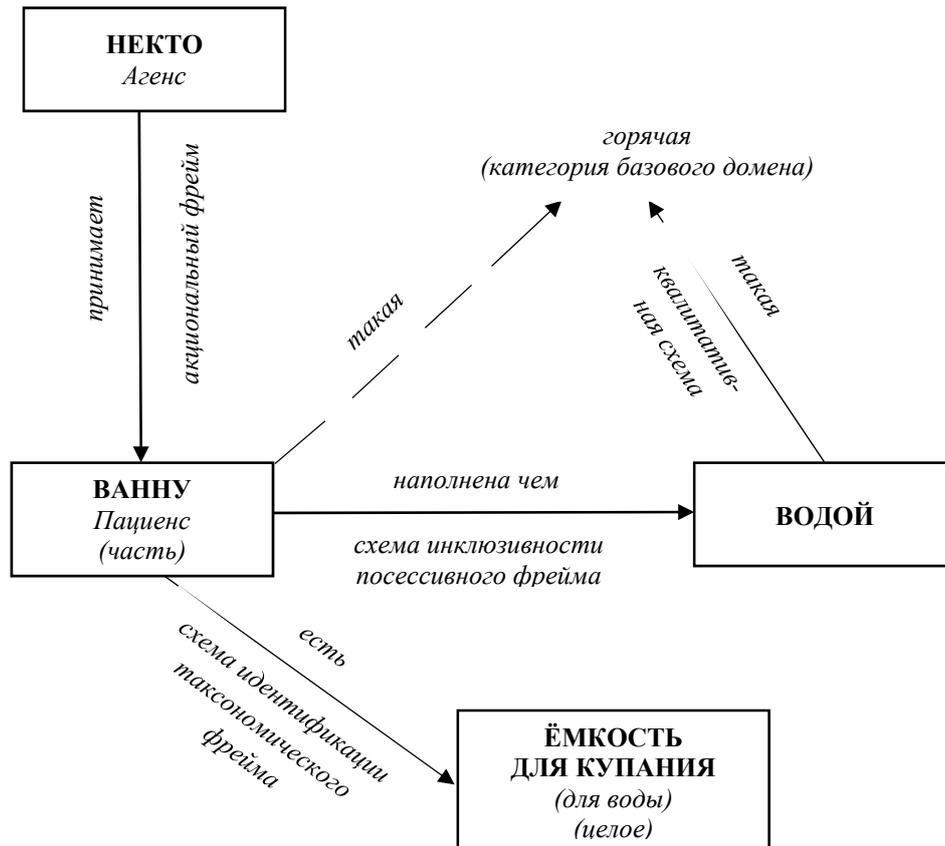


Рис. 3

В доменной матрице участвуют три домена: домен АГЕНС-некто, домен ПАЦИЕНС-ванна и домен ЁМКОСТЬ ДЛЯ КУПАНИЯ (для воды). АГЕНС и ПАЦИЕНС соединены между собой акциональным фреймом ПРИНИМАТЬ. ПАЦИЕНС разворачивается двумя компонентами: ТАКАЯ (кавалитативная схема) и «наполнена чем» (схема инклюзивности посессивного фрейма). Предметные фреймы ПАЦИЕНС-ванна (часть) и ЁМКОСТЬ ДЛЯ КУПАНИЯ (для воды) (целое) соединены метонимической связью, выражающейся схемой идентификации таксономического фрейма.

А предметный фрейм ПАЦИЕНС-ванна соединен с предметным фреймом ВОДА также метонимической связью, но выражающейся уже схемой инклюзивности посессивного фрейма. В выражении «Принимать горячую ванну» предметный фрейм ВАННА заменяет смежное понятие ВОДА в пределах одного событийного фрейма.

Заключение

Хочется отметить, что такой подробный анализ мы используем для того, чтобы объяснить содержание представленной методики и способы её применения. При более рядовом анализе концептуальных метафоры и метонимии, подобная глубина с использованием такого обилия специфических терминов не требуется.

В данной статье нами проанализировано несколько различных типов концептуальных метафоры и метонимии. В других наших работах (см. список литературы) мы проводим более глубокий схематический и описательный анализ всех представленных в когнитивной лингвистике типов концептуальных метафоры и метонимии, а также даём большой список разнообразных метафорических и метонимических выражений.

Таким образом, в результате изучения информации, заключённой во фрейме как единице глубоинной системы языка в единстве её структуры и функции, связанных с психологическими основами мышления, мы пришли к тому, что, возникая в процессе речепорождения, на уровне доменных матриц концептуальные метафора и метонимия являются различными когнитивными механизмами и не являются каким-либо основанием друг для друга.

ЛИТЕРАТУРА

1. Руберт И.Б., Киселёва С.В. Когнитивные механизмы метафтонимии // Когнитивные исследования языка. 2019. № 36. С. 419-426.
2. Мухтаруллина А.Р. Когнитивный аспект модальности в английских и башкирских текстах: дис. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2005. 391 с.
3. Баширова Н.З. Метафтонимия в Шекспировских цитатах в прессе // Culture and Civilization. 2018. Vol. 8. Is. 1A. P. 26-33.
4. Dirven R. Metonymy and metaphor: Different mental strategies of conceptualisation // Metaphor and metonymy in comparison and contrast: ed. by R. Dirven, R. Pörrings. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 2002. P. 75-111.
5. Фурашова Н.В. О «восстановлении статуса» метонимии в семантических исследованиях // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А: Гуманитарные науки. 2009. № 1. С. 161-165.
6. Санжарова О.Н. Роль концептуальной метафоры и метонимии в процессах концептуализации и категоризации // Вестник Орловского государственного университета. Серия: Новые гуманитарные исследования. 2012. № 7 (27). С. 392-396.
7. Санжарова О.Н. Лингво-когнитивные основания разграничения концептуальных метафоры и метонимии (на материале англоязычной и русскоязычной прессы): дис. ... канд. филол. наук. СПб., 2015. 175 с.
8. Санжарова О.Н. Концептуальные метафора и метонимия как различные когнитивные механизмы (системный подход) // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 3 (117). С. 135-140.
9. Санжарова О.Н. Фрейм, как концептуальная база знаний и как система языковой репрезентации этих знаний // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2015. № 1 (91). С. 127-130.
10. Fillmore C. The case for case I Ch. Fillmore II Universals in linguistic theory. N.Y., 1968.

ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Горчаков С.Е.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПОВЕДЕНИЯ В НАУЧНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация.** В статье обосновывается значение организационного поведения научных организаций и их персонала для успешной реализации целей национального проекта «Наука». Обосновывается тезис, что новая экономика вносит существенные изменения в знания об управлении и в управленческие практики. В качестве факторов, определяющих особенности организационного поведения в научных организациях, описаны творческий характер труда, научно-техническая кооперация, характер результатов исследований и разработок, наличие ключевого заказчика в лице государства.*

***Ключевые слова.** Научная организация, научные работники, организационное поведение, научно-производственная кооперация.*

Gorchakov S.E.

PECULIARITIES OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR IN A SCIENTIFIC ORGANIZATION

***Abstract.** The article substantiates the importance of the organizational behavior of scientific organizations and their staff for the successful implementation of the goals of the national project "Science". The thesis is substantiated that the new economy introduces significant changes in knowledge of management and management practices. The creative nature of labor, scientific and technical cooperation, the nature of the results of research and development, the presence of a key customer in the person of the state are described as factors determining the features of organizational behavior in scientific organizations.*

***Keywords.** Corporate governance, corporate control, efficiency, cohort studies, research and production cooperation.*

Введение

Главным признаком научной организации в соответствии с законодательством является осуществление ею научной и (или) научно-технической деятельности в качестве основной. Официальная статистика предоставляет сведения о количестве научных организаций (без субъектов малого предпринимательства). График, характеризующий изменение числа некоторых из этих организаций в 2000-2018 гг., представлен на рис. 1.

Если общее число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, с 2000 года практически не изменилось, то количество научно-исследовательских организаций снижалось ежегодно и составило в 2018 году всего 58,6% от их числа в 2000 году. При этом значительно – в 2,35 ра-

ГРНТИ 82.05.21

© Горчаков С.Е., 2020

Сергей Евгеньевич Горчаков – директор Петербургского института ядерной физики им. Б.П. Константинова Национального исследовательского центра «Курчатовский институт».

Контактные данные для связи с автором Россия, 188300, Ленинградская обл., г. Гатчина, мкр. Орлова роща, 1 (Russia, Leningrad reg., Gatchina, Orlova Roscha, 1). Тел.: +7 (81371) 4-60-25. E-mail: dir@pnpi.nrcki.ru.

Статья поступила в редакцию 27.02.2020.

за возросло число вовлеченных в исследования образовательных организаций (в пиковом моменте 2015 года индекс роста по этой категории организаций составил 2,67 к уровню 2000 года). С 2006 года наметилась устойчивая тенденция роста числа научно-исследовательских и проектно-конструкторских подразделений организаций промышленности. При всех изменениях в ландшафте научных исследований и разработок, в том числе в связи с реформой системы российских государственных академий наук 2013-2018 гг., роль научно-исследовательских организаций остается доминирующей (рис. 2).

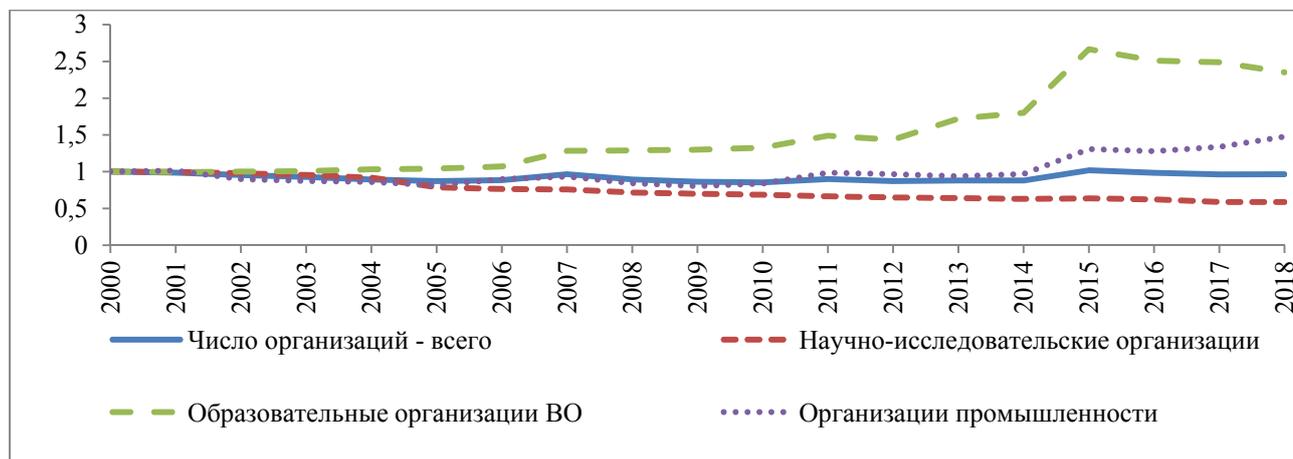


Рис. 1. Темпы роста числа научных организаций (составлено по данным <https://gks.ru/folder/14477>)



Рис. 2. Число научных организаций (составлено по данным <https://gks.ru/folder/14477>)

Основная часть исследований, касающихся организации науки и научных организаций в современной России, рассматривает достаточно общую проблематику, в том числе проводится анализ представленных на рис. 1 и 2 показателей, выявляются тенденции их изменения и т.д. Внутренняя же среда этих организаций значительно рее становится предметом исследовательского интереса. Цель этой статьи – частично заполнить этот «пробел».

Общая организация деятельности научных организаций в России

Следует сказать, что Росстат организует сбор национальных данных о научных исследованиях и разработках в соответствии с требованиями Руководства Фраскати по стандартизации «определения

и классификации для сектора исследований и разработок», которые устанавливают «методологию его статистического изучения, ... контуры системы основных индикаторов и ... принципы организации статистического наблюдения» [13].

В сборнике [4] полно представлена информация о численности и составе занятого персонала, подготовке научных кадров, внутренних затратах на исследования и разработки, материально-технической базе науки, результативности исследований и разработок и т.д. Здесь же приведем только цифры, озвученные на состоявшемся 2 апреля 2019 года при обсуждении хода реализации национальных проектов на региональном уровне:

«К 2018 году численность исследователей, имеющих ученую степень, снизилась по сравнению с 2015 годом на 7,36 процента, что связано со старением научных кадров и снижением количества защит исследователей. За последние 12 лет общая численность исследователей в Российской Федерации снизилась на 2,4 процента. Отток специалистов в возрасте от 40 лет и старше оказался достаточно ощутимым. Абсолютное число исследователей в возрасте от 40 до 50 лет сократилось почти на треть. Исключение составляет возрастная группа от 70 лет и старше, численность которой за рассматриваемый период, наоборот, возросла. Число защищенных кандидатских диссертаций снизилось во всех отраслях науки, но наиболее значительно в гуманитарных областях – по юридическим, экономическим, педагогическим, социологическим и философским наукам – почти на 70 процентов» [5].

В этих условиях предстоит, согласно идее национального проекта «Наука», обеспечить присутствие Российской Федерации в числе пяти стран-лидеров научных исследований и разработок в приоритетных областях научно-технологического развития при соответствующем увеличении внутренних затрат, привлечении ведущих российских и зарубежных ученых и молодых перспективных исследователей.

Законом «О науке и государственной научно-технической политике» установлено, что управление научной и (или) научно-технической деятельностью осуществляется на основе сочетания принципов государственного регулирования и самоуправления. Научно-техническое развитие страны зависит не только от государственной научно-технической политики, объемов государственного финансирования исследований и разработок, подготовки кадров для научных организаций, обеспечения свободы доступа к научной и научно-технической информации и степени защиты интеллектуальной собственности. Огромную роль играет логика организационного поведения самих научных организаций и их персонала.

Организационное поведение и его специфика в научных организациях

Сам термин «организационное поведение», предложенный Р. Гордоном и Д. Хауэллом в докладе «Higher Education for Business» (1959 г.), появился во время доминирования поведенческой концепции (бихевиоризма) в менеджменте, нацеленной на осознание возможностей каждого работника и их использование через мотивацию для повышения эффективности деятельности организации. Не случайно долгое время «организационное поведение» определялось специалистами как «поведение основных типов сотрудников организации в типовых ситуациях, связанных с работой» [2, с. 41].

Уже в рамках такого подхода – с позиций управления человеческими ресурсами – можно говорить, что в научных организациях поведение сотрудников, учитывая творческий характер их деятельности, имеет свои особенности [12]. Труд научных работников (исследователей), непосредственно создающих новые знания (продукты, процессы, методы и системы), является интеллектуальным и основан на мыслительной способности человека, т.е. на пытливости, глубине, гибкости и подвижности ума, а также на логичности, доказательности, критичности, широте и ригидности мышления [14, с. 16-17]. Некоторые западные специалисты утверждают: «Пока нет единого понимания того, что именно представляет собой работа со знаниями», – но считают, что существенным признаком такой работы является добровольное (discretionary) поведение и, следовательно, необходимость мотивации к ней [11, с. 392-393].

Персонал научных организаций делится на категории – научные работники, специалисты (инженерно-технические работники) и работники сферы научного обслуживания, или, как это предлагается официальной статистикой, исследователи, техники, вспомогательный персонал, прочий персонал. В силу сложившейся иерархии статусов работников, «автономности» исследователей, существует

опасность появления (или усиления) коммуникативных барьеров внутри организации, недооценки возможного вклада в общие результаты специалистов, обеспечивающих наладку, диагностику и устранение неполадок научных приборов, лабораторного оборудования, вычислительной техники, а также работающих с информацией и т.д.

Для решения такого рода проблемы научным организациям необходимо ориентироваться на командную работу и осваивать методы командообразования. Командная работа основана на принципах самоуправления, синергизма, бесконфликтности и интенсивного информационного обмена между специалистами, она способствует повышению взаимного доверия и формированию единой системы ценностей [6, с. 87; 10, с. 50-51].

Определенным препятствием для эффективной работы научной организации часто является слабая координация между ее административно-хозяйственной и исследовательской подсистемами. Преодолеть «отстраненность» в поведении сотрудников организации в отношении вопросов финансового обеспечения, стоимости и эффективности использования оборудования должно распространение менеджериализма в ее среде. Инструментами здесь, по нашему мнению, являются: учреждение должности научного руководителя организации (направления) и определение в уставе трудовых функций и порядка её замещения; контроль над результативностью научных, научно-технических программ и проектов на всех стадиях реализации; распространение грантового финансирования.

Сегодня любая организация сталкивается с необходимостью быстро воспринимать множество «слабых» сигналов, поступающих из быстро меняющейся социально-экономической среды, в этих условиях, при всей актуальности проблем организационного поведения персонала, замыкаться только на них недопустимо. Об организационном поведении правильнее говорить как о науке «о поведении субъектов организации – людей, групп, коллектива в целом, а также организации в меняющейся среде» [1, с. 5]. Активность организации в целом должна быть направлена на «установление, поддержание, совершенствование и систематизацию каналов связи, диалога и конструктивного взаимодействия со всеми заинтересованными сторонами» [9, с. 109; 16, с. 34].

Особенностью научной организации является то обстоятельство, что она участвует не только в вертикальной интеграции производства, но и в применении знаний в рамках инновационного цикла – формирование исследовательских компетенций через обучение, научные исследования, патентование, опытно-конструкторские разработки, венчурные проекты, серийное производство [15, с. 62-63; 8, с. 60]. В силу нарастающей сложности механизмов создания, хранения, накопления и передачи знаний, а также их мультидисциплинарности, необходимо эффективным способом выстраивать многоканальные кооперационные связи «по горизонтали» с образовательными организациями, зарубежными партнерами, функциональной инфраструктурой исследований и разработок, с бизнесом.

При этом «стратегическими задачами кооперирования являются: доступ к способностям и ресурсам партнера; создание новых способностей; использование результатов» [7, с. 89], а накопление опыта в этой области должно основываться на исследовании мотивации, искомых целей и приемлемых форм, исходя из баланса риска и выгоды, а также возможности эффективного контроля. Формами научно-производственной кооперации могут быть: центры коллективного пользования научным оборудованием и государственные научные центры, где выполняются работы и оказываются услуги по заказам со стороны; научно-образовательные центры, ассоциации и союзы с образовательными организациями высшего образования; лаборатории, создаваемые совместно с образовательными организациями, а также безвозмездное пользование имуществом друг друга; сеть центров компетенций национальной технологической инициативы (НТИ); участие в уставном капитале коммерческих организаций.

Наконец, в поведении научной организации как социального явления должен быть встроен механизм реализации определенных социальных установок, ценностей и культурных норм, с обязательным учетом ментальности и комплиментарности общества, к которому она принадлежит и с представителями которого она взаимодействует [3].

Заключение

Таким образом, изучение, обобщение результатов и распространение лучших практик трансформации организационного поведения отечественных научных организаций во многом определяют успех реализации национального проекта «Наука», обеспечение прорывного научно-технологического развития России в условиях больших вызовов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Андреева И.В.* Организационное поведение. СПб.: СПбГИЭУ, 2005. 154 с.
2. *Бас В.Н.* Управление организационным поведением // Научный вестник Московского государственного технического университета гражданской авиации. 2009. № 146. С. 41-49.
3. *Гасанов Г.С.О.* Современные тенденции бизнес-менеджмента: взаимодействие комплиментарности и ментальности. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. 127 с.
4. Индикаторы науки: 2019: статистический сборник / Л.М. Гохберг, К.А. Дитковский, Е.Л. Дьяченко и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М., 2019. 328 с.
5. Обеспечение реализации национальных проектов на региональном уровне: материалы семинара-совещания руководителей аналитических служб аппаратов законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации // Аналитический вестник. 2019. № 14 (728). Часть 1.
6. *Петров С.В.* Эффективность командообразования в современном процессе управления персоналом // Управление. 2019. Т. 7. № 1. С. 86-90.
7. *Растова Ю.И., Растов М.А.* К вопросу развития научно-производственной кооперации // Стратегии и инструменты управления экономикой: отраслевой и региональный аспект: материалы IV Международной научно-практической конференции. СПб.: КБ-Принт, 2014. С. 88-93.
8. Система формирования исследовательских компетенций и технологических заделов в научной и образовательной деятельности / под ред. В.В. Трофимова, В.Ф. Минакова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. 199 с.
9. *Трачук А.В., Линдер Н.В.* Взаимодействие со стейкхолдерами как фактор достижения стратегических целей компании: эмпирическое исследование на примере ФГУП «Гознак» // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2016. № 1. С. 109-123.
10. *Трифонов Н.В.* Организационное поведение компании, оперирующей в нефтегазовой сфере. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2016. 154 с.
11. Управление знаниями: хрестоматия. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2010. 514 с.
12. Управление человеческими ресурсами. М.: Юрайт, 2016. 525 с.
13. *Фурсов К.С.* По итогам мероприятий ОЭСР. Пересмотр Руководства Фраскати. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://globalcentre.hse.ru/newsletter3.3> (дата обращения 06.01.2020).
14. *Шапиро С.А., Самраилова Е.К.* Управление интеллектуальным трудом и капиталом. М.: ИИЦ «АТиСО», 2015. 240 с.
15. *Шматко А.Д., Растова Ю.И.* К вопросу мониторинга инновационного потенциала вуза: микромодель и метрика показателей оценки // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2014. № 6 (38). С. 62-66.
16. *Varabanova M., Lebedeva L., Rastova Yu., Uvarov S.* Use of system dynamics tools in value-oriented approach in management // Економічний часопис-XXI. 2018. Т. 173. № 9-10. С. 32-37.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЫНКА ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЙ ПРОДУКЦИИ: ВЫБОР ИНСТРУМЕНТАРИЯ

***Аннотация.** В статье рассматриваются подходы к гармонизации государственной политики устойчивого развития и зеленого роста с методами экологического менеджмента организаций. Показана определяющая роль государственной политики в вопросе формирования и развития национального рынка экологически чистой продукции в России. Представлено обоснование выбора инструментария реализации соответствующей государственной политики; к числу приоритетных инструментов отнесены льготное кредитование и субсидирование бизнес-структур, менеджмент которых демонстрирует экологически ответственное управление.*

***Ключевые слова.** Устойчивое развитие, зеленый рост, государственная политика, экологический менеджмент, рынок экологически чистой продукции.*

Kazantseva A.N.

STATE POLICY FOR THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE ECOLOGICALLY PURE PRODUCT MARKET: CHOICE OF TOOLS

***Abstract.** The article discusses approaches to harmonizing the state policy of sustainable development and green growth with the methods of environmental management of organizations. The decisive role of state policy in the formation and development of the national market for environmentally friendly products in Russia is shown. The rationale for the selection of tools for implementing the relevant state policy is presented. Among the priority instruments are soft loans and subsidies to business structures whose management demonstrates environmentally responsible behavior.*

***Keywords.** Sustainable development, green growth, government policy, environmental management, the market for environmentally friendly products.*

Введение

Одним из мощных трендов современного менеджмента является его экологизация [1-4 и др.], которая поддерживается соответствующей государственной политикой, ориентированной на устойчивое развитие, а также на стимулирование и поддержку зеленого роста [5-8 и др.]. По нашему мнению, достижение существенных результатов в экологизации экономики и социальной деятельности в целом, в частности – формирование и развитие рынков экологически чистых товаров, услуг, работ возможно лишь на основе совместных, согласованных действий государства и менеджмента предприятий [9, 10]. Это объясняется тем обстоятельством, что современная модель экономики, как в России, так и в других значимых странах мира, является смешанной [11], следовательно силами лишь одного государства, либо за счет ресурсов исключительно бизнеса (рыночных агентов) достичь существенного прогресса в экологизации рынков невозможно.

ГРНТИ 06.75.61

© Казанцева А.Н., 2020

Анна Николаевна Казанцева — соискатель Юго-Западного государственного университета (г. Курск).

Контактные данные для связи с автором: 305040, Курск, 50 лет Октября ул., 94 (Russia, Kursk, 50 let Oktyabrya str., 94). Тел.: 8-915-114-64-93. E-mail: anna.kazantseva87@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 10.03.2020.

Инструменты государственного стимулирования рынков экологичной продукции

Ключевыми инструментами государственного механизма регулирования в рассматриваемой области, по мнению автора, должны стать программы субсидирования и кредитования производства экологически чистой продукции. Выбор именно таких инструментов основан на понимании того обстоятельства, что экопроизводством занимаются частные бизнес-структуры (даже в том случае, когда соответствующей деятельностью занимаются государственные или муниципальные предприятия, они действуют в рыночной среде и должны «играть по рыночным правилам»).

В настоящее время система поддержки экологизации отраслей экономики развивается во многих странах в виде прямых государственных расходов на общественный транспорт, поддержки развития энергоэффективности, альтернативного энергоснабжения, водоснабжения и канализации, а также борьбы с загрязнением и т.д. Инструменты государственного регулирования рынка экологически чистой продукции можно подразделить на меры стимулирования спроса и предложения (см. табл.).

Таблица

Инструменты регулирования рынка экологически чистой продукции

Меры стимулирования спроса	Меры стимулирования предложения
<ul style="list-style-type: none"> - разработка нормативно-правовой базы; - стимулирование роста доходов населения; - популяризация здорового образа жизни; - информирование потребителей об особенностях и пользе экологически чистой продукции; - разработка реестра экологически чистой продукции и экоинноваций; - снижение цен на экологически чистую продукцию, тем самым расширение целевой аудитории; - увеличения предложения экологически чистой продукции на рынке; - государственные программы экологического развития 	<ul style="list-style-type: none"> - разработка нормативно-правовой базы; - льготные программы кредитования производителей экологически чистой продукции; - развитие программ экологического кредитования, увеличение предложений программ по экологическому кредитованию в линейке банковских услуг; - субсидирование производства экологически чистой продукции; - экологическая сертификация и экологическая маркировка; - зеленые государственные закупки; - разработка реестра экологически чистой продукции и экоинноваций; - развитие программ привлечения иностранных инвестиций в программы развития рынка экологически чистой продукции; - расширение рынка экологически чистой продукции; - стимулирование конкуренции; - создание производственных квот; - экологические налоги

Источник: составлено автором.

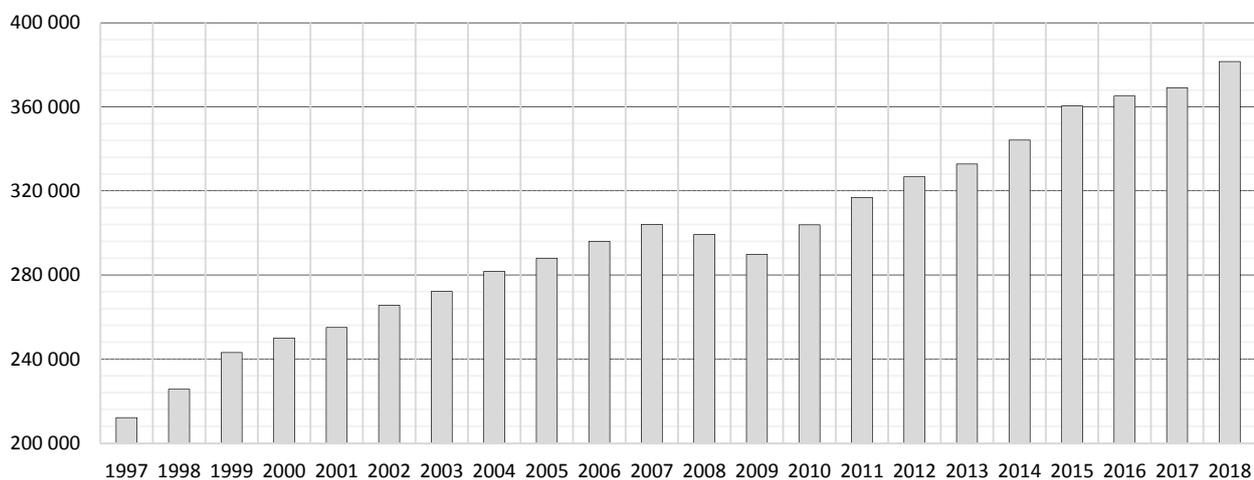
Интересен опыт стран Европейского Союза по взиманию экологических налогов. Стоит отметить, что в группу взимаемых экологических налогов в ЕС входят энергетические налоги, налоги на загрязнения, ресурсные налоги и транспортные налоги. На рисунке представлена диаграмма, иллюстрирующая тенденцию роста объема взимаемых экологических налогов в ЕС на протяжении последних 20 лет. Из приведенных данных видно, что объем собираемых экологических налогов из года в год увеличивается. Вместе с этим, следует отметить, что наибольший процент собираемых экологических налогов, а именно 77%, приходится на энергетический сектор.

Рекомендации по осуществлению субсидирования производителей экологически чистой продукции

В исследовании нами была поставлена задача: проанализировать, какой бизнес с экологическим уклоном имеет наибольшие перспективы развития в России, учитывая минимальный размер его государственной поддержки. На основе оценки зарубежного опыта и оценки практики выпуска экопродукции автором разработаны требования к объектам возможного субсидирования:

- годовая прибыль должна составлять не менее 20% от размера субсидии;
- наличие значительного экологического эффекта (субсидируемый проект прямым или косвенным образом должен влиять на состояние окружающей среды); оценка экологического эффекта должна проходить с учетом оценки количественных показателей эффективности используемой энергии, выбросов CO₂, сброса азота и фосфора в сточные воды и др.;

- использование собственных финансовых средств заявителя (софинансирование, т.е. проекты такого рода, де-факто, должны быть проектами государственно-частного партнерства);
- внедрение и соблюдение требований системы экологического менеджмента;
- оценка рентабельности и прибыльности проекта по истечении срока субсидирования;
- наличие источников финансирования проекта;
- наличие экологической маркировки;
- оценка жизненного цикла продукции.



Источник: составлено автором на основе данных Евростата.

Рис. Объем взимаемых экологических налогов в странах ЕС, млн евро

Для обоснования объема субсидирования автором был проведен сравнительный анализ цен на экологически чистую продукцию и продукцию, не обладающую экологическими характеристиками, в Германии и России. Анализируя успешный опыт развития рынка экологически чистой продукции в Германии и разницу в цене между экологически чистой продукцией и продукцией, не обладающей экологическими характеристиками, автор сделал вывод о том, что в России, в условиях насыщения рынка продукцией, постепенного увеличения доходов населения, наиболее приемлемой разницей в цене между экопродукцией и неэкологичным ее аналогом будет 1,5-2 раза, поэтому предлагается субсидирование экологически чистой продукции для создания импульса, стимулирующего спрос в размере 30% от ее стоимости.

Субсидии производителям экологически чистой продукции целесообразно предоставлять на следующие виды работ: маркетинговое исследование нового вида продукта, методов его производства, новых производственных процессов; проектирование и дизайн нового продукта; приобретение энергоэффективных технологий, инновационных технологий производства экологически чистой продукции; компенсация затрат, уплата процентов по кредиту; сертификация нового вида продукта.

Рекомендации по осуществлению кредитования производителей экологически чистой продукции

Одним из инструментов государственной поддержки развития рынка экологически чистой продукции в России могла бы также стать система экологического кредитования производителей экопродукции. Несмотря на то, что экологическое кредитование активно используется для поддержки экологических проектов в странах Европы и США, в России оно столкнулось с рядом препятствий. В частности, для банковского сектора внедрение линейки экологического кредитования потребует высоких первоначальных издержек, которые будут состоять из обучения персонала и маркетинга, разработки критериев отбора и оценки заемщиков на предмет соответствия экологическим требованиям, оценки рисков предоставления экологического кредита, оценки рисков невозврата заемного капитала кредитору.

Кредитуемый проект должен быть направлен на решение проблемы загрязнения окружающей среды, улучшением переработки сырья, энергосбережением и энергоэффективностью, утилизацией отходов, экологизацией производства, разработкой и внедрением экологически ориентированных инноваций или выпуском экологически чистой продукции. Примерный перечень целевых кредитуемых проектов мог бы включать следующие направления:

- экологизация промышленных производств;
- модернизация энергетических установок;
- внедрение технологий энергоэффективности;
- внедрение экологически ориентированных инноваций для очистки сточных вод;
- проекты в области возобновляемых источников энергии;
- проекты по утилизации твердых отходов;
- внедрение экологически ориентированных инноваций в сельское хозяйство;
- разработка и внедрение экологически ориентированных инноваций;
- разработка и внедрение технологий энергосбережения и энергоэффективности;
- производство экологически чистых продуктов питания;
- производство экологически чистых строительных материалов;
- разработка технологий вторичной переработки материала.

Требования к данным проектам частично основаны на требованиях к объектам субсидирования и должны включать:

- годовая прибыль составляет не менее 20% от размера кредита. Кредитуемый проект прямым или косвенным образом должен быть направлен на решение проблем загрязнения окружающей среды;
- собственное финансовое участие заявителя, гарантийное обеспечение кредита;
- рентабельность инвестиций не менее процентной ставки с учетом субсидирования;
- в случае кредитования бизнеса в сфере альтернативной энергетики, либо разработок экологически ориентированных инноваций, направленных на энергосбережение и энергоэффективность, предпочтительно проведение энергетического аудита;
- внедрение и соблюдение системы экологического менеджмента;
- контроль рентабельности и прибыльности проекта по истечении срока кредитования;
- предполагаемые иные источники финансирования проекта;
- в случае производства экологически чистого продукта, предпочтительно получение экологической маркировки;
- планируемый объем выпуска продукции и себестоимости производства на ближайшие 5 лет.

В период нестабильности на финансовых рынках, внедрение новой линейки продуктов экологического кредитования в результате использования стратегии сегментирования рынков, может стать возможностью расширения целевой аудитории для банков. Для закрепления предлагаемых инструментов кредитования целесообразно создание специальных кредитных линий. Заметим, что разработанная автором программа экологического кредитования производства экологически чистой продукции в России не имеет аналогов. Анализ подобных европейских практик, анализ банковских услуг в России, дали основания утверждать, что экологическое кредитование будет иметь большой спрос среди операторов формирующегося рынка экологически чистой продукции.

Заключение

Проведенное исследование позволяет утверждать, что развитие производства экологически чистой продукции в России пока еще находится на начальных стадиях. В этом отношении мы существенно отстаем, например, от стран Евросоюза. С учетом высокой социальной важности этого направления бизнеса в условиях перехода к устойчивому развитию и зеленому росту, требуется его всемерная государственная поддержка. Рассчитывать лишь на инициативу предпринимательского сообщества и самостоятельное внедрение бизнесом практик экологического менеджмента можно, но при таком «самопроизвольном» течении процессов экологизации, они могут занять неприемлемо много времени. В исследовании предложены конкретные инструменты государственной политики стимулирования производства экопродукции (товаров, работ, услуг) – льготное кредитование и субсидирование – и оценены границы и перспективы их использования.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Бездудная А.Г., Прокопенков С.В.* Экологический менеджмент / Санкт-Петербургский государственный экономический университет. СПб., 2019.
2. *Ларионов Г.В.* Экологический менеджмент: сущность, функции, задачи // Контроллинг. 2013. № 49. С. 20-24.
3. *Пахомова Н.В., Рихтер К.К., Эндрес А.* Экологический менеджмент. СПб.: Питер, 2003.
4. *Трифонов Т.А., Селиванова Н.В.* Экологический менеджмент / Владимирский государственный университет. Владимир, 2003.
5. *Боркова Е.А., Тимченко М.Н., Маркова А.А.* Инвестиции в зеленые технологии как инструмент экономического роста России // Бизнес. Образование. Право. 2019. № 3 (48). С. 87-91.
6. Зеленая экономика и зеленые финансы / под ред. Б.Н. Порфирьева. СПб.: Изд-во «МБИ», 2018. 327 с.
7. *Vertakova Y.V., Plotnikov V.A.* The Integrated Approach to Sustainable Development: The Case of Energy Efficiency and Solid Waste Management // International Journal of Energy Economics and Policy. 2019. Vol. 9 (4). P. 194-201.
8. *Vertakova Y., Plotnikov V.* Problems of sustainable development worldwide and public policies for green economy // Economic Annals XXI. 2017. Vol. 166 (78). P. 4-10.
9. *Казанцева А.Н.* Вопросы разработки и реализации государственной политики в сфере производства и обращения экологически чистой продукции // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2018. № 2. С. 16–20.
10. *Казанцева А.Н.* Особенности развития рынка экологически чистой продукции и внедрения экологически ориентированных инноваций в странах Европейского Союза // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. 2017. № 1. С. 236-244.
11. *Плотников В.А.* Понятие смешанной экономики: эволюция развития и современная трактовка // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2018. Т. 8. № 2 (27). С. 8-16.

Ли На

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТРАНСПОРТНО-ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация. В статье формулируются актуальные вопросы концепции формирования транспортно-логистической инфраструктуры страны в условиях глобализации. Характеризуются их отличительные особенности. Аргументируется необходимость принятия государством на вооружение стратегии, ориентированной на руководство логистическими процессами в национальной экономике с использованием институциональных и экономических мер. Обосновывается целесообразность согласования стратегии формирования транспортно-логистической инфраструктуры с перспективами становления торгового посредничества и контрактной логистики.

Ключевые слова. Глобализация; инвестиции; логистическая система; логистический сервис; склады; транспортно-логистическая инфраструктура; цифровизация.

Li Na

STRATEGIC ASPECTS OF THE FORMATION OF TRANSPORT AND LOGISTICS INFRASTRUCTURE IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Abstract. The article deals with topical issues of the concept of forming the transport and logistics infrastructure of the country in the context of globalization. Their distinctive features are characterized. It is argued that the state should adopt a strategy aimed at managing logistics processes in the national economy using institutional and economic measures. The expediency of coordinating the strategy for the formation of transport and logistics infrastructure with the prospects for the formation of trade mediation and contract logistics is justified.

Keywords. Globalization; investment; logistics system; logistics service; warehouses; transport and logistics infrastructure; digitalization.

Введение

Рецессия мировой экономики, начало которой инициировали пандемия коронавируса и падение спроса на рынке нефти, в одночасье не только затормозила процесс глобализации, но и привела к наложению вето на свободное перемещение людей и отдельных видов груза через государственные границы многих стран. Нужно ожидать, что в конечном итоге она прекратится, а ее последствия не так быстро, но постепенно все же исчезнут. Глобализация после этого, безусловно, продолжит свое развитие. Она необратима [1, с. 15]. Однако очевидно и другое. Национальные экономики будут перестраиваться (модернизироваться) с учетом опыта, полученного во время рецессии мировой экономики этого года. Направления перемен будут различными. Однако не вызывает никаких сомнений, что будут предприниматься институциональные действия по активизации: (1) цифровизации экономики; (2) дальнейше-

ГРНТИ 81.88.51

© Ли На, 2020

Ли На – аспирантка кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 192007, Санкт-Петербург, ул. Прилуцкая, 3 (Russia, St. Petersburg, Prilukskaya str., 3). Тел.: +7 981 761 39 30. E-mail: 199109095566ai@gmail.com.

Статья поступила в редакцию 08.04.2020.

го развития транспортно-логистических национальных инфраструктур. Если требования к 1-м из них в целом ясны, то стратегические императивы формирования таких инфраструктур нуждаются в уточнении и формализации.

Обзор теоретических взглядов в предметной области исследования

Уникальность каждого проекта построения транспортно-логистической инфраструктуры нельзя рассматривать в качестве единственного объяснения ограниченности существующего перечня требований к его реализации; наличия у некоторых из них таких свойств, как неоднозначность и неуниверсальность. Существует и другая причина. Нами она соотносится с тем, что концепция такой инфраструктуры целостный вид еще не приобрела. В пользу этого вывода свидетельствуют следующие положения.

Проблемы формирования инфраструктуры национальной экономики, как показывают наши исследования, в современных научных публикациях рассматриваются лишь фрагментарно. Среди них представляется необходимым, прежде всего выделить, вопросы, которые связаны с обоснованием положительных и отрицательных последствий реализации инфраструктурных проектов для развития национальной экономики; особенностей жизненного цикла этих проектов. Это не позволяет не только уточнить место и роль в такой инфраструктуре транспортно-логистической составляющей, но и прогнозировать перспективные стратегические сценарии ее развития.

Приведем пример. В [2, с. 92] инфраструктура относится к числу факторных условий (они рассматриваются в качестве одного из 4-х детерминантов конкурентного преимущества страны). Аналогичное мнение представлено в [3, с. 63]. В [2, с. 691] также считается, что инфраструктура может быть как источником рассматриваемого вида преимущества (в единичных случаях; если она специализирована и приспособлена к потребностям конкретных отраслей), так и источником проблем в национальной экономике. Наличие у инфраструктуры способности порождать отрицательные эффекты соотносится главным образом с возможностью ее негативного влияния на окружающую среду, т.е. с вероятностью возникновения конфликта между целями ее функционирования и обеспечения устойчивого развития территорий. Таким образом, имеет место столкновение двух взглядов на формирование инфраструктуры страны, т.е. коллизия.

Интерес к теории национальной инфраструктуры во многом обусловлен тем, что её функционирование, прежде всего, связано с государственным хозяйствованием. Отличительными чертами этого сектора экономики страны являются: высокая степень огосударствления (значительная часть инфраструктурных объектов находится в государственной собственности); высокие (инвестиционные) преграды для входа в него коммерческих структур [4, с. 6]. Среди таких барьеров особое место занимают существенные риски, обусловленные неопределенностью будущего спроса на инфраструктурные услуги. В зоне такого риска сегодня оказываются не только склады (эта ситуация для них является классической), но, например, и те объекты, которыми насыщены транспортные коридоры. Последние нередко меняют свою конфигурацию, оставляя без загрузки ранее созданные инфраструктурные мощности. Подобные вариации объясняются геополитическими факторами, а также появлением в государствах новых точек инфраструктурной активности. Например, строительство морского порта в Усть-Луге привело к потере части грузов Рижским морским портом. В последнем контексте следует ожидать, что реализация проекта «Экономический пояс Шелкового пути» приведет к глобальным структурным сдвигам в системе существующих транспортных коридоров.

Заметим, что в теории государственного регулирования постулируется оправданность инвестиций в развитие национальной инфраструктуры. Среди причин, обуславливающих такой подход, нужно выделить, прежде всего, признание того факта, что существует ряд товаров, которые рынок не поставит либо поставит в малом количестве [5, с. 79]. Эти причины являются убедительными. Однако, по нашему мнению, нельзя не учитывать актуальность правомерного установления соотношения государственных и рыночных регуляторов развития национальной инфраструктуры. Например, в РФ формирование транспортной составляющей этого сектора экономики во многом планируется исходя из запросов крупных корпораций и инвестиционных проектов, прежде всего, федерального значения (например, иницилируемых в рамках ФЦП «Развитие транспортной системы РФ (2010-2020)» [6].

Учитывая, что в отраслевом плане такие корпорации преимущественно относятся к добывающей промышленности, их требования к логистическому сервису вступают в конфликт с запросами пред-

приятый, выпускающих товары народного потребления; физических индивидуумов (потребителей). Таким образом, в РФ, в отличие от других стран (с развитой рыночной экономикой), приоритеты развития логистики в целом и транспортно-логистической инфраструктуры в частности определяют не динамика повышения требований к логистическому сервису в сфере физического распределения товаров, а планы развития крупных предприятий. Эта ситуация в первую очередь предопределяет диспропорции в развитии товаропроводящей сети на территории страны, что, соответственно, негативно отражается на обеспечении жизненных потребностей населения. Аргументом в пользу этого утверждения следует считать слабую представленность торговых сетей к востоку от Урала.

Основные результаты и их обсуждение

Совершенно очевидно, что государственное регулирование должно принять на вооружение стратегию, целеориентированную на руководство логистическими процессами в национальной экономике. Ее реализация должна не только сбалансировать интересы государства и бизнеса в отношении организации и регулирования товародвижения, но и дополнить рыночные механизмы теми мерами, которые позволят обеспечить его устойчивое развитие. Последние должны носить как институциональный, так и экономический характер.

К их числу следует отнести меры, направленные на: (1) снижение негативного влияния работы транспорта, прежде всего, автомобильного, на экологию; (2) повышение мобильности национальной транспортной системы; (3) формирование транспортно-логистической инфраструктуры, обеспечивающей полное удовлетворение населения в торговых услугах на всей территории страны, активизацию малого предпринимательства, занятость населения; (4) обеспечение оптимальных территориальных пропорций развития транспортно-логистической инфраструктуры; (5) стандартизацию логистических терминов и определений и др. С учетом событий, происходящих в последнее время, в этот перечень следует включить формирование системы государственных резервов на случай возникновения чрезвычайных ситуаций. Они уже показали, что номенклатура материальных ресурсов, предназначенных для мобилизационных нужд, должна быть пересмотрена.

Транспортно-логистическая инфраструктура в современных научных публикациях нередко рассматривается без привязки к рыночной инфраструктуре (инфраструктуре рынка); в контексте транспортных и складских мощностей (с недостаточным акцентом на интеграции взаимодействий между ними); с неполным определением потенциала пространственного размещения логистических (складских) мощностей; без учета роли логистики в обслуживании потребителей.

1-й аспект нами объясняется глобальной тенденцией перехода ответственности за управление транспортно-складской деятельностью (включая формирование складских сетей) к теории логистического менеджмента (логистике и управлению цепями поставок). Выделение последней в самостоятельную область знаний, согласно [7], не только обусловило ее определенный отрыв от классических компетенций торгового дела, но и создало предпосылки для ее примата над коммерческой деятельностью, хотя все это и противоречит рыночной логике взаимодействия хозяйствующих субъектов. Кроме того, это привело к тому, что вопросы трансформации рыночной инфраструктуры на основе системного подхода стали реже рассматриваться. Подобные работы в этой области в последние годы практически не встречаются [3, 8, 9 и др.].

2-й аспект (сужение экономических границ обслуживающей деятельности транспортно-складских мощностей до функциональной деятельности), по нашему мнению, обусловлен, по крайней мере, несколькими причинами: (1) в управлении этими мощностями просматривается достаточно существенная техническая составляющая; (2) экономическая природа деятельности транспорта и складов (соответственно, и критериев ее эффективности) различна (1-е перевозят грузы, а на 2-х хранятся и совершаются другие операции с товарно-материальными ценностями); (3) влияние окружающей (в т.ч., рыночной) среды учитывается незначительно. Отдельно в последнем контексте следует отметить такую причину, как отсутствие единой точки зрения в отношении понимания категории «логистическая система» [10]. Точное ее определение приведено в [11, с. 447]. Однако, судя по российским публикациям, посвященным рассматриваемой проблематике, эта точка зрения пока еще не получила широкого распространения [12, 13 и др.].

3-й аспект (неполнота учета потенциала пространственного размещения логистических мощностей, т.е. складов) предопределяется: сложностью выполнения условия о выборе их местоположения,

отвечающего требованиям, предъявляемым к рентабельности (прибыльности) и уровню складского (логистического) обслуживания; высокой динамикой вариативности оптимальных пространственных и временных зависимостей в транспортно-складской сети; трудностью принятия решения в случае ориентации этой сети на перемещение многономенклатурных товарных партий в условиях высокой неопределенности спроса и роста запросов на мелкопартионные отправки [11, с. 445; 14, с. 72; 15].

4-й аспект (отсутствие должного учета роли логистики в обслуживании потребителей) обусловлен следующими положениями: (1) недооценка того факта, что транспортная и складская деятельности относятся к сфере материальных (логистических) услуг; (2) неполнота проработки ключевых показателей эффективности логистического сервиса; (3) сложность обоснования положительного отклика потребителей на повышение уровня их логистического обслуживания; (4) недолюбовный учет возрастания роли логистики в обслуживании потребителей в условиях конвергенции товарного ассортимента, предлагаемого различными поставщиками, т.е. появления множества коммерческих предложений по поставкам товаров-субститутов (взаимозаменяемых товаров) очень близких друг к другу по многим параметрам (эта тенденция придает конкуренции логистическое измерение); (5) невысокая скорость трансфера в РФ современных стандартов логистического сервиса и др. [10, 11, 15].

Проблемы построения транспортно-логистической инфраструктуры, как правило, рассматриваются в отрыве от задач развития в стране торгового посредничества, сектора контрактной логистики (логистического аутсорсинга), нормирования транспортно-логистических процессов. Актуальность 1-й из них отмечается в [16]. 2-я задача также крайне важна, поскольку спрос на объекты такой инфраструктуры, в т.ч., формируют логистические аутсорсинговые компании. От решения 3-й задачи во многом зависят положительные изменения в производительности труда в логистических сферах экономики и уровне сервиса, предоставляемого задействованными в них организациями и предприятиях.

Отдельно следует отметить еще одно обстоятельство. Вопрос о том, является ли транспортная логистика самостоятельным функциональным направлением менеджмента или необходимо ее рассматривать как транспортное обеспечение логистики, несмотря на неоспоримость второго утверждения, до сих пор остается дискуссионным [7]. Эффективность формирования национальной транспортно-логистической инфраструктуры во многом зависит от полноты соответствия ее функциональной направленности запросам практики. Назначением этой инфраструктуры является оказание услуг (утилитарного характера) по перемещению материальных ресурсов во времени и пространстве, потребность в котором предопределяется нуждами общественного производства и ее собственными нуждами [3, с. 61].

Этот процесс осуществляется посредством цепей поставок, поэтому транспортно-логистическая инфраструктура товарных рынков призвана создавать нормальные условия для их функционирования. Степень ее прогрессивности должна оцениваться, исходя из вклада в обеспечение сбалансированности логистических взаимодействий между хозяйствующими субъектами в цепях поставок. Отсюда, в т.ч., возникает необходимость статистического наблюдения за участниками товародвижения, позволяющего визуализировать конфигурации цепи поставок и узловые точки их пересечения. Актуальность осуществления данной меры впервые была признана в [17].

Ключевой стратегической задачей формирования транспортно-логистической инфраструктуры является обоснование инвестиционного замысла ее построения или модернизации [18]. Она относится к компетенции теории анализа и оценки инвестиций в развитие логистических систем, которая пока еще не выстроена. Публикации по этой тематике единичны, в частности, к ним относятся [19, 20]. Их анализ показывает, что эффективность решений в транспортном и складском строительстве рассматривается главным образом: (1) в контексте классического управления инвестиционными проектами; (2) исходя из априори заданных требований к проекту; (3) без учета современных кластерных логистических инициатив; (4) без комплексного учета требований к уровню транспортных и складских услуг (логистического сервиса); (5) без строгого выстраивания сбалансированной системы ключевых показателей функционирования транспортно-логистической инфраструктуры.

Это означает, что необходимо активизировать научные исследования в направлении обоснования приоритетов оптимизации инвестиционных решений в области создания и развития объектов транспортно-логистической инфраструктуры. Существенное значение в этом плане приобретает аналитическая оценка институциональных императивов развития национальных логистических систем, в т.ч., в РФ и КНР; эволюции международных стандартов функционирования транспортно-логистической

инфраструктуры в условиях глобализации; современных тенденций в области обеспечения ее устойчивого развития.

Заключение

Очевидными ценностями глобализации являются свобода перемещения грузов и людей во всем географическом пространстве и высокая транспортная мобильность. Среди необходимых условий появления такой свободы, в первую очередь, целесообразно выделить обеспечение «проницаемости» государственных границ. Решение этой проблемы во многом относится к компетенции таможенной логистики. Другим необходимым условием для возникновения этой свободы следует считать обеспечение качества национальных транспортно-логистических инфраструктур с учетом лучших достижений в соответствующей мировой практике.

Достижение этой цели предполагает масштабные инвестиции в течение длительного срока. Учитывая трудность доступа к источникам их финансирования, особое значение приобретает обоснование адресности и эффективности капиталовложений в развитие национальной транспортно-логистической инфраструктуры, а также разработка проектов ее строительства в рамках государственно-частного партнерства. Все эти задачи имеют логистические компоненты, которые нуждаются в детальной проработке.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Строев Е.С.* Самоопределение России и глобальная модернизация. М.: Экономика, 2001. 351 с.
2. *Портер М.* Международная конкуренция. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
3. *Кузнецова А.И.* Инфраструктура: вопросы теории, методологии и прикладные аспекты современного инфраструктурного обустройства. Геоэкономический подход. М.: КомКнига, 2006. 456 с.
4. Государство и отрасли инфраструктуры в современной рыночной экономике. М.: Наука, 2001. 310 с.
5. *Стиглиц Дж.Ю.* Экономика государственного сектора. М.: Изд-во МГУ: ИНФРА-М, 1997. 720 с.
6. Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года (утв. распоряжением Правительства РФ от 22.11.2018 года № 1734-р).
7. *Ткач В.В.* Функциональные области логистики в сфере деятельности транспорта // Логистика: современные тенденции развития: материалы XVII Междунар. науч.-практ. конф. 4, 5 апреля 2019 г. Часть 2. СПб.: ГУМРФ имени адмирала С.О. Макарова, 2019. С. 133-140.
8. *Федько В.П., Федько Н.Г.* Инфраструктура товарного рынка. Ростов н/Д: Феникс, 2000. 512 с.
9. *Строев Е.С., Бляхман Л.С., Кротов М.И.* Экономика Содружества Независимых Государств накануне третьего тысячелетия. СПб.: Наука, 1998. 580 с.
10. *Ткач В.В.* Методологические проблемы формирования концепции управления цепями поставок // Логистика: современные тенденции развития: материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф, 24, 25 апреля 2014 г. СПб.: ГУМРФ им. С.О. Макарова, 2014. С. 286-289.
11. *Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж.* Логистика: интегрированная цепь поставок. М.: Олимп-Бизнес, 2001. 640 с.
12. Основы логистики / под ред. В.В. Щербакова. СПб.: Питер, 2009. 432 с.
13. Развитие науки и научно-образовательного трансфера логистики / под ред. В.В. Щербакова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. 220 с.
14. *Лёш А.* Пространственная организация хозяйства. М.: Наука, 2007. 663 с.
15. *Ткач В.В.* Императивы интегрированного планирования цепей поставок // Логистика: современные тенденции развития: материалы XIV Междунар. науч.-практ. конф. 9, 10 апреля 2015 г.. СПб.: ГУМРФ им. Макарова, 2015. С. 354-357.
16. Об утверждении стратегии развития торговли в РФ на 2011-2015 годы и период до 2020 года: Приказ Минпромторга России от 31.04. 2011 года № 422.
17. О комплексной программе развития инфраструктуры товарных рынков РФ на 1998-2005 годы: Постановление Правительства РФ от 15.06.1998 года № 593.
18. *Ткач В.В.* Оценка инвестиционного замысла (идеи) проекта логистической системы // Российское предпринимательство. 2005. № 2. С. 60-65.
19. *Мищенко А.В.* Методы и модели управления инвестициями в логистике. М.: ИНФРА-М, 2016. 370 с.
20. Оценка эффективности инвестиций в проекты транспортного строительства / В.Я. Ткаченко, В.П. Перцев, В.Г. Варнавский и др. Новосибирск: Наука, 2004. 334 с.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПУЛА РОССИЙСКИХ ВУЗОВ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ПРИ ЗАНЯТИИ ТОПОВЫХ МЕСТ В РЕЙТИНГАХ МЕЖДУНАРОДНЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Аннотация. В настоящее время развитие образования осуществляется в целом в условиях конкуренции и достижения количественных показателей деятельности образовательными организациями. В связи с ориентацией на зарубежные рейтинги университетов, наиболее вовлеченными в процесс конкуренции оказались отечественные организации высшего образования. С 2012 года государством реализуются проекты, формирующие пул наиболее перспективных вузов, которые будут претендовать на занятие топовых позиций в международных рейтингах университетов. Всё это свидетельствует о пересмотре роли высшего учебного образования в РФ. В таких условиях эффективность деятельности вузов становится приоритетной задачей, обеспечивающей удовлетворение как внутренних потребностей вуза, так и экономики страны в целом.

Ключевые слова. Деятельность отечественных университетов, финансирование вузов, программные меры поддержки отечественных университетов, развитие экономики страны в целом.

Loskutova M.A.

ENSURING THE COMPETITIVENESS OF THE POOL OF RUSSIAN UNIVERSITIES IN THE WORLD MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES WHILE TAKING TOP POSITIONS IN THE RANKINGS OF INTERNATIONAL UNIVERSITIES

Abstract. Currently, the development of education is carried out in General in conditions of competition and achievement of quantitative performance indicators by educational organizations. Due to the focus on foreign University rankings, the most involved in the competition process were domestic higher education organizations. Since 2012, the state has been implementing projects that form a pool of the most promising universities that will qualify for top positions in international University rankings. All this indicates a reconsideration of the role of higher education in the Russian Federation. In such conditions, the effectiveness of higher education institutions becomes a priority task that provides a solution to both the internal needs of the University and the country's economy.

Keywords. Activities of domestic universities, financing of universities, program measures to support domestic universities, development of the country's economy as a whole.

Введение

В 2012 году Президентом России были утверждены первые из нормативно-правовых положений о пересмотре роли отечественной системы образования как на внутреннем, так и на мировом рынке, которые реализуются и в настоящее время. Ориентация на международные рейтинги университетов привела к тому, что из всего перечня образовательных организаций высшего образования, признан-

ГРНТИ 06.71.45

© Лоскутова М.А., 2020

Майя Алексеевна Лоскутова – преподаватель кафедры менеджмента Санкт-Петербургского филиала Финансового университета при Правительстве РФ.

Контактные данные для связи с автором: Санкт-Петербург, Парголово, Осиновая Роща, ул. Брусничная, 12 (Russia, St. Petersburg, Pargolovo, Osinovaya Roscha, Brusnichnaya str., 12). Тел.: +7 921 657 10 30. E-mail: loskutovamaya@gmail.com.

Статья поступила в редакцию 24.03.2020.

ных на определенном этапе своей деятельности эффективными, необходимо было выделить тот пул университетов, развитие которых будет переориентировано на занятие топовых позиций в таких рейтингах.

При этом, следует учитывать, что у России не только не сложилось необходимого опыта по участию в таких рейтингах, но и отличным представляется сам принцип их формирования в связи с исторически сложившимися условиями деятельности отечественных образовательных организаций высшего образования [2]. Так, например, рейтинг QS является репутационным рейтингом. Как отмечается в [3], для того, чтобы измерить репутацию, рейтинговые агентства собирают и опрашивают собственные пулы, как академических экспертов, так и работодателей. Общие рейтинги наиболее объективно позволяют оценить деятельность так называемых классических университетов, в которых студенты получают широкий спектр базовых знаний в различных областях науки, соблюдая оптимальное сочетание естественно-научных и гуманитарных дисциплин, и где в науке преобладают фундаментальные, а не прикладные исследования.

При этом, если зарубежные университеты наработали к настоящему времени необходимый опыт по формированию критериев, отвечающих репутационным рейтингам, то в России критерии, по которым вузы могут конкурировать, позволяют им участвовать в общих рейтингах. Таким образом, складывается ситуация, при которой отечественным университетам для того, чтобы участвовать в репутационных рейтингах, прежде всего необходимо преодолеть разрыв в достижении соответствующих показателей, обеспечивающих участие и занятие топовых позиций в таких рейтингах.

В свою очередь, при установлении целевых ориентиров вхождения в «топ» рейтингов зарубежных университетов государством не рассматривались в качестве приоритетных общие рейтинги. В результате, участие российских вузов в «топ» международных репутационных рейтингов требует скорейшего обеспечения количественных показателей, для чего в настоящее время и предпринимаются соответствующие усилия. Тем не менее, к настоящему времени только МГУ им. М.В. Ломоносова удается регулярно входить в первую сотню ведущих университетов мира в нескольких рейтингах одновременно.

Материалы и методы

Отметим, что спецификой продвижения вузов к «топ» в международных репутационных рейтингах университетов является участие в проекте 5-100, что сопровождается дополнительным финансированием со стороны государства [3]. Это приводит к тому, что именно такие университеты становятся более привлекательными не только для государства, но и для иностранных обучающихся. В результате, стимул для развития получает только ограниченный перечень российских вузов. В свою очередь, вузы, не попавшие в Проект, не могут получить равных возможностей для конкуренции по сравнению с участниками проекта.

Таким образом, возникают полярные мнения относительно того, какая стратегия на уровне государства является более эффективной – принятая в настоящее время к реализации по финансовой поддержке ограниченного количества отечественных университетов и создания для них условий по дальнейшему продвижению в международных рейтингах университетов, или же финансирование в равных долях всех университетов страны с тем, чтобы создать для них действительно равные возможности для развития конкуренции и обеспечения роста образовательного уровня по стране в целом [3; 6].

В результате, в настоящее время вузы России, попавшие в проект 5-100, автоматически становятся претендентами на участие в рейтингах мировых университетов, которые изначально формировались с учетом специфики деятельности университетов стран Запада. Однако не все из вузов обладают требуемыми количественными показателями, что приводит к необходимости скорейшего преодоления сложившейся ситуации, особенно в условиях окончания государственного финансирования в связи с завершением проекта 5-100 и старта новой программы с учетом уже накопленного опыта реализации предыдущей. В целом, следует констатировать наличие у отечественных вузов больших предпосылок для продвижения в отраслевых рейтингах, которые предполагают конкуренцию в отдельных научных программах, однако такое направление участие не рассматривается государством, как приоритетное [4].

При этом, по-прежнему качество образования остается фундаментальным параметром в модели жизнеобеспечения любого государства и, следовательно, для обеспечения эффективного функциони-

рования государства и общественных институтов, представляется важным, чтобы образовательный процесс характеризовался отлаженностью и актуализацией по всей вертикали системы образования. Следовательно, вовлечение в процесс рейтингования общеобразовательных учреждений также должно рассматриваться среди приоритетных задач государства в процессе формирования целостной системы образования в России и обеспечения роста образовательного уровня по стране в целом.

Результаты и обсуждение

В настоящее время успешным признается результат вхождения вузов проекта 5-100 в институциональные, отраслевые и предметные рейтинги [1]. Отметим, что в 2020 году реализация указанного проекта заканчивается, однако он будет продлен в рамках федерального проекта «Молодые профессионалы» национального проекта «Образование», одной из целей которого является достижение Россией к 2024 году 10-го места в мире по присутствию университетов в топ-500 глобальных рейтингов университетов. На следующий период действия проекта будут применяться новые критерии для отбора новых вузов для участия в проекте. Имеющийся опыт текущих участников проекта 5-100 должен позволить снизить вероятность установки изначально нереальных целей [5].

На наш взгляд, пересмотр критериев участия в программных мероприятиях российскими университетами не станет тем необходимым условием, которое позволит преодолеть складывающиеся тенденции по невозможности обеспечения прорыва национальных вузов в рейтингах международных университетов. Следовательно, вновь пересмотренные количественные показатели для того, чтобы быть осуществимыми, должны быть обеспечены соответствующими ресурсами, которые по сравнению с уже имеющимся опытом участия в международных рейтингах отечественных вузов должны быть увеличены. Одной из таких мер следует признать рост контрольных цифр приема вузов, предусмотренный на 2021 и 2022 годы, который, в свою очередь, повлечет за собой либо пересмотр соотношения количества студентов к количеству педагогов, либо увеличение числа последних.

Заключение

Таким образом, в настоящее время в образовании можно наблюдать реализацию мер разностороннего характера, которые направлены на формирование системы подтверждения конкурентоспособности отечественного образования на мировом уровне. При этом, изначальная направленность на создание равных условий для конкуренции для всех образовательных организаций исключает иные, кроме сферы высшего образования, уровни из данного процесса в связи с ориентацией на участие в «топе» рейтингов международных университетов. Тем самым, на наш взгляд, нарушается целостность развития системы отечественного образования в целом.

Кроме того, этапность в реализации национальных проектов свидетельствует о необходимости пересмотра критериев для участников проекта, что, на наш взгляд, не является настолько необходимым, как создание равных возможностей для конкуренции между отечественными и зарубежными вузами. Отметим, что указанные возможности являются следствием поступательного развития университетов. Сам принцип рейтингования предполагает базирование на наиболее приоритетных направлениях развития, что и было учтено при создании рейтингов мировых университетов, и не совпадает с историческим развитием отечественных вузов.

В этой связи, возможно, более обоснованным видится усиление работы над формированием собственного национального рейтинга. Однако, предпринимаемые усилия со стороны государственных органов власти в настоящее время свидетельствуют об обратном. В целом, следует констатировать, что с течением времени вероятность достижения плановых показателей по занятию топовых мест в рейтингах международных университетов будет возрастать в том случае, если за указанный период российские вузы смогут преодолеть разрыв по ряду количественных показателей при соответствующем уровне качества достигаемых результатов.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Агранович М.* Образовательный проект «5-100» ждет перезагрузка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://rg.ru/2019/10/25/obrazovatelnyj-proekt-5-100-zhdet-perezagruzka.html> (дата обращения 28.02.2020).
2. *Бикезина Т.В., Фирова И.П., Сиденко И.К., Редькина Т.М.* Актуальные аспекты рейтингования вузов и формирование вертикали оценочной базы. СПб., 2019.

3. *Подцероб М.* Почему российские вузы не поднимаются высоко в международных рейтингах. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/management/articles/2017/10/17/738144-vuzi-ne-podnimayutsya> (дата обращения 28.02.2020).
4. *Свищунова В.* Почему ведущие российские вузы не могут пробиться в первую сотню мирового рейтинга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://m.dp.ru/a/2015/09/15/Pochemu_SPbGU_i_MGU_ne_mog (дата обращения 28.02.2020).
5. Татьяна Голикова открыла 12-е заседание Совета по повышению конкурентоспособности ведущих университетов России среди ведущих мировых научно-образовательных центров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://government.ru/news/38200> (дата обращения 28.02.2020).
6. *Фирова И.П., Редькина Т.М., Соломонова В.Н.* Оптимизация кадрового потенциала государственных учреждений // Интеграция науки и производства. 2019. № 6. С. 146-149.

ПРОБЛЕМЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Аннотация. В статье рассматривается специфика интеграционных процессов на постсоветском пространстве в условиях глобализации. Показано, что процесс интеграционного взаимодействия стран СНГ практически не прекращается со времен обретения странами Содружества независимости, но идет с различной степенью интенсивности и успешности. Страны региона прошли почти все этапы экономической интеграции, но в полном формате, с достижением конкретных экономических эффектов, этот путь удалось подойти лишь в рамках Таможенного союза интеграционной тройки: Казахстана, Беларуси и России. При этом, относительная успешность данного интеграционного проекта, прежде всего, обусловлена тем, что все его участники имеют достаточно экономических интересов и стимулов для экономического взаимодействия. Интеграция на постсоветском пространстве развивается неодинаково в различных областях взаимодействия стран, но в целом за последние четыре года ее динамика в рамках основных субрегиональных объединений оставалась примерно на одном уровне. Это означает, что постоянный дезинтеграционный тренд, наблюдавшийся в течение двух десятилетий, возможно, подошел к концу, однако качественно ситуация не была переломлена.

Ключевые слова. Евразийский экономический союз, интеграция, постсоветское пространство, технологические связи, интеграционный барометр, международные отношения.

Nuyangzin V.M.

PROBLEMS OF REGIONAL ECONOMIC INTEGRATION IN THE POST-SOVIET SPACE

Abstract. The article discusses the specifics of integration processes in the post-Soviet space in the context of globalization. It is shown that the process of integration interaction of the CIS countries has practically not stopped since the time when the countries of the Commonwealth gained independence with varying degrees of intensity and success. The countries of the region went through almost all stages of economic integration, but in full format with the achievement of specific economic effects, it was possible to approach only within the framework of the Customs Union of the integration trio: Kazakhstan, Belarus and Russia. Moreover, the relative success of this integration project is primarily since all its participants have enough economic interests and incentives for economic interaction. Integration in the post-Soviet space does not develop equally in different areas of interaction between countries, but over the past four years, its dynamics within the framework of the main subregional associations has remained at approximately the same level. This means that the constant disintegration trend that has been observed for two decades may have come to an end, but the situation has not been qualitatively reversed.

Keywords. Eurasian Economic Union, integration, international relations, post-Soviet space, technological communications, integration barometer.

ГРНТИ 06.51.77

© Нуянзин В.М., 2020

Валерий Мэлисович Нуянзин – соискатель кафедры общей экономической теории и истории экономической мысли Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: 8 (812) 310-47-60. E-mail: nvm@iacis.ru.

Статья поступила в редакцию 03.02.2020.

Введение

Евразийская экономическая интеграция своей историей формирования берет начало из Российской империи и из СССР. Этот факт не плох и не хорош, это просто действительность. При этом, унаследовано множество производственных цепочек и инфраструктура в целом. Страны, образовавшиеся после распада СССР, зависят друг от друга в таких сферах, как, например, электроэнергетические системы, нефте- и газопроводы, а также перевозки на железной дороге. Невозможно полностью изолировать друг от друга, а если всё-таки попытаться это сделать, то страны понесут большие убытки.

Основные направления интеграции постсоветских стран

После распада СССР между бывшими союзными республиками, ныне самостоятельными государствами, сохранилось большое количество технологических связей. К примеру, текстильная промышленность России привыкла использовать хлопок из Узбекистана. И, напротив, производство этого самого хлопка на протяжении по меньшей мере ста лет подстраивалось как раз под российскую текстильную промышленность. Эта связь постепенно ослабляется, так как оборудование совершенствуется, а рынки сбыта диверсифицируются (а это, зачастую, сопряжено с большими финансовыми затратами). Несмотря на это, на деле сотни уникальных производственно-технологических связей продолжают функционировать.

Особое место занимает общая железнодорожная область «1520», названная так по ширине колеи, измеренной в миллиметрах. Туда включены абсолютно все постсоветские страны и Финляндия. Исторически сложилось так, что для государств Центральной и Северной Евразии железные дороги имели исключительную важность, намного большую, чем в остальных регионах и странах мира ввиду того, что других вариантов передвижения просто нет (ограниченность морских перевозок и меридиональность рек). Около 60 процентов всех мировых железных дорог имеют стандарт колеи, равный 1435 миллиметров, в то время как в Евразии этот процент намного ниже, а всего там существует восемь типов колеи. Помимо этого, сеть железных дорог сегодня учитывается при формировании стратегии Нового Шёлкового пути: инвестиции в эту сферу, возрастание уровня контейнеризации и успехи в развитии мультимодальных перевозок, а также реализация транзитного потенциала между Китаем и Западной Европой посредством стран Евразийского экономического союза и создание высокоскоростных магистралей.

В электроэнергетике также сохраняются плотные технологические связи. Даже во время кризиса 1990-2000-х гг. получалось сохранять довольно большие объёмы торговли электричеством – в основном благодаря оставшейся со времен СССР системе расположения генерирующих мощностей. К примеру, всегда дешёвая генерация угля Экибастузского угольного бассейна (Северный Казахстан) отчасти работает на близлежащие области России. И, напротив, генерирующие мощности Поволжья дают энергию нуждающемуся в ней Западному Казахстану. Вложения капитала в системы распределения и генерацию настолько огромны, что даже, желая этого, полной энергонезависимости достигнуть крайне тяжело. Помимо этого, настоящая энергобезопасность, в особенности небольших энергосистем, всегда подразумевает технологическое и экономическое сотрудничество с сопредельными странами, так как это позволяет застраховать систему на случай каких-либо аварий или перегрузок, а также найти баланс в национальной энергосистеме [11; 12].

Еще в 1992 году, когда советская энергетическая система прекратила своё существование, ее существенная часть – Общая энергосистема Центральной Азии (ОЭС-ЦА) с единым диспетчерским центром в Ташкенте продолжала свою работу вплоть до 2009 года. В данный момент подготавливается нормативная база совместного энергорынка ЕАЭС, работа над которым, согласно договорённости между странами, должна была быть закончена в 2019 году. У него достаточно большие перспективы, если говорить об экономической эффективности и о том, чтобы сделать энергосистемы более стабильными [8].

Интеграция внутри ЕАЭС осуществляется по новым правилам, т.е. на основе рыночных условий (не административно-командных) и с учётом признания суверенитета стран-участниц. Основная задача Евразийского экономического союза состоит в выстраивании как можно более масштабного совместного рынка на основании этих новых принципов [9].

При этом возникают вопросы. Каков будет показатель экономической интеграции в регионе в целом, и сохраняются ли при этом тенденции к полному отделению и автономии? Можно ли прекратить

эти разрушительные процессы, если они есть, а, возможно, даже и «отработать задний ход»? Для того, чтобы получить ответы, необходимо изучить данные за длительный промежуток времени, так как экономические процессы обладают очень большой инерцией. Для этого мы можем воспользоваться таким аналитическим инструментом, как ЕАБР – «Система индикаторов евразийской интеграции» [3].

Во-первых, дезинтеграция среди стран, образовавшихся после распада СССР, проходит по-разному в различных сферах сотрудничества. В общем и целом, в СНГ в промежуток с 2009 по 2012 годы просматривается тенденция к дезинтеграции в сфере законной трудовой миграции, однако в сфере образования сотрудничество между государствами укрепилось. Положение в области торговли между странами, как электроэнергией, так и, к примеру, сельскохозяйственной продукцией, пришло в норму после стагнации 2000-2008 годов и, по существу, не изменилось за 2009-2012 годы. В отношении показателей макроэкономики, таких, как уровень ВВП, инфляции и др., у постсоветских стран на протяжении 2000-х годов мы можем наблюдать больше расхождение, чем сближение. Уровень конвергенции в области монетарной, финансовой и фискальной политики снизился [1].

Во-вторых, одновременно со всем этим существует тенденция к постепенному сближению, переходу от взаимной дезинтеграции среди стран, так называемого, «интеграционного ядра» (Россия, Беларусь, Казахстан) уже с 2004-2005 годов. Показатели сотрудничества между ними постепенно восстанавливаются и прогрессируют. Возникновение Таможенного Союза (ТС) именно в рамках «тройки» нельзя назвать случайным: оно показывает процессы в экономике, сложившиеся в течение нескольких лет до возникновения ТС.

Углубление региональной интеграции стран-членов ЕАЭС возможно на пути формирования и использования общих цифровых сетей, цифровых платформ и новых цифровых технологий, которые позволяют устранить границы, создают новые рабочие места и развивают новые сферы экономической деятельности и международного сотрудничества [2].

В «Систему индикаторов евразийской интеграции» включён общий индекс, который нацелен, главным образом, на консолидацию различных направлений регионального сотрудничества в один показатель, который отражает какой-либо внутрорегиональный уровень интеграции или уровень интеграции региона СНГ с каждой страной. Если говорить об общей степени интеграции всех постсоветских стран, то можно отметить, что в тройке лидеров с 2008 года находились Армения и Кыргызстан. На фоне этого совершенно не выглядит случайным факт их вступления в ЕАЭС в 2015 году. Таджикистан, который был лидером в 2002 и 2008 годах, значительно убавил обороты интеграции с СНГ в 2012 году. Молдова и Украина также уступили лидирующие позиции по интеграции, если сравнивать с 2002 годом, а уровень интеграции Грузии и Азербайджана с регионом СНГ за последние 4 года значительно возрос [5].

Динамика общественного мнения по вопросам евразийской интеграции

Большое значение, на наш взгляд, имеет мониторинг восприятия обществом евразийского интеграционного проекта. Невозможно осуществить интеграцию государств, не считаясь с интересами и мнением широких слоёв населения. Отвечая этой необходимости, Европейской комиссией Евросоюза ведется проект Eurobarometer. Аналогичный проект Latinobarómetro продвигается в Латинской Америке крупной некоммерческой организацией. В ЕАЭС проблему выявления предпочтения граждан по интеграции призван решить Евразийский банк развития (ЕАБР), миссией которого является способствование экономической интеграции в Евразийском регионе. Каждый год, начиная с 2012, проводятся социологические опросы под эгидой международного исследовательского проекта «Интеграционный барометр ЕАБР». Консорциум «Евразийский монитор» при этом являлся партнером ЕАБР в этом проекте.

Центральная задача «Интеграционного барометра ЕАБР» – изучение отношения граждан государств-членов к созданию Евразийского экономического союза, а также мнения граждан других стран на предмет их потенциального присоединения к Союзу. В 2012-2014 годах измерялось отношение граждан к Таможенному союзу и Единому экономическому пространству, с 2015 года – к Евразийскому экономическому союзу.

Отношение населения пяти государств-членов ЕАЭС к евразийскому интеграционному проекту на протяжении пяти лет в целом можно оценить как преимущественно позитивное. Однако от страны к стране и от года к году наблюдаются существенные вариации. Наиболее стабильная поддержка евразийского объединения отмечается в его трех государствах-инициаторах – Казахстане, России

и Беларуси, сформировавших «интеграционное ядро» Союза. Все эти годы не менее 60% населения этих стран относились к их интеграции положительно.

Высокий показатель поддержки общества «интеграционной тройки» был замечен в 2014 году, когда эти три страны подписали Договор о ЕАЭС. Данное событие активно освещалось СМИ. Решение лидеров государств создать ЕАЭС одобрили 84% жителей Казахстана, 79% России и 68% Беларуси. Несмотря на это, дальнейшее отношение к Евразийскому экономическому союзу стало более сдержанным. Самый высокий уровень поддержки обществом ЕАЭС в 2016 г. был зафиксирован в Казахстане, там показатель одобрения составлял 74%, что можно сопоставить с показателем 2013 года (73%). Второе место по одобрению евразийской интеграции занимала Россия (около 69%). Однако и здесь, по сравнению с 2015 годом, показатель снизился на 9%. Самый низкий за 5 лет показатель одобрения интеграционных процессов наблюдался в 2013 году [5].

Наиболее сдержанным (из трех стран-основателей ЕАЭС) к евразийской интеграции в 2012-2016 гг. было отношение граждан Беларуси: показатель одобрения сохранялся на уровне не ниже 60% населения. В 2016 году было зафиксировано 63%. Так как Армения и Кыргызстан вошли в ЕАЭС лишь в 2015 году, до того момента мнение населения этих стран было проанализировано на предмет желания присоединиться к ТС и ЕАЭС. Восприятие обществом процесса интеграции двух этих стран характеризовалось заметными колебаниями. В Армении пик поддержки присоединения к ЕАЭС был зафиксирован в 2013 году (67% населения). Но, начиная с 2014 года, данный показатель начал постепенно снижаться, а отрицательное отношение к интеграции лишь росло [7].

Уже в первый год Армении в союзе, поддержка обществом участия страны в ЕАЭС снизилась до 56% с 64%. Далее, в 2016 году, она снизилась до 46%. Отрицательное отношение в стране к ЕАЭС в 2016 году составляло уже 15%, тогда как в 2015 году оно составляло 10%, а в 2012 году – всего 3%. Можно предположить, что эта динамика была вызвана кризисом в российской экономике, с которой, в свою очередь, тесно связана экономика Армении, что отражалось на материальном состоянии граждан республики. В 2016 году на трудности в экономике наложились также высокие цены на электроэнергию, которую предоставляет РФ, а также неодобрение позиции России по вопросу конфликта в Нагорном Карабахе [3].

В Кыргызстане вплоть до 2015 года изучали мнение граждан о целесообразности присоединения к ЕАЭС, а с 2016 года их спрашивали об отношении к уже состоявшемуся вступлению в союз. В 2012-2013 годах поддержка была на уровне 67 и 72% населения, соответственно, но в 2014 резко упала с 72% до 50%, а количество противников выросло до 30% с прежних 14%. Вероятнее всего, такая смена настроения была вызвана девальвацией рубля, из-за которой доход трудовых мигрантов резко упал и ослабла национальная валюта Кыргызстана. На мнение населения также могло повлиять усиление контроля по отношению к реэкспорту Кыргызстаном товаров из Китая, от которого Кыргызстан сильно зависел [4].

Несмотря на это, в 2015 году, после подписания Договора о ЕАЭС, Кыргызстан уже был на пути к полному членству в Союзе, народная поддержка возросла до 86% с прошлых 50%, а отрицательный настрой упал до 6%. Случилось это благодаря позитивному освещению СМИ идеи вступления Кыргызстана в ЕАЭС, что предполагало более широкий общий рынок труда Союза и открытый доступ к нему, а также создание общего фонда для адаптации кыргызской экономики к условиям ЕАЭС и многое другое. К 2016 году уже около 81% кыргызов поддержали присоединение к ЕАЭС, и это стало самым большим процентом по ЕАЭС за год.

Следует также отметить, что практически в каждом указанном случае поддержка ЕАЭС упала из-за увеличения доли граждан, которые относились к содружеству безразлично, а в Армении к этому прибавилось количество отрицательных оценок (5%). Вероятен сценарий, в рамках которого интерес граждан и их уровень одобрения ЕАЭС будет продолжать падать и дальше [6]. Недоверчивое отношение к интеграции и некоторое безразличие к ней – это своеобразный этап эволюции ЕАЭС. Одним из ярчайших примеров подобного явления можно назвать наблюдаемый «евроскептицизм» в странах ЕС. Можно сделать вывод, что на пространстве союза формируется так называемый «евразоскептицизм». Как и «евроскептицизм», проявляется он не только в сознании общественности, но и у государственных и бизнес-элит, малых и средних предпринимателей, сообщества экспертов.

Отрицательное отношение к постсоветской реинтеграции не является чем-то новым, наоборот, оно существовало на протяжении последних 25 лет. Были подвержены сомнению как цели, так и методы

процессов интеграции, причем как изнутри, так и извне. С другой стороны, уровень отрицательного восприятия таможенного союза, единого экономического пространства и формируемого евразийского союза в ближайшем будущем вполне может повыситься. И к этому мы должны быть готовы. Радость от успешного запуска ТС и ЕЭП уже закончилась. На этом фоне снижается и уровень общественного одобрения евразийской интеграции. У простых граждан всё чаще возникает вопрос: «Что же мне дал этот таможенный союз?». Люди начали относиться к евразийской интеграции более утилитарно.

Недовольство национальных средних и малых предпринимателей скорее всего растет из-за укрепления позиций иностранных производителей. Правительства и крупные компании выражают свое недовольство ввиду нетарифных барьеров, которые призваны защищать рынок страны. В связи с этим стоит учитывать позицию различных слоев населения страны по вопросу о вступлении в евразийский экономический союз. Например, в 2016 году более богатые слои населения в большинстве своём были более благосклонны по отношению к ЕАЭС, что нельзя сказать про малообеспеченное население. В Казахстане и Беларуси поддержка граждан с наиболее высоким уровнем дохода составила 76% и 74%, соответственно, а граждан с низкими доходами – 65% и 57%.

Однако, в России и Кыргызстане представители разных слоев с разными доходами продемонстрировали некоторое единогласие относительно идеи участия в ЕАЭС (в России – чуть больше 64% на обе доходные группы, в Кыргызстане – более 79%) [6]. Неизменным остался только факт, что люди с низким доходом немного чаще заявляли о своем безразличии или недоброжелательном отношении к ЕАЭС. Следует обратить внимание также, на разницу в точках зрения разных возрастных групп (см. рис.). Например, это проявляется в Армении и Казахстане.

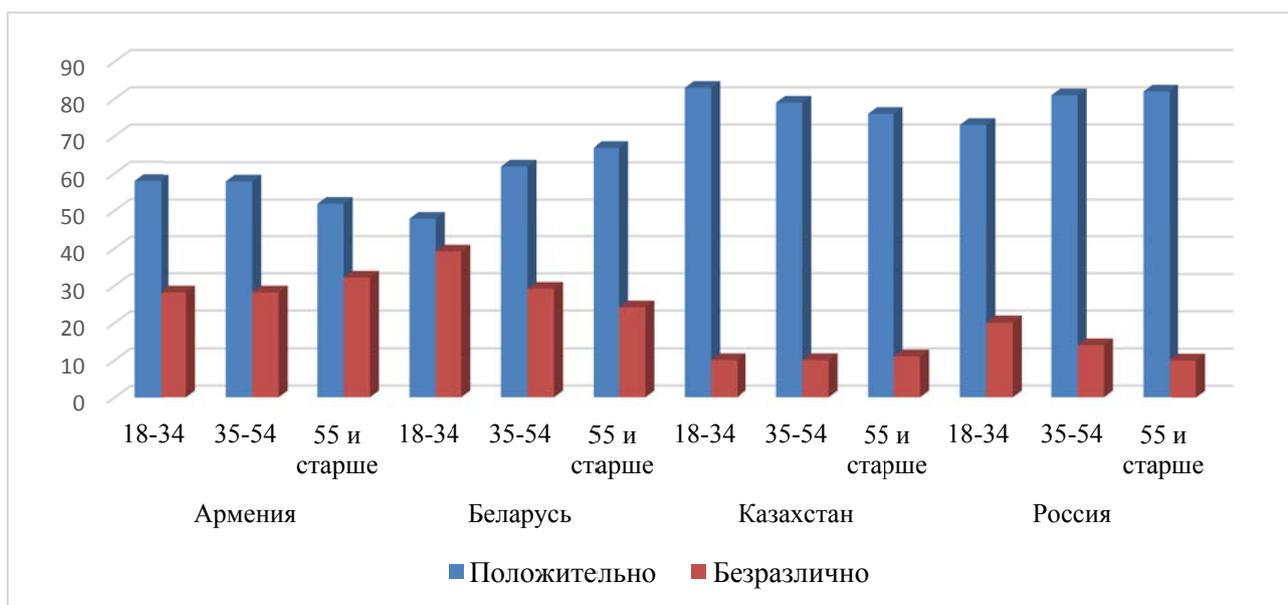


Рис. Отношение граждан к вопросу поддержки участия страны в ЕАЭС с классификацией по возрастным категориям (доли разных ответов, %) [6]

В России и Беларуси, наоборот, молодежь была согласна с идеей вступления в союз реже, чем взрослая часть страны (в среднем на 19% в Беларуси). В Кыргызстане же в 2015 году зафиксировали почти равную поддержку идеи вступления в союз среди всех возрастных слоев (молодая часть населения поддержала ЕАЭС всего лишь на 4% меньше) [5].

В 2016 году также было изучено мнение граждан стран ЕАЭС по вопросам введения единой валюты, расширения Союза, подписания соглашения о свободной торговле и финансовых инвестициях между ЕАЭС и ЕС, а также по созданию общей телевизионной и радиокompаний и безтаможенной системы внутри союза. Большая часть опрошенных (52-87%) была согласна с этими инициативами, кроме вопроса о единой валюте. Этот вопрос сильно разделил мнения граждан: в Армении было зафиксировано примерно одинаковое количество сторонников и противников общей валюты (45% и 42%, соответственно), в Беларуси разница тоже была невелика (см. таблицу).

Таблица

Мнение граждан стран ЕАЭС по вопросу единой валюты с выделением групп населения по материальному положению, % [6]

Оценка	Армения		Беларусь		Казахстан		Кыргызстан		Россия	
	Группы по материальному положению									
Положительно	49	36	74	57	76	65	80	79	69	64
Безразлично	34	38	15	33	14	20	13	3	25	21
Отрицательно	16	19	4	6	6	12	5	12	4	6

Если говорить о государствах, которые не входят в ЕАЭС, то среди них наивысший интерес к возможности присоединения к Союзу в период с 2012 по 2016 года проявляло население Узбекистана и Таджикистана. Это означает, что евразийскому интеграционному проекту нужно развивать эффективные методы представления себя в информационном поле внутри и за пределами ЕАЭС, и крайне важно при этом, чтобы систематическая работа не заменялась примитивной пропагандой.

Заключение

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что исключительной чертой стран, образовавшихся после распада СССР, являются очень тесные дружеские и даже семейные связи между народами. Такого явления больше в мире нет нигде. Около 60% участников опроса указали на то, что у них в соседних странах проживают близкие друзья, родственники или коллеги, с которыми они поддерживают постоянную связь. Как итог, можно сказать, что значительная часть населения стран-участниц Евразийского экономического союза, включая молодёжь, одобряет концепцию евразийской интеграции. Это позитивное решение является своего рода признанием населением проводимой государством политики. Наряду с этим, крайне важно прислушиваться к тревожным сигналам в общественном мнении, чтобы своевременно скорректировать направление развития евразийского интеграционного проекта, делая его привлекательным, прозрачным, социально-ориентированным и понятным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Боркова Е.А., Плотников В.А., Пролубников А.В., Титов А.Б. Пространственно-экономические трансформации и проблемы формирования единого экономического пространства (на материалах Евразийского экономического союза) // Российский экономический интернет-журнал. 2019. № 1. С. 13.
2. Дятлов С.А. Сотрудничество Евразийского экономического союза и Европейского Союза в цифровой экономике // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2019. № 6 (120). С. 21-24.
3. Евразийская экономическая интеграция – 2019. Евразийский Банк Развития. Доклад № 52.
4. Ежемесячный информационно-аналитический обзор. Евразийский Банк Развития. Дирекция по аналитической работе. Декабрь 2019 г.
5. Количественный анализ евразийской интеграции: проекты Центра интеграционных исследований ЕАБР // Центр интеграционных исследований ЕАБР (информация по состоянию на 01.06.2018). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://eabr.org/analytics> (дата обращения 05.01.2020).
6. Миропольский Д.Ю., Селищева Т.А., Дятлов С.А. Российская экономика в Евразийской интеграции: макроэкономический и региональный уровни. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2018. 180 с.
7. Нуянзин В.М., Ананьев А.А. Евразийский вектор интеграции экономики России // Проблемы современной экономики. 2019. № 2 (70). С. 247-248.
8. Нуянзин В.М. Развитие евразийской интеграции и энергетическая безопасность // Проблемы современной экономики. 2019. № 2 (70). С. 10-12.
9. Селищева Т.А., Чжоу В., Потепенко А.В., Ананьев А.А. Евразийская экономика и идея многополярного мира в контексте глобализации и регионализации // Проблемы современной экономики. 2016. № 1 (57). С. 6-11.
10. Селищева Т.А. Проблемы устойчивого развития экономики в странах Евразийского экономического союза // Проблемы современной экономики. 2018. № 2 (66). С. 15-21.
11. Selishcheva T.A., Miropolskii D.I., Diatlov S.A., Kuzminykh I.V., Potapenko A.V. Problems and prospects of sustainable development of supply chain (case study: the EEU countries) // International Journal of Supply Chain Management. 2018. T. 7. № 5. С. 886-893.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК В ЭЛЕКТРОННОЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛЕ

Аннотация. В статье характеризуется влияние развития электронной оптовой торговли на цепи поставок. Характеризуются изменения в логистических взаимодействиях их участников в случае смены формата оптовой торговли с классического на электронный. Раскрываются особенности проектирования таких структур в международной торговле. Определяются логистические риски в международных цепях поставок в электронной оптовой торговле. Приводятся рекомендации по управлениями такими рисками с использованием технологии блокчейна.

Ключевые слова. Блокчейн, логистика, международные цепи поставок, проектирование, логистические риски, цифровизация, электронная оптовая торговля.

Niu Jiahui

ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC FEATURES DESIGNING INTERNATIONAL SUPPLY CHAINS IN ELECTRONIC WHOLESALE TRADE

Abstract. The article describes the impact of the development of electronic wholesale trade on the supply chain. The article describes changes in the logistics interaction of their participants in the case of changing the format of wholesale trade from classic to electronic. The article reveals the features of designing such structures in international trade. Logistics risks in international supply chains in e-wholesale trade are determined. Recommendations for managing such risks using blockchain technology are provided.

Keywords. Blockchain, logistics, international supply chains, design, logistics risks, digitalization, e-wholesale.

Введение

Электронная оптовая торговля нуждается в логистической помощи, способной вывести ее на новый уровень развития. Востребованность этого шага предопределяется необходимостью адаптации организации операционной логистической деятельности к специфике электронных транзакций. Рыночные взаимодействия этого типа характеризуются более высокой динамикой. От логистического отклика на решения в е-коммерции в сфере B2B ожидается более высокая скорость, чем в классическом виде оптовой торговли. Решение этой проблемы предполагает выработку нового подхода к проектированию цепей поставок, учитывающего современные электронные экономические реалии.

Особенно остро эта проблема стоит в международной торговле, логистическая деятельность в которой отличается особой сложностью. Это объясняется высокой неопределенностью наступления событий в международных цепях поставок; существованием широкого круга ограничений, препятствующих их контролю; масштабностью инвестиций в формирование активов, необходимых для логисти-

ГРНТИ 06.75.55

© Ню Цзяхуэй, 2020

Ню Цзяхуэй – аспирант кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 192007, Санкт-Петербург, ул. Прилукская, 3 (Russia, St. Petersburg, Prilukskaya str., 3). Тел.: +7 981 848 92 24. E-mail: niujiahui@mail.ru.

Статья поступила в редакцию 08.04.2020.

ческой поддержки процессов в международных цепях поставок; высокими логистическими рисками; страновыми различиями в культуре логистического менеджмента; разнообразием форм товаросопроводительной документации; длительностью циклов исполнения заказов на поставки и трудностью их согласования в пределах цепи поставок и др. Все это требует усиления внимания к организационно-экономическим особенностям проектирования международных цепей поставок в электронной оптовой торговле.

Механизм влияния электронной оптовой торговли на цепи поставок

Влияние электронной оптовой торговли на цепи поставок следует считать многосторонним:

- в новом свете предстает задача замены запасов материальных ресурсов на информацию о возможностях пополнения. Это обуславливается тем, что е-коммерция по сравнению с классическим вариантом закупок гарантирует доступ к более широкому, по сути, неограниченному, кругу поставщиков [1, с. 541];
- е-коммерция в сфере B2B способствует всеобщей трансформации бумажного оборота в цепях поставок в безбумажный, безопасность и прозрачность которого, в т.ч., обеспечивается за счет технологии блокчейна [2, с. 32; 3, с. 58]. Это означает, что возможности отслеживания перемещения товарных партий в цепях поставок возрастают;
- е-коммерция в сфере B2B позволяет ускорить проведение финансовых расчетов за выполненные поставки и, тем самым, повысить скорость товародвижения в логистических цепях. Чтобы эффективно использовать эту возможность, необходимо перепроектировать функциональные циклы исполнения заказов на поставку и обосновать новые подходы к их гармонизации в рамках всей цепи;
- более высокая видимость событий, происходящих в цепях поставок в случае е-коммерции в сфере B2B, создает объективные предпосылки для рационализации решений по отсрочкам выполнения логистических операций. Их реализация, в свою очередь, позволяет избежать непроизводительного перемещения материальных ресурсов [4, с. 541; 5];
- е-коммерция в сфере B2B открывает новые перспективы интеграции в цепях поставок. Условия для этого создает возможность соединения логистических информационных систем (ЛИС) и их участников в единую сеть;
- е-коммерция в сфере B2B способствует усилению внимания к стыковке внешних участков логистической ответственности на каждом предприятии-участнике цепи поставок, которая для многих из них является актуальной проблемой;
- е-коммерция в сфере B2B актуализирует необходимость готовности к быстрой перестройке конфигурации цепей поставок, потребность в которой может определяться быстротечными изменениями конъюнктуры на товарных рынках; корректировкой фокусной компанией плана продаж (размещения заказов на поставки) или клиентами своих запросов;
- е-коммерция в сфере B2B стимулирует тотальную цифровизацию цепей поставок [6, с. 13; 7]. Эта тенденция, согласно [5], усилит остроту вопроса о разделении полномочий по управлению цепями поставок между логистическими менеджерами и ЛИС;
- она делает необходимым переход к многоканальным поставкам [8, с. 13]. Нужно заметить, что этот шаг, в свою очередь, актуализирует управление запасами материальных ресурсов, которые распределены не только в их звеньях, но и в различных каналах поставок [9-11].

Смена формата оптовой торговли с классического на электронный, как показывают наши исследования, сопровождается изменениями в логистических взаимодействиях участников цепей поставок. Однако перед тем, как их охарактеризовать, целесообразно учесть ряд положений.

Во-первых, е-коммерция в сфере B2B не может претендовать на полное замещение ее классического вида. Темпы ее развития достаточно высоки (по сравнению с торговлей в сфере B2C). Однако максимальная удельная ее доля в общем объеме оптовой торговли в США, которые лидируют в области развития оптовой е-коммерции, практически не превысила 15%. Этот результат был достигнут в секторе продаж товаров производственно-технического назначения (машин и оборудования), что свидетельствует о локальной направленности оптовой е-коммерции. Если предположить, что поставки этих товаров осуществлялись в рамках длительных хозяйственных связей, то реальный функционал электронной оптовой торговли будет еще ниже.

Во-вторых, нельзя согласиться с тем, что е-коммерция (независимо от того, является она оптовой или розничной) гарантирует быстрый и качественный поиск потенциальных поставщиков, как это утверждается в [12, с. 45]. Существует ряд аргументов в пользу нашего вывода: (1) не все поставщики предоставляют полные данные о преимуществах и недостатках выпускаемой ими продукции; (2) существует общая практика, согласно которой поставщики не всегда включают в электронный каталог продукции, предлагаемой к реализации, высоколиквидные товары; (3) внедрение информационных технологий в сфере продаж и закупок происходит недостаточными темпами (например, по данным официальной статистики, в РФ в 2018 году менее 50% предприятий использовали сеть Интернет для предоставления сведений о готовой продукции, предлагаемой к продаже); (4) в последнее время отчетливо проявляется тенденция, которая характеризуется тем, что потенциальные поставщики в ответ на запрос коммерческого предложения нередко присылают оферты, содержащие условия, не отличающиеся от тех, которые были указаны в запросе (такая практика существенно затрудняет их акцепт); (5) не весь перечень товаров подлежит закупкам и продажам путем электронной оптовой торговли (по причине необходимости проведения преддоговорных коммерческих переговоров); (6) результаты поиска потенциальных поставщиков в сети интернет нуждаются в специальной верификации [11]. Однако, справедливости ради, целесообразно отметить, что в будущем в результате создания единого цифрового пространства в ЕАЭС, а также повсеместного внедрения технологии блокчейна в логистике поиск потенциальных поставщиков упростится [13].

Дополнительно нужно констатировать еще одно обстоятельство. Старт эволюции электронной оптовой торговли дало внедрение электронного обмена данными (EDI) [14, с. 296]. В РФ, согласно официальной статистике, в 2018 году эту технологию использовало почти 70% предприятий. Однако этот факт не дает основания предполагать, что в РФ сложились все необходимые условия для выхода оптовой е-коммерции на новый уровень развития. В частности, об этом свидетельствуют низкие масштабы задействования предприятиями в этом году специальных программных средств в закупках и продажах (соответственно, около 40% и 25% от общего числа организаций). Представляется, что эти показатели уменьшатся, если исключить из этого перечня предприятий те, которые осуществляют закупку товаров в электронной форме (в т.ч. осуществляют их продажу) для государственных и муниципальных нужд. Росстат не выделяет отдельной строкой данные об использовании российскими предприятиями таких специальных программных средств как SCM. Объектом статистического наблюдения выступает их группа – CRM, ERP, SCM. Востребованность их на практике возрастает. Однако существуют все основания полагать, что это происходит благодаря увеличению спроса на программы CRM.

В-третьих, е-коммерция в сфере B2B полностью не устраняет транзакционные ограничения. Часть из них просто трансформируются в новые виды. Например, отслеживание перемещения грузов с помощью сканирования сигналов радиочастотных RFID меток порождает необходимость введения контроля за работой соответствующих технических средств.

В-четвертых, е-коммерция в сфере B2B порождает логистические риски, в основе которых, в частности, лежат сбои (ошибки) в функционировании специальных программных средств и ЛИС. Отдельно в этом контексте следует отметить вероятность несанкционированного внешнего проникновения в эти системы, уязвимость которых к таким воздействиям остается высокой.

В-пятых, несмотря на все преимущества е-коммерции в сфере B2B, многие участники цепей поставок не готовы полностью делиться информацией с партнерами, в частности, о наличии запасов, планах (фактах) их пополнения и отгрузки товаров.

Специфика проектирования цепей поставок в новых условиях

Направленность изменений в логистических взаимодействиях участников цепей поставок, которые обуславливает электронная оптовая торговля, характеризуется следующими положениями. Предпочтения в отношении способов размещения заказов на поставки, прежде всего, неосновных материальных ресурсов, будут смещаться в пользу обратных аукционов, конкурсов и т.п. в электронной форме. Существуют различные модели проведения таких аукционов (английская, голландская, американская) [1, с. 448, 449]. Поиск информации о потенциальных поставщиках преимущественно будет осуществляться на основе источников, предлагающих агрегированные данные, в т.ч. с помощью «концентраторов» каталогов [7, с. 172; 14, с. 308; 15, с. 4].

К размещению заказов более широко будут привлекаться посредники (операторы электронных площадок), функции которых могут различаться: обеспечение взаимодействия покупателя и поставщика; предоставление возможности приобрести товары в одном месте; сведение покупателя и поставщика с возможностью изменения цены на товар в режиме реального времени [14, с. 309]. Новый импульс в проектировании товаров получит идея их интегрированной логистической поддержки, в т.ч. благодаря усилению сотрудничества в цепях поставок. Актуализируется интеграция ЛИС и их участников в целях улучшения: клиентоориентированности; планирования поставок; обработки и выполнения заказов на поставки; послепродажного сервиса, в частности, управления возвратами дефектных товаров.

Особое значение в рамках их достижения приобретет внедрение интерфейсов, позволяющих снять технические барьеры на пути осуществления межфирменных коммуникаций между участниками цепей поставок. Управление логистическими взаимодействиями в этих структурах станет более формализованным. Следует предположить, что в будущем природа конкуренция между цепями поставок будет замещена экономической состязательностью между цифровыми (торговыми) платформами [7, с. 172].

В проектировании международных цепей поставок в электронной оптовой торговле необходимо учитывать все положения, которые были приведены выше. Однако есть ряд аспектов, на которые целесообразно обратить особое внимание:

- следует учитывать страновые различия в культуре общения, в т.ч. посредством электронных коммуникаций;
- необходимо детально представлять требования к таможенному оформлению в различных государствах, в т.ч. к таможенному декларированию товаров в электронной форме. Кроме того, следует учитывать, что в ЕАЭС завершена разработка концепции создания цифрового транспортно-логистического сервиса (цифрового транспортного коридора);
- нужно отдавать отчет в том, что возврат дефектных товаров влечет за собой высокие логистические издержки;
- особое значение в таком проектировании приобретает обоснование конкурентоспособного уровня логистического сервиса;
- конфигурацию сети логистических мощностей целесообразно определять в результате решения дилеммы «распределительный склад размещается перед государственной границей страны, в которую осуществляется поставка, или на ее территории»;
- в проектировании международных цепей поставок в рассматриваемом виде торговли отдельный акцент нужно делать на разработке контрактной стратегии [16]. В этом контексте интерес представляет контрактная модель цепи поставок, призванная оценить влияние вида договора с его участниками (он является производной от организации производственной кооперации и решения о привлечении торговых посредников) на обеспечение ценности выпускаемой продукции [17, 18];
- проектирование мультиканальных продаж в электронной оптовой международной торговле необходимо осуществлять с учетом свободы выбора потребителями логистического канала обслуживания;
- особое значение в проектировании рассматриваемых цепей поставок приобретает обоснование структуры управления. Этот вопрос затрагивается, например, в [19]. Однако особенности логистического менеджмента в таких цепях в [19] не конкретизируются.

Логистические риски в международных цепях поставок в электронной оптовой торговле возникают вследствие их протяженности, высокой степени неопределенности сроков операций по перемещению товаров, трудностью их синхронизации и учета институциональных факторов и др. [4, с. 163]. Управление ими должно осуществляться, прежде всего, на принципах риск-менеджмента, сформулированных в международных стандартах качества ISO, и отслеживания вероятности наступления в цепях поставок рисков событий. В последней связи не ясно – по какой причине в [20, с. 62] предлагается ограничиться мониторингом отрицательных последствий наступления таких событий?

Следует согласиться с [21, с. 199] в том, что особое внимание в управлении цепями поставок надо уделять наиболее уязвимым их участкам, поскольку именно они являются основными источниками логистических рисков. Кроме того, надо учитывать риски возникновения чрезвычайных ситуаций

и разрабатывать на этот случай аварийные логистические процедуры. В этом контексте применима технология блокчейна, которая позволяет своевременно заблокировать неоправданные логистические действия участников цепей поставок. Акцент в ее разработке требуется делать, в т.ч., на формировании перечня формализованных представлений о вариантах доверия [2, с. 50].

Заключение

Электронная оптовая торговля не составляет прямую конкуренцию своему классическому виду, хотя ее функционал обладает значительным потенциалом. Скорость его раскрытия определяется прогрессом в области создания и совершенствования B2B коммуникаций в сети Интернет; организационно-экономических механизмов электронных форм коммерческих взаимодействий между предпринимательскими структурами; законодательства, регламентирующего дистанционные формы оптовой торговли; технологических (цифровых) платформ электронной коммерции.

Очевидные достижения в этом направлении привели к тому, что электронная оптовая торговля приобрела статус перспективного направления развития бизнеса, в т.ч. за рубежом. В этой ситуации в проектировании международных цепей поставок становится необходимым учитывать новые задачи:

- установление влияния е-коммерции в сфере B2B на функциональные зоны управления этими структурами (в т.ч. географических пределов ее воздействия);
- создание новых стандартов логистических взаимодействий как на внутри-, так и на межфирменном уровне;
- обоснование приоритетов визуализации и управления событиями в цепях поставок с помощью специальных программных средств (в целях сокращения транзакционных издержек, управления логистическими рисками и улучшения отношений между участниками цепей поставок);
- оценка эффективности новых решений по трансформации классических функциональных областей логистики и управления цепями поставок в электронные формы;
- поиск способов синхронизации процессов в электронной операционной логистической деятельности;
- обеспечение безопасности «электронных» цепей поставок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Управление цепями поставок: справочник издательства Gower / под ред. Дж. Гатторны. М.: ИНФРА-М, 2008. 670 с.
2. Могайар У. Блокчейн для бизнеса. М.: Эксмо, 2016.
3. Слоун Р.Е., Дитман Дж.П., Менцер Дж.Т. Новые идеи в управлении цепями поставок: 5 шагов, которые ведут к реальному результату. М.: Альпина Паблишер, 2015. 230 с.
4. Бауэрсокс Д.Дж., Клосс Д.Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. М.: Олимп-Бизнес, 2001. 640 с.
5. Ткач В.В. Интегрированное проектирование логистических процессов в сфере коммерческой деятельности производственных процессов // Логистика: современные тенденции развития: материалы XVI Междунар. науч.-практ. конф. 6, 7 апреля 2017 г. Часть 2. СПб.: Изд-во ГУМРФ им. адм. С.О. Макарова. 2017. С. 140-144.
6. Дыбская А.В., Сергеев В.И. Мировые тренды развития управления цепями поставок // Логистика и управление цепями поставок. 2018. № 3. С. 3-14.
7. Развитие науки и научно-образовательного трансфера логистики / под ред. В.В. Щербакова. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2019. 220 с.
8. Айштадт Т., Фролова К.С., Шестова Д.А. Управление цепями поставок: какие тренды в технологиях и менеджменте станут реальностью к 2020-2025 годам // Логистика и управление цепями поставок. 2018. № 3. С. 3-19.
9. Основы логистики / под ред. В.В. Щербакова. СПб.: Питер, 2009. 432 с.
10. Ткач В.В. Общие условия устойчивости цепей поставок // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Экономика и менеджмент». 2011. Вып. 17. № 8 (225). С. 173-177.
11. Ткач В.В., Воробьева О.А. Транзакционные ограничения интегрированного планирования поставок // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. 2017. № 3. С. 40-46.
12. Дутиков И.М. Внедрение электронного управления цепями поставок (e-SCM) // Логистика и управление цепями поставок. 2016. № 4. С. 41-51.
13. О Стратегии развития информационного общества в РФ на 2017-2030 годы: Указ Президента РФ от 09.05.2017 года № 203.

14. *Хэндфилд Р.Б., Николс Э.Л.* Реорганизация цепей поставок. Создание интегрированных систем формирования ценности. М.: Вильямс, 2003. 416 с.
15. *Виноградов А.Б.* Проблемы и особенности поддержки деятельности маркетплейсов // *Логистика и управление цепями поставок*. 2019. № 5. С. 3-10.
16. *Ткач В.В.* Логистическая контрактация как системообразующий фактор построения цепей поставок // *Аудит и финансовый анализ*. 2013. № 3. С. 156-160.
17. *Гусев Д.А., Мазунина О.А., Фель А.В.* Выбор оптимальной контрактной модели цепи поставок: особенности анализа при многих критериях с учетом риска // *Логистика и управление цепями поставок*. 2018. № 1. С. 112-124.
18. *Бродецкий Г.Л., Гусев Д.А.* Оптимизация контрактной модели цепи поставок при многих критериях с учетом чистых рисков // *Логистика и управление цепями поставок*. 2019. № 1. С. 3-11.
19. *Демин А.С.* Особенности проектирования организационной структуры управления логистикой в транснациональных корпорациях // *Логистика и управление цепями поставок*. 2019. № 4. С. 58-68.
20. *Дудинская М.В.* Разработка системы контроля и мониторинга логистических рисков // *Логистика и управление цепями поставок*. 2017. № 1. С. 56-66.
21. *Waters D.* Supply chain risk management: vulnerability and resilience in logistics. Kogan Page, 2011.

ДУХОВНО-ПРАВСТВЕННОЕ ВОСПИТАНИЕ НАЦИИ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР БОРЬБЫ С НЕНАБЛЮДАЕМОЙ ЭКОНОМИКОЙ И КОРРУПЦИЕЙ

Аннотация. В статье рассмотрена реализация государственной политики, направленной на обеспечение экономической безопасности (противодействие криминализации общества, снижение уровня ненаблюдаемой экономики и коррупции). Акцентируя внимание на причинах явлений, главным фактором автор обозначил духовно-нравственное воспитание нации. Проанализированы нормативно-правовые акты, регулирующие нравственный потенциал Российской Федерации.

Ключевые слова. Ненаблюдаемая экономика, коррупция, духовно-нравственное воспитание.

Selyunina O.A.

SPIRITUAL AND MORAL UPBRINGING NATION AS THE FUNDAMENTAL FACTOR FOR THE FIGHT AGAINST NON-OBSERVED ECONOMY AND CORRUPTION

Abstract. The article considers implementation of state policy aimed at ensuring economic security: counteraction of criminalization of society, decline in non-observed and corruption. Focusing on the reasons of phenomena, the main factor is spiritual and moral upbringing nation. Regulatory and legal acts regulating the moral potential of the Russian Federation have been analyzed.

Keywords. Non-observed economy, corruption, factor, spiritual and moral upbringing, culture

«Государству для его безопасности нужно не только физическое, но и нравственное могущество»

Н.М. Карамзин

Введение

Любое государство стремится к повышению своей роли в мировом пространстве, укреплению собственных позиций, формированию положительного образа на международной арене, защите национальных и экономических интересов страны. Важнейшими проблемами современности, присущие всем странам, выступают противодействие ненаблюдаемой экономике и снижение уровня коррупции. Интерес к данной теме в Российской Федерации обусловлен значительными размерами теневой и неформальной экономики – оценка их масштабов колеблется в пределах от 12% до 40% объема валового внутреннего продукта.

На сегодняшнем этапе развития современной России преодоление вышеперечисленных негативных социально-экономических явлений вышло в число первоочередных задач. Так, в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации сохранение значительной доли теневой экономики, условий для коррупции и криминализации хозяйственно-финансовых отношений названо одной из главных

ГРНТИ 06.56.71

© Селюнина О.А., 2020

Ольга Александровна Селюнина – соискатель кафедры региональной экономики и управления Алтайского государственного университета.

Контактные данные для связи с автором: 656008, Барнаул, Партизанская ул., 201 (Russia, Barnaul, Partizanskaya str., 201). Тел.: +7 923 643-93-43. E-mail: solya99@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 07.02.2020.

стратегических угроз национальной безопасности в области экономики [10]. В документе законодательно закреплено обеспечение экономической безопасности посредством активных мер по борьбе с коррупцией, теневой и криминальной экономикой. При этом обозначено, что реализация эффективной государственной политики возможна только в тесном взаимодействии и консолидации усилий органов государственной власти, органов местного самоуправления и институтов гражданского общества.

В 2018 году указом Президента России утверждена Стратегия экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года [11]. Ключевым направлением стратегии является нейтрализация вызовов и угроз экономической безопасности страны, в том числе теневой экономики, высокого уровня криминализации и коррупции в экономической сфере. Кроме того, принята Национальная стратегия противодействия коррупции [8] и утвержден Национальный план противодействия коррупции на 2018-2020 годы. В плане определены мероприятия по совершенствованию нормативно-правовой базы в области противодействия коррупции.

Отдельно следует отметить раздел «V. Повышение эффективности просветительских, образовательных и иных мероприятий, направленных на формирование антикоррупционного поведения государственных и муниципальных служащих, популяризацию в обществе антикоррупционных стандартов и развитие общественного правосознания» [13]. В нем обозначено одно из перспективных направлений по созданию механизма предоставления грантов организациям, достигнувшему эффективных результатов в антикоррупционном просвещении граждан, популяризации антикоррупционных ценностей и научном обеспечении противодействия коррупции.

В рамках создания в обществе атмосферы нетерпимости к коррупционным проявлениям, а также устойчивого повышения эффективности антикоррупционного просвещения действует комплексный план просветительских мероприятий, принятый на 2019-2020 годы [16].

Обзор литературы по теме

По нашему мнению, для более четкого определения особенностей ненаблюдаемой экономики и коррупции требуется обратиться к изучению их причин. В научных исследованиях большинства экономистов и юристов сформулированы следующие факторы формирования ненаблюдаемой экономики и коррупции: административные, институциональные, политические, правовые, социальные, экономические и др. И лишь немногие авторы ищут движущие силы данных явлений, акцентируя свое внимание на вопросах культуры и морально-этических нормах поведения человека.

Так, Ю.В. Латов и С.Н. Ковалев пишут, что «социально-культурными причинами коррупции являются деморализация общества, недостаточная информированность и организованность граждан, общественная пассивность в отношении своеволия «власть имущих» [20, с. 65].

Классифицируя факторы экономической преступности, д.ю.н. Мацкевич И.М. выделяет причины и условия культуры [21, с. 81]:

- причины культуры: а) общие проблемы современной массовой культуры, имеющей целью удовлетворять самые примитивные желания и потребности людей; б) общий низкий уровень культуры граждан; в) отношение к культуре как к потребительскому товару; г) отсутствие традиций культуры среди предпринимателей; д) отсутствие положительного образа предпринимателя и собственника; е) структурные диспропорции при финансировании культуры;
- условия культуры: а) насаждение низкопробных культурных ценностей потребительского характера; б) идеализация героев, совершающих противоправные деяния против собственников; в) чрезмерное распространение в обществе нецензурной брани; г) нигилизм в культуре; д) некритическое распространение негативной информации в средствах массовой информации.

Ю.Н. Попов, М.Е. Тарасов подчеркивают, что, наряду с остальными, группу причин составляют «этические факторы, обусловленные слабой этической основой предпринимательства. Важным здесь является учет национальных традиций» [23, с. 26].

Как полагает д.ю.н., профессор П.Н. Панченко «бескультурие есть сама сущность всего негативно-го, в том числе теневой экономической деятельности» [22, с. 476].

М.Х. Джабраилов делает вывод, что «падение нравственности в обществе, низкая профессиональная культура государственных служащих, высокая степень гражданской толерантности большей части населения к коррупционным проявлениям» активно способствует распространению коррупции в России» [25, с. 49].

Также о взаимозависимости нравственности и уровня преступности говорит д.ю.н., профессор А.А. Гогин: «Не вызывает сомнения тот факт, что развитие отрицательных тенденций в нашей жизни, рост числа правонарушений прямо связаны с упадком нравственности, с ослаблением контролирующей роли ее принципов и установок» [18, с. 15].

При изучении вопроса противодействия коррупции, д.э.н., профессор Е.Е. Румянцева упоминает в числе прочих научных направлений и нравственный аспект. Она обращает внимание на «нравственные качества граждан, которые попирает коррупция: 1) честь и чувство собственного достоинства; 2) самореализация; 3) уважение чужого труда; 4) инициативность как желание конструктивно мыслить, предлагать нововведения, улучшения и продвигаться вверх по служебной лестнице; 5) самоосознаваемая исполнительность и организованность, бескорыстная взаимовыручка; 6) храбрость; 7) патриотизм; 8) добросовестность; 9) честность и открытость; 10) компетентность; 11) действенное сострадание к нуждам и бедам других людей (без использования в качестве пиара), желание помогать и давать, а не брать и подавлять, устрашать; 12) добросердечность; 13) великодушие; 14) жажда творчества; 15) любовь, как чувство, лишенное корысти; 16) незлобливость; 17) позитивность бытия и сознания и др.» [25, с. 122-123].

Безусловно, в работах отмеченных авторов сделана попытка обозначить нравственную сторону вопроса. Однако, по нашему мнению, основополагающим фактором противодействия ненаблюдаемой экономике и коррупции является духовно-нравственное воспитание нации.

Примечательно, что в рамках XIX Всемирного фестиваля молодежи и студентов именно на сессии «Молодежь-2030. Образ будущего» прозвучали следующие слова Президента Российской Федерации В.В. Путина: «Чем бы мы ни занимались, мы никогда не должны забывать про нравственные, этические основы нашего дела. Всё, что мы делаем, должно идти на пользу людям, укреплять человека, а не разрушать его» [27].

Анализ нормативно-правовой базы

Обратимся к рассмотрению нормативно-правовых актов, характеризующих духовно-нравственные основы развития страны.

Так, в Конвенции о защите прав человека и основных свобод [1] и ее протоколах термин нравственности использован 5 раз, но без расшифровки определения.

«В отечественных конституциях 1918, 1925, 1937 гг. слово «нравственность» отсутствовало. Отчасти это можно объяснить тем, что правовое регулирование общественных отношений не достигло в тот период уровня, достаточного для всестороннего конституционного закрепления духовных основ жизнедеятельности общества. В Конституции РСФСР 1978 г. была закреплена забота государства «об охране, преумножении и широком использовании духовных ценностей для нравственного и эстетического воспитания советских людей, повышения их культурного уровня» (ст. 27). Другими словами, нравственность позиционировалась в контексте социального развития и культуры как предмет отдельного государственного интереса. В ныне действующей Конституции РФ 1993 г. слово «нравственность» употребляется один раз в связи с конституционным регулированием ограничения прав и свобод человека и гражданина» [26].

Статьей 55 Основного закона государства закреплено следующее: «права и свободы человека и гражданина могут быть ограничены федеральным законом только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства» [2].

В Гражданском кодексе Российской Федерации термин нравственность употреблен в ст. 1: «Гражданские права могут быть ограничены на основании федерального закона и только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства» [3].

В Уголовном кодексе Российской Федерации глава 25 посвящена преступлениям против здоровья населения и общественной нравственности, за совершение которых предусматриваются соответствующие меры уголовной ответственности [5].

Ст. 1.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях к охраняемым объектам также относит общественную нравственность, защищаемую посредством применения мер административно-правового воздействия [18, с. 16]. В главе 6 раскрыты административные правона-

рушения, посягающие на здоровье, санитарно-эпидемиологическое благополучие населения и общественную нравственность [6].

В Семейном кодексе Российской Федерации нравственное развитие обозначено в отношении детей в ст. 63, где речь идет о правах и обязанностях родителей по воспитанию и образованию детей [4].

А.А. Гогин отмечает: «Весьма существенно, что в отдельных федеральных законах детализируются условия, непосредственно касающиеся разносторонних интересов несовершеннолетних граждан страны, а также закрепляются властные требования, раскрывающие современный подход к вопросам защиты детской нравственности. Например, в п. 1 ст. 4 Федерального закона от 24 июля 1998 г. «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» подчеркивается, что целями государственной политики в интересах детей являются содействие физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей. Их защита от факторов, негативно влияющих на их физическое интеллектуальное, психическое, духовное и нравственное развитие» [18, с. 16].

В соответствии с федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации», образование на любом уровне должно быть направлено на формирование нравственных убеждений, а также духовно-нравственное, культурное, эстетическое и интеллектуальное развитие. При этом, в законе отсутствует определение понятия духовно-нравственного воспитания и не раскрыто его содержание [7].

В Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 гг. подчеркивалась важность увеличения числа детей, демонстрирующих активную жизненную позицию, самостоятельность и творческую инициативу в созидательной деятельности, ответственное отношение к жизни, окружающей среде, приверженных позитивным нравственным и эстетическим ценностям. Кроме того, предусматривалось стимулирование интереса детей к историческому и культурному наследию России [9].

На смену данной стратегии в 2017 году был принят Указ Президента Российской Федерации «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия детства», в соответствии с которым утвержден План основных мероприятий до 2020 года [12]. План включает 15 разделов: «Повышение благосостояния семей с детьми», «Современная инфраструктура детства», «Обеспечение безопасности детей», «Здоровый ребёнок», «Всестороннее образование – детям», «Культурное развитие детей», «Развитие физкультуры и спорта для детей», «Безопасный детский отдых», «Доступный детский туризм», «Безопасное информационное пространство для детей», «Ребёнок и его право на семью», «Социальная защита детей-инвалидов и детей с ограниченными возможностями здоровья и их интеграция в современное общество», «Обеспечение и защита прав и интересов детей», «Качественные детские товары и продукты питания», «Организационные мероприятия».

Существенное значение, на наш взгляд, имеет направление по освещению в СМИ мероприятий, направленных на укрепление института семьи и духовно-нравственных традиций семейных отношений, а также патриотическое воспитание детей и молодежи, пропаганду нравственных ценностей, популяризацию здорового образа жизни и пропаганду культуры безопасности жизнедеятельности детей и подростков.

В Стратегии развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года дана расшифровка понятия духовно-нравственного развития и обозначена «приоритетная задача Российской Федерации – формирование новых поколений, обладающих знаниями и умениями, которые отвечают требованиям XXI века, разделяющих традиционные нравственные ценности, готовых к мирному созиданию и защите Родины» [15].

Следует отметить, что «реализация Стратегии предполагает качественные изменения в отечественной системе воспитания, направленные на эффективное обеспечение таких личностных результатов развития детей, как их духовно-нравственные ценностно-смысловые ориентации, мотивация к непрерывному личностному росту, коммуникативные и другие социально значимые способности, умения и навыки, обеспечивающие социальное и гражданское становление личности, успешную самореализацию в жизни, обществе и профессии» [там же].

Концепция государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года раскрывает, по нашему мнению, главную мысль: «Эффективность экономических мер невозможна без создания в обществе атмосферы приоритета семейно-нравственных ценностей, поддержки и всестороннего укрепления престижа семейного образа жизни» [14]. Также в ней подчеркивается, что «воспитательная стратегия ... направлена на формирование у младшего поколения духовно-нравственных, этических ценностей и основана на уважении к родителям, а также людям старшего поколения» [14].

Мы считаем, что основополагающее значение для повышения нравственного потенциала общества имеет комплексная целевая программа «Духовно-нравственная культура подрастающего поколения России» (далее – Программа), разработанная в 2005 году. Данный документ прошел экспертизу в государственных и общественных структурах и включает 8 блоков: научный, образовательный, просветительский, социальный, культурологический, информационно-издательский, региональный и международный. Вышеуказанные направления реализуются посредством принятия проектов на общероссийском уровне.

Миссией Программы стало приобщение поколения страны к отечественным культурно-историческим и духовно-нравственным традициям, целью – создание действенного государственно-общественного исполнительного механизма для наиболее полной реализации новых возможностей в духовно-нравственном просвещении подрастающего поколения – будущего народа России [19].

Антикоррупционное воспитание

Представляется, что одним из приоритетных направлений среди реализуемых мер политики государства по обеспечению экономической безопасности страны, должно стать воспитание антикоррупционного поведения и формирование антикоррупционного мировоззрения.

О проблеме антикоррупционного воспитания говорится в исследованиях к.п.н. Е.Н. Барышникова: «Рассмотрение коррупции как одного из самых серьезных препятствий для экономического и политического развития России, осознание того факта, что она представляет собой угрозу национальной безопасности, порождает необходимость в создании системы антикоррупционного воспитания как отдельного компонента системы воспитания. Просвещение и воспитательная работа по формированию у учащихся антикоррупционного мировоззрения являются частью антикоррупционной государственной политики по устранению (минимизации) причин и условий, порождающих и питающих коррупцию в разных сферах жизни» [17, с. 5].

«Цель антикоррупционного воспитания – воспитывать ценностные установки и развивать способности, необходимые для формирования у молодых людей гражданской позиции в отношении коррупции» [17, с. 8].

Состоявшийся в 2018 году в Сибирском федеральном округе Форум молодых ученых «Нравственные и культурно-исторические ценности как основа национальной идентичности» послужил положительным примером, демонстрирующим совместные усилия государства и общества по формированию правильных ориентиров у будущего поколения.

В резолюции по итогам Форума участники отметили: «Мы уверены, что уже со школьной скамьи, со студенческой аудитории необходимо формировать правильное отношение к окружающему миру, к понятиям добра и зла, чести и достоинства, долга и справедливости, любви и доброты. По справедливому утверждению академика Д.С. Лихачева, «нравственная основа – это главное, что определяет жизнеспособность общества: экономическую, государственную, творческую», а «культура – это святыни народа, святыни нации». Целью новой культурной политики современного российского государства и общества является «возвращение сильной, единой, независимой во всех отношениях России, приверженной собственной, присущей только ей модели общественного развития». Добиться этого можно путем создания особой «системы воспитания и просвещения граждан», в основе которой будут лежать традиционные нравственные ценности, гражданская ответственность и патриотизм» [24].

Заключение

Мы полагаем, что в современных условиях российское общество определенно нуждается в нравственном оздоровлении, которое возможно в случае активизации и усиления мер по повышению уровня культуры и распространению моральных ценностей, формированию этического мышления, содействию духовно-нравственному развитию населения, в особенности подрастающего поколения. Таким образом, совершенствование системы государственного управления в рамках преодоления роста ненаблюдаемой экономики и минимизации уровня коррупции возможно при наличии целенаправленного комплекса мер, где основополагающим фактором будет выступать духовно-нравственное воспитание нации.

Благодарности

Автор выражает искреннюю благодарность и признательность анонимным рецензентам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Конвенция о защите прав человека и основных свобод (Рим, 4 ноября 1950 г.).
2. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.).
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ.
4. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 г. № 223-ФЗ.
5. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 г. № 63-ФЗ.
6. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 г. № 195-ФЗ.
7. Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
8. Указ Президента РФ от 13.04.2010 г. № 460 «О Национальной стратегии противодействия коррупции».
9. Указ Президента РФ от 01.06.2012 г. № 761 «О Национальной стратегии действий в интересах детей на 2012-2017 годы».
10. Указ Президента РФ от 31.05.2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации».
11. Указ Президента РФ от 13.05.2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года».
12. Указ Президента РФ от 29.05.2017 г. № 240 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия детства».
13. Указ Президента РФ от 29.06.2018 г. № 378 «О Национальном плане противодействия коррупции на 2018-2020 годы».
14. Распоряжение Правительства РФ от 25.08.2014 г. № 1618-р «Об утверждении Концепции государственной семейной политики в Российской Федерации на период до 2025 года».
15. Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 г. № 996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в РФ на период до 2025 года».
16. Распоряжение Правительства РФ от 21.12.2018 г. № 2884-р «Об утверждении комплексного плана просветительских мероприятий, направленных на создание в обществе атмосферы нетерпимости к коррупционным проявлениям, в том числе на повышение эффективности антикоррупционного просвещения, на 2019-2020 год» (ред. от 18.05.2019 г.).
17. Антикоррупционное воспитание: система воспитательной работы по формированию у учащихся антикоррупционного мировоззрения в образовательном учреждении: методические рекомендации / под ред. Е.Н. Барышниковой. СПб.: СПбАППО, 2010. 56 с.
18. Гогин А.А. К вопросу о защите нравственности как фундаментальной социальной ценности // История государства и права. 2015. № 13. С. 14-19.
19. Комплексная целевая программа «Духовно-нравственная культура подрастающего поколения России». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://luchangela.ru/kompleksnaya-tselevaya-programma-duhovno-nravstvennaya-kul-tura-podrastayushhego-pokoleniya-rossii> (дата обращения 01.02.2020).
20. Латов Ю.В., Ковалев С.Н. Теневая экономика. М.: Норма, 2006. 336 с.
21. Мацкевич И.М. Причины экономической преступности. М.: Проспект, 2017. 272 с.
22. Панченко П.Н. Россия на новой волне острейших проблем: мрак теневых явлений в экономике, политике, праве, культуре. Пути выхода из криминального тупика: монография. М.: Юриспруденция, 2015. 924 с.
23. Попов Ю.Н., Тарасов М.Е. Теневая экономика в системе рыночного хозяйства. М.: Дело, 2005. 240 с.
24. Резолюция Форума молодых ученых «Нравственные и культурно-исторические ценности как основа национальной идентичности». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.orthedu.ru/obraz/19106-rezolyuciya-foruma-molodyh-uchenyh-nravstvennye-i-kulturno-istoricheskie-cennosti-kak-osnova-nacionalnoy-identichnosti.html> (дата обращения 01.02.2020).
25. Румянцева Е.Е. Противодействие коррупции. М.: Юрайт, 2017. 267 с.
26. Сазонникова Е.В. О нравственных основах в конституционном праве и процессе // Конституционные чтения. Вып. 6: Актуальные проблемы науки конституционного права. К 20-летию Конституции Российской Федерации / под ред. Ю.Г. Просвирнина. Воронеж: Изд. дом ВГУ, 2014. С. 92-98.
27. Сессия «Молодежь-2030. Образ будущего». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/55890> (дата обращения 01.02.2020).

МЕНЕДЖМЕНТ ЗНАНИЙ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: КЕЙС ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

Аннотация. В статье на основе обзора российских и иностранных источников анализируются характеристики экономики знаний и актуальность менеджмента знаний с учетом ее особенностей. Рассматриваются возможности для применения менеджмента знаний в государственном управлении как основы для создания самообучающихся организаций. В качестве практического кейса автор исследует проекты государственно-частного партнерства (ГЧП). На основе профессионального опыта автором формулируются задачи менеджмента знаний при реализации проектов ГЧП.

Ключевые слова. Экономика знаний, менеджмент знаний, самообучающаяся организация, государственное управление, государственно-частное партнерство, инвестиционный проект.

Tarkhova A.S.

KNOWLEDGE MANAGEMENT IN PUBLIC ADMINISTRATION: PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP CASE STUDY

Abstract. Based on a review of Russian and foreign sources, the article analyzes the characteristics of the knowledge economy and the relevance of knowledge management. The possibilities for applying knowledge management in public administration are considered as the basis for creating self-learning organizations. As a practical case, the author explores public-private partnership (PPP) projects. Based on professional experience, the author formulates tasks of knowledge management in the implementation of PPP projects.

Keywords. Knowledge economy, knowledge management, self-learning organization, public administration, public-private partnership, investment project.

Введение

Одной из главных тенденций развития современного общества является возрастание в нем роли информации и знаний. Ряд исследователей для характеристики экономики XXI века применяют термин «экономика знаний» (Тапскотт, Махлуп, Друкер) [7, с. 115]. Основой экономики знаний являются экономически значимые знания – интеллектуальные ресурсы, используемые предприятием для получения дохода и преобразующиеся в интеллектуальный капитал. Доля интеллектуального капитала в современном высокотехнологичном предприятии уже сейчас может составлять до 85% [2, с. 10].

В экономике знаний интеллектуальные ресурсы определяют добавленную стоимость бизнеса. Превышение рыночной стоимости компании над ее балансовой стоимостью связано с объемом и эффективностью их использования предприятием [2, с. 30]. Конкурентные преимущества предприятия на рынке обеспечиваются эффективностью использования интеллектуальных ресурсов для выпуска продукции [3, с. 5]. Экономика знаний формирует класс работников, «золотых воротничков», которые являются главными носителями корпоративных знаний и создателями новых, определяющих иннова-

ГРНТИ 06.81.23

© Тархова А.С., 2020

Анна Сергеевна Тархова – аспирант кафедры информатики Санкт-Петербургского государственного экономического университета, начальник отдела инвестиционного маркетинга консалтинговой компании «Агентство ПМА».

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, ул. Садовая, 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 911 182-20-31. E-mail: agrinn@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 19.02.2020.

ционный потенциал компании [9]. Применение основанных на знаниях современных управленческих и информационных технологий позволяет компаниям сокращать издержки при одновременном увеличении ассортимента и объемов выпускаемой продукции и услуг.

Доминирование интеллектуальных ресурсов ставит перед всеми экономическими агентами задачу по изменению управленческих моделей и их инфраструктуры. Государство как менеджер национальных ресурсов в масштабе страны также должно трансформировать свою систему управления.

Государственное управление и экономика знаний

На текущий момент почти в каждом государстве принята своя программа для трансформации системы государственного управления к вызовам экономики знаний. Например, в России трансформация государственного управления в условиях экономики знаний проводится в рамках национальной программы «Цифровая экономика» [6]. Национальная программа предусматривает работу по адаптации государственной системы управления к реалиям современной экономики. Программа содержит 6 ключевых направлений: совершенствование нормативного регулирования, модернизация информационной инфраструктуры, создание кадров для цифровой экономики, обеспечение информационной безопасности, развитие цифровых технологий и внедрение цифрового государственного управления.

Однако «цифровизация» государственного управления обеспечит лишь соответствующую экономике знаний инфраструктуру. Чтобы быть эффективным участником рынка в экономике знаний, государство должно целенаправленно управлять интеллектуальными ресурсами, задействованными в исполнении государственных функций. Необходимо говорить о внедрении менеджмента знаний в системе государственного управления.

Концепция менеджмента знаний (knowledge management) как самостоятельного направления в менеджменте появилась в конце XX века [11]. Менеджмент знаний (МЗ) – это целенаправленная организация деятельности компании, где интеллектуальные ресурсы, знания рассматриваются как главный стратегический фактор успеха. Управление знаниями включает в себя процессы по выявлению, созданию, распространению, обработке, хранению и предоставлению для использования знаний внутри предприятия [13].

Мировая практика свидетельствует об актуальности внедрения МЗ в различных сферах государственного управления, среди которых: системы местного и регионального управления, электронное правительство и электронные услуги, судебная власть, здравоохранение и образование и др. [10]. Заслуживают внимания и отдельные практические кейсы, например, внедрение сетевых технологий и экспертных сообществ для выдачи патентов в Ведомстве по патентам и товарным знакам США [5]. Применение менеджмента знаний в данном кейсе позволило значительно повысить эффективность работы государственного ведомства за счет привлечения частных экспертов к обсуждению патентных дел в онлайн формате.

В России также развивается МЗ в государственной сфере. В специализированном российском стандарте переведена и структурирована лучшая иностранная практика [4], проводятся эмпирические исследования применяющихся методов менеджмента знаний. В работе исполнительных органов государственной власти (ИОГВ) практикуются отдельные инструменты МЗ, например, проведение семинаров по обмену опытом между региональными чиновниками, использование типовой документации, проведение общественных обсуждений, использование специализированных экспертных систем.

Тем не менее, на текущий момент отсутствуют согласованная стратегия и методики менеджмента знаний в различных областях системы государственного управления. Целенаправленный МЗ позволит настроить работу органов государственной власти с фокусом на процессы использования знаний и информации при управлении общественными ресурсами. Можно сказать, что на основе внедрения МЗ государство может стать «самообучающейся организацией» в масштабе страны [1]. Такая самообучающаяся организация сопоставима с живым организмом, обладающим способностью адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды. Она должна иметь организационный интеллект, который на основе обучения примерами, опытом и историческими событиями формирует новые решения в отношении будущих задач и проблем. В самообучающейся организации должно быть внедрено «научение с одинарной и двойной петлями» [1, с. 105], основанное на практике МЗ.

Автор предлагает рассмотреть особенности менеджмента знаний в государственном управлении на примере реализации проектов государственно-частного партнерства.

Проекты государственно-частного партнерства как область знаний

Проекты государственно-частного партнерства (ГЧП) являются одним из ключевых инструментов привлечения внебюджетных инвестиций для реализации государственных программ. Основными сферами применения этого механизма являются проекты строительства, реконструкции, финансирования и эксплуатации объектов общественной инфраструктуры. В России наработан значительный опыт применения ГЧП для объектов транспортной инфраструктуры – аэропортов, автомобильных и железных дорог, тоннелей, мостов; объектов коммунальной инфраструктуры – систем водоснабжения, водоотведения и теплоснабжения, заводов по утилизации и переработке мусора; объектов социальной инфраструктуры – больниц, поликлиник, школ, детских садов, музеев.

В проектах ГЧП частный сектор берет на себя обязательства по разработке, строительству, финансированию и управлению объектами общественной инфраструктуры в соответствии с параметрами и стандартами, установленными государством. Частный сектор покрывает свои расходы и получает прибыль за счет государственных платежей, размер которых зависит от результатов, достигнутых в соответствии с заданными параметрами реализации проекта. Также используется модель, где частный партнер получает доход от коммерческой эксплуатации объекта.

С точки зрения менеджмента, реализация проектов ГЧП находится на пересечении проектного управления [8], инвестиционного проектирования и управления строительством. Для каждого проекта характерны индивидуальная инженерно-техническая структура (состав объекта), правовая модель (обязательства сторон и распределение рисков) и финансово-экономическая схема (механизм возврата инвестиций). В процессе реализации проектов ГЧП требуются навыки проведения переговоров, коммуникаций с инвесторами, знание бюджетного процесса и другие административные и управленческие компетенции.

При этом, для государственного сектора проекты ГЧП являются одной из форм закупочной деятельности, обладающей большей гибкостью в части формирования условий соглашения с поставщиком. Государственной стороне необходимо сравнивать данную форму закупок с традиционными «госзакупками», в которых жизненный цикл создания и управления объектом разделяется на отдельные контракты, а финансирование осуществляется чаще всего только за счет бюджетных средств. На практике для сравнения форм закупок в ИОГВ используются показатели соотношения цена/качество (value for money) и оценки рисков.

Учитывая перечисленные факторы, можно сделать вывод о том, что для подготовки и реализации проектов ГЧП необходимо использование глубоких профессиональных знаний, редких компетенций и практических навыков. Внедрение МЗ в сфере ГЧП позволит повысить качество их подготовки за счет увеличения эффективности использования интеллектуальных ресурсов. Актуальность внедрения МЗ в сфере проектов ГЧП также подтверждается наличием соответствующей иностранной практики [12]. Для выделения конкретных задач МЗ, рассмотрим подробнее бизнес-процессы подготовки и реализации проектов ГЧП.

Трансфер знаний в жизненном цикле проекта ГЧП

Жизненный цикл проекта ГЧП в ИОГВ состоит из этапов инициации, планирования, коммерческого и финансового закрытия, контроля строительства и этапа контроля эксплуатации. Для каждого из этапов характерны свои особенности в части процессов трансфера информации и знаний по проекту.

На этапе инициации происходит принятие решения о необходимости реализации проекта. Первичная информация по проекту проходит через различные участвующие в инициации ИОГВ, осуществляется сбор данных и экспертных мнений, анализ проектов-аналогов, обсуждение идеи проекта на совещательном органе в области инвестиций (например, Инвестиционном совете региона). Для эффективной работы необходима настройка механизмов межведомственного взаимодействия и трансфера информации и знаний между всеми участвующими в проекте органами власти, учет особенностей проектной системы управления региона.

В рамках этапа планирования (подготовки обоснования проекта) определяются оптимальные параметры реализации проекта, в том числе инженерная и технико-экономическая структура объекта, условия финансирования и возврата инвестиций, организационно-правовая форма. При этом, происходит совместная работа специалистов из различных областей компетенций (инженеров, экономистов, финансистов, юристов и управленцев), что ставит задачу создания условий для совместной ра-

боты и трансфера междисциплинарных знаний. Кроме того, встает вопрос привлечения узких экспертных компетенций по специализированным объектам инфраструктуры (аэропортам, железным дорогам, морским портам, объектам ЖКХ и др.), а также использования знаний об инновационных технологиях и методах работы. Привлечение сторонних экспертов определяет задачи МЗ по трансферу знаний между привлеченными экспертами и ИОГВ. Отдельно необходимо отметить важность учета экологического и культурологического аспекта на планируемой территории реализации проекта, что добавляет задачу трансфера знаний от местных организаций и сообществ. Также существует необходимость создания банка знаний по ранее реализованным проектам, который можно будет использовать в процессе работы с новыми проектами, учитывая опыт различных регионов и стран.

Этап коммерческого и финансового закрытия включает в себя проведение тендерных процедур, переговоры и юридическое оформление взаимоотношений сторон, участвующих в проекте, организацию привлечения финансирования. Непосредственно на этом этапе происходит делегирование общественно значимой услуги (создание объекта общественной инфраструктуры и оказание «инфраструктурных» услуг населению с его использованием) частному сектору. При этом государственный сектор должен установить ключевые показатели деятельности и механизмы контроля для частного сектора, но одновременно оставить частному сектору возможность для внедрения инноваций и эффективного управления объектом инфраструктуры. Соответственно, для МЗ появляется задача по трансферу знаний между государственным и частным сектором в отношении ключевых показателей деятельности и методов управления создаваемым объектом инфраструктуры.

В рамках этапа строительства и эксплуатации происходит создание объекта инфраструктуры и его эксплуатация в соответствии с целевыми показателями, установленными сторонами проекта. В процессе работы частного сектора создается уникальное предприятие – специальная проектная компания (СПК). Сотрудники СПК становятся носителями уникальных знаний о фактическом строительстве и эксплуатации объекта. МЗ должен обеспечить трансфер их знаний в государственный сектор и последующее использование в новых проектах на этапах планирования и коммерческого закрытия. При этом участники таких проектов чаще всего географически удалены друг от друга, проекты обладают высокой продолжительностью (жизненный цикл может составлять несколько десятилетий), что обуславливает необходимость трансфера персонифицированных знаний в формализованный вид, формирование ИТ-инфраструктуры с четкой системой организации знаний.

Заключение

Менеджмент знаний может стать основой для адаптации системы государственного управления к вызовам экономики знаний. Для разработки конкретных методик менеджмента знаний необходимо исследование практических кейсов работы ИОГВ.

Актуальность менеджмента знаний в сфере проектов ГЧП обусловлена высокой стоимостью интеллектуальных ресурсов, использующихся для их подготовки и реализации. Менеджмент знаний должен быть направлен на решение задач по трансферу знаний на каждом этапе жизненного цикла проекта ГЧП. Учитывая концепцию «самообучающейся организации», менеджмент знаний поможет настроить работу ИОГВ таким образом, чтобы создать механизмы обучения и накопления опыта реализации проектов ГЧП. Это обеспечит повышение качества их подготовки и реализации.

Результаты исследования кейса ГЧП могут быть также использованы для внедрения менеджмента знаний в других областях государственного управления.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Арджирис К.* Организационное научение. М.: Инфра-М, 2004. 562 с.
2. *Зинов В.Г., Лебедева Т.Я., Цыганов С.А.* Инновационное развитие компании: управление интеллектуальными ресурсами. М.: Дело, 2009. 248 с.
3. *Мариничева М.К.* Управление знаниями на 100%. Путеводитель для практиков. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 320 с.
4. ГОСТ Р 54874-2016. Менеджмент знаний. Руководство по наилучшей практике для государственного сектора. М.: Стандартинформ, 2016. 35 с.
5. *Новек Б.С.* Wiki-правительство: как технологии могут сделать власть лучше, демократию – сильнее, а граждан – влиятельнее. М.: Сбербанк Альпина Паблишер, 2012. 286 с.

6. Паспорт национальной программы «Цифровая экономика», утверждённый решением президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам 24 декабря 2018 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/urKHm0gTRPnzJlaKw3M5cNLo6gczMkPF.pdf> (дата обращения 12.02.2020).
7. *Пидоймо Л.П., Бутурлакина Е.В.* Сущность категорий «информационное общество», «информационная экономика» // Современная экономика: проблемы и решения. 2010. № 4 (4). С. 112-118.
8. *Тархова А.С.* Применение принципов проектного управления в сфере государственно-частного партнерства // Неделя науки СПбПУ: материалы научной конференции с международным участием / Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. СПб., 2016. С. 396-398.
9. *Яценко Н.Е.* Толковый словарь обществоведческих терминов. СПб.: Лань, 1999. 528 с.
10. Knowledge Management in Electronic Government. 5th IFIP International Working Conference, KMGov 2004. Krems, Austria, May 17-19, 2004.
11. *Mouritsen J., Larsen H.T.* The 2nd wave of knowledge management: The management control of knowledge resources through intellectual capital information // Management Accounting Research. 2005. № 16. P. 371-394.
12. *Robinson H., Carrillo P., Anumba C.J., Patel M.* Governance & Knowledge Management for Public-Private Partnerships. Wiley-Black Well, 2010. 242 p.
13. *Wiig K.M., de Hoog R., van der Spek R.* Supporting Knowledge Management: A selection of methods and techniques // Expert Systems with Applications. 1997. Vol. 13 (1). P. 15-27.

Федорова И.О.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ИНТЕГРАЦИИ МИГРАНТОВ В ПРИНИМАЮЩЕЕ СООБЩЕСТВО САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

***Аннотация.** В статье анализируются необходимые условия для интеграции мигрантов в принимающее сообщество. Рассматриваются современные подходы к факторам интеграции мигрантов. Акцентируется внимание на разнице подходов к оценке степени интегрированности мигранта. Приводятся результаты экспертного опроса в отношении факторов интеграции мигрантов в Санкт-Петербурге.*

***Ключевые слова.** Интеграция, адаптация, мигранты, принимающее сообщество.*

Fedorova I.O.

ANALYSIS OF INTEGRATION FACTORS OF MIGRANTS INTO THE HOST SOCIETY OF ST. PETERSBURG

***Abstract.** The article analyzes the necessary conditions for the integration of migrants into the host society. Modern approaches on the factors of migrants` integration are considered. Attention is paid to the difference in approaches to assessing the degree of migrant`s integration. The results of an expert survey on the integration factors of migrants in St. Petersburg are presented in the article.*

***Keywords.** Integration, adaptation, migrants, host society.*

Введение

Согласно официальным данным доклада Международной организации по миграции (МОМ), общее число международных мигрантов на середину 2019 года в России составило 11,5 миллионов, т.е. 8% общей численности населения [2]. Доля женщин-мигрантов в общем числе международных мигрантов на середину года составила чуть больше половины (50,9%). Основные регионы-доноры мигрантов – страны Восточной Европы и Центральной Азии. При сохраняющейся демографической ситуации в России одним из действенных способов решения проблемы компенсации трудовых ресурсов и поддержания экономики в ближайшей перспективе является миграция.

Миграционный приток может стать угрозой принимающему населению, вызвать рост социальной напряженности и ряд других проблем, если не принимать мер по адаптации и интеграции мигрантов в принимающее сообщество. Создание благоприятных условий для интеграции представляет собой эффективный сценарий миграционной политики государства. Интеграция мигрантов в самом широком смысле представляет собой процесс установления оптимальных связей между относительно самостоятельными социальными объектами (индивидами, группами, социальными классами) и дальнейшее их превращение в единую целостную систему, связанный с социализацией, аккультурацией, ассимиляцией, адаптацией [4, с. 41].

ГРНТИ 04.51.43

© Федорова И.О., 2020

Ирина Олеговна Федорова – аспирант кафедры социологии и управления персоналом Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: +7 916 144-70-43. E-mail: iriska-hime@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 28.02.2020.

Литературный обзор

Проблематика анализа факторов интеграции мигрантов находит свое отражение в работах современных социологов. Так, О.В. Васильева в статье «Принимающее сообщество: проблемы интеграции» переносит фокус исследования с мигрантов на принимающее сообщество [1]. Васильева оспаривает тезис о том, что проблемы интеграции кроются только лишь в культурных различиях. Автор показывает, что созданная дискуссия вокруг интеграции в основном фокусируется на регулировании межэтнических отношений, тогда как сама проблема интеграции общества кроется глубже. Гораздо большую роль в принимающем сообществе играет уровень социальной поляризации. Повышение уровня поляризации влечет за собой рост социальной напряженности. При высоком уровне социальной напряженности любые передвижения человека и его интеграция будут осложнены. Внутренние противоречия принимающего общества неизбежно влияют на процесс интеграции мигрантов.

Ситуация в отношении интеграции мигрантов может измениться под воздействием решения внутренних вопросов, связанных со снижением уровня социальной напряженности, изменениями в политике государства, развитием гражданского общества. При функционировании институтов гражданского общества выработаны такие ценности и нормы, которые разделяются всеми членами общества, что влечет за собой повышение уровня взаимного доверия и коллективной интеграции. Только в этом случае можно говорить о формировании благоприятных условий для интеграции мигрантов.

Аналогичную точку зрения высказывает П. Коллиер. Он утверждает, что существует зависимость между уровнем доверия в принимающем обществе и возможностями для интеграции [8]. Зависимость проявляется в том, что чем выше уровень доверия в принимающем обществе, как к мигрантам, так и друг к другу, тем легче и проще мигрантам интегрироваться. В противоположной ситуации более часто реакцией принимающего общества будет являться отторжение.

И.М. Кузнецов в статье «Особенности интеграции мигрантов из республик Северного Кавказа» указывает на специфику в отношении принимающего населения России к мигрантам [5]. Проведя исследование и проанализировав ответы респондентов, Кузнецов делает вывод о том, что принимающее население (вне зависимости от региона и национальной принадлежности) негативно реагирует не на иную национальность, антропологический тип или религиозные убеждения, а на неинтегрированное поведение мигрантов. Для неинтегрированного поведения характерно несоблюдение правил и норм, стандартов поведения в общественных местах, сложившихся в той или иной локальной среде. Чем менее мигранты по поведению, по одежде, по языку общения отличаются от того, что принято в принимающем обществе, тем в меньшей степени они считаются мигрантами, а потому негативное отношение к мигрантам на них уже не распространяется.

В.И. Мукомель в статье «Адаптация и интеграция мигрантов: методологические подходы к оценке результативности и роль принимающего общества» подчеркивает, что под интеграцией, применительно к внешним мигрантам, понимается процесс встречного движения культур принимающего социума и мигрантов, смешение культурных норм и ценностей, изначально функционировавших раздельно [6]. Мукомель акцентирует внимание на важности и ответственности роли принимающего общества в интеграции мигрантов.

По мнению В.И. Мукомеля, именно принимающее сообщество ответственно за мигрантов, их формальные права и возможность участия во всех основных сферах жизни, но также и сами мигранты должны участвовать в процессе интеграции без потери своей идентичности. Для этих целей в Европе используется «Индекс миграционной политики» (МІРЕХ), учитывающий 167 индикаторов интеграции мигрантов и позволяющий сравнивать интеграционную политику разных стран. Среди индикаторов, поделенных на восемь направлений, значатся доступ к рынку труда, образование, участие в жизни страны, долгосрочность пребывания, воссоединение с семьей, гражданство, доступность здравоохранения и защита от дискриминации.

В России оценка интеграции по МІРЕХ проводилась лишь однажды, в 2010 году, согласно результатам которой интеграционная политика России на 50% соответствовала европейскому стандарту. После 2010 года такой оценки не проводилось.

Подходы к оценке степени интегрированности мигрантов

Существует два основных подхода к выбору критериев интегрированности мигрантов. Условно их можно разделить на формальный и содержательный:

- формальный подход наиболее полно и детально проработан в странах Европейского союза. Выше упоминался «Индекс миграционной политики» (MIREX), применяемый в Европе. Этот индекс по совокупности критериев дает оценку принимающему обществу и внутренней политике в отношении интеграции мигрантов, т.к. включает такие темы, как предоставление доступа к местному рынку труда, образованию, медицинским услугам [7]. Подход имеет преимущество в унификации оценки готовности социальных институтов принимающей стороны к адаптации и интеграции мигрантов. Недостаток подхода заключается в том, что он не дает гарантии лояльности мигрантов принимающему обществу и соблюдению правил и норм жизни;
- содержательный подход к оценке интегрированности мигрантов в принимающее общество предполагает усвоение мигрантом доминирующей в принимающем обществе ценностной и поведенческой системы. В данном подходе акцент переносится с социальных институтов к социально-психологическим аспектам поведения мигрантов.

Факторы интеграции мигрантов в принимающее сообщество

Универсального набора факторов, обуславливающих успешное вхождение мигрантов в новую социокультурную среду, не существует. В зарубежных кросс-культурных исследованиях Джона В. Берри, Айпа Х. Пуртинга, Маршалла Х. Сигалла, Пьера Р. Дасена [3] факторы, которые способствуют или препятствуют адаптационно-интеграционному процессу, изучаются в контексте конкретного вида межкультурной адаптации – психологической, социально-культурной или экономической. Миграция в контексте социально-психологической адаптации представляет собой ряд стрессовых жизненных изменений, которые возможны при мобилизации адаптивных ресурсов личности и ответной реакции среды.

В научной среде продолжается дискуссия об оценке факторов адаптации и интеграции мигрантов [9]. В целом, можно утверждать, что в настоящее время на развитие интеграционных процессов влияют следующие факторы: характеристики мигрантов, этнические особенности среды исхода мигрантов; характер транснациональных сетей и сообществ; структура рынка труда принимающего общества; структура возможностей принимающего общества (социально-культурные и экономические характеристики принимающей среды с региональной спецификой).

Успешная интеграция мигрантов в принимающее сообщество включает в себя, во-первых, успешную реализацию механизма взаимодействия личности с микросредой через общение, поведение, деятельность. Во-вторых, она предполагает усвоение норм, моральных ценностей принимающего социума путем их рационального осознания. В-третьих, интеграция предполагает достижение состояния адаптированности мигрантов через установление равновесия между личностными установками и ожиданиями социальной среды при наличии рефлексии и контроля с ее стороны. И наконец, в-четвертых, интеграция предполагает поведение мигрантов с учетом соблюдения ими стандартов поведения в общественных местах, сложившихся в локальной среде.

К факторам успешной интеграции мигрантов в Санкт-Петербурге относятся: группа личностных факторов (социально-психологические и демографические характеристики, этнические особенности среды исхода), группа информационных факторов (информированность мигранта о стране въезда, уровень знаний языка и культуры, а также знания российского законодательства в сфере правового регулирования миграционных процессов, получения гражданства и трудоустройства) и группа социальных факторов (к ним относятся социально-культурные и экономические характеристики принимающей среды, возможности принимающего общества, социальная дистанция).

Экспертная оценка факторов интеграции мигрантов в Санкт-Петербурге

Автором статьи в период с 2012 по 2019 годы было опрошено 12 экспертов, среди которых заместитель начальника отдела социальной защиты населения администрации Адмиралтейского района, заместитель начальника отдела УФМС Адмиралтейского района, председатель правления Региональной общественной организацией «Молодежное общество студентов Таджикистана в Санкт-Петербурге», руководитель центра помощи мигрантам «Тут ждут» и несколько представителей HR-служб компаний, работающих в сфере найма мигрантов.

Согласно экспертным оценкам, на данный момент в России в целом и в Санкт-Петербурге в частности не существует регламентированных процедур по адаптации и интеграции мигрантов. Нерегулируемый миграционный поток порождает рост агентов-посредников, берущих на себя заботы о приезжаю-

щих мигрантах. По мнению экспертов, посредничество является распространенной практикой в городе. Однако фирмы и отдельные лица, оказывающие такие услуги, заинтересованы в росте собственной прибыли, а не в интеграции мигрантов и в их успешном вхождении в принимающее общество.

Как правило, фирмы решают юридические вопросы мигрантов, проблемы с трудоустройством и жильем – причем в большинстве случаев за довольно высокую плату за свои услуги, за качество которых никто не несет ответственности. Диаспоры, в огромном количестве представленные в Санкт-Петербурге, не всегда являются эффективным рычагом взаимодействия мигрантов и местного общества. Так, со слов экспертов, далеко не все диаспоры являются влиятельными, у мигрантов отсутствует доверие к ним в связи с неэффективностью их деятельности.

В условиях отсутствия единого координационного проекта в области содействия адаптации и интеграции мигрантов, существует множество препятствий на пути их вхождения в новую среду и новое общество. Барьерами выступают такие факторы, как недоверие мигрантов к диаспорам и государству, негативное отношение правоохранительных органов, национализм в обществе, подпитываемый средствами массовой информации, а также отсутствие информированности мигрантов о своих правах и обязанностях. Кроме того, существенным барьером является незнание или плохое знание русского языка. Такие барьеры ведут к негативным последствиям, в частности, к формированию стратегий сегрегации мигрантов (временных трудовых мигрантов) и их маргинализации.

Эти стратегии не несут в себе положительных аспектов для принимающего общества, Санкт-Петербург заинтересован в интеграции мигрантов в городскую среду. Безусловно, стратегии адаптации мигрантов зависят от группы факторов, характеризующих мигранта: экономических, социальных, психологических, образовательных, но к ним необходимо также добавить характеристику среды, в которую попадают мигранты, которая также имеет сильное влияние на стратегию адаптации.

По словам экспертов, в области содействия интеграции мигрантов необходимо наладить эффективное взаимодействие всех служб (государственных, социальных, а также диаспор). Сейчас мы наблюдаем разрозненность работы служб, отсутствие единой программы по интеграции мигрантов в новое общество. Поскольку мигранты отчасти решают демографические проблемы России, необходимо делать упор на адаптацию детей мигрантов, т.к. необходимо, чтобы она происходила по стратегии интеграции.

Со слов экспертов, адаптация детей мигрантов должна происходить под особым контролем. В частности, одним из экспертов была затронута тема дискриминационного закона для детей, по которому дети зависят от регистрации родителей, независимо от того, что они посещают детские сады и школы. В случае, если родители уклоняются от выполнения своих родительских обязанностей, необходимо лишать их родительских прав.

Также для формирования позитивного взаимодействия мигрантов и принимающего общества необходимо задействовать культурные аспекты. Так, проведение культурных мероприятий, дискуссионных клубов, спортивных и научных мероприятий позволили бы укрепить диалог культур и дружбу народов. Мигранты, приезжающие в Санкт-Петербург, должны быть информированы о своих правах и обязанностях. Эксперты сошлись во мнении, что подготовка к адаптации и интеграции мигрантов должна начинаться еще до отъезда в принимающую страну. Для этого необходимо создавать соответствующие координационные отделы.

Выводы

Опираясь на существующие теории, мы можем сделать вывод о том, что интеграция мигрантов в принимающем сообществе по-прежнему остается острой проблемой. По мнению В.И. Мукомеля, именно принимающее сообщество ответственно за мигрантов, их формальные права и возможность участия во всех основных сферах жизни, но также и сами мигранты должны участвовать в процессе интеграции без потери своей идентичности [7].

Для успешной интеграции мигрантов необходимы равновесные усилия как принимающего общества на политическом, социальном и экономическом уровнях, так и со стороны самих мигрантов. Создание условий для интеграции, без навязывания выбора, является наиболее желательной стратегией миграционной политики. Успешность интеграции мигрантов во многом зависит от социальной среды принимающего общества, эффективности функционирования его институтов, налаженного взаимодействия различных акторов миграционной политики.

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-311-90027 / The reported study was funded by RFBR, project number 19-311-90027.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Васильева О.В.* Принимающее сообщество: проблемы интеграции // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2016. № 7 (63). С. 184-195.
2. Данные Международной организации по миграции (ИОМ). [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://migrationdataportal.org/?i=stock_abs_&t=2019&cm49=643 (дата обращения 06.02.2020).
3. *Берри Дж.В., Пуртинга А.Х., Сигалл М.Х., Дасен П.Р.* Кросс-культурная психология. Исследования и применение / Гуманитарный центр. Харьков, 2007.
4. *Дробижева Л.М.* Этничность в социально-политическом пространстве Российской Федерации. Опыт 20 лет. М.: Новый хронограф, 2013.
5. *Кузнецов И.М.* Особенности интеграции мигрантов из республик Северного Кавказа в локальных принимающих средах // Социологическая наука и социальная практика. 2018. № 4 (24). С. 51-62.
6. *Мукомель В.И.* Адаптация и интеграция мигрантов: методологические подходы к оценке результативности и роль принимающего общества. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/journal/n/rossiya-reformiruyuschayasya?i=1054508> (дата обращения 10.02.2020).
7. *Мукомель В.И.* Проблемы интеграции внутрироссийских иноэтничных мигрантов // Социологические исследования. 2016. № 5. С. 69–79.
8. *Collier P.* Exodus: How Migration is Changing Our World. N.Y., 2013.
9. *Lucassen L., Oltmer J.; Feldman D.* Paths of Integration: Migrants in Western Europe (1880-2004). Amsterdam University Press, 2006.

АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ КИТАЯ В УСЛОВИЯХ ЭПИДЕМИИ COVID-19

Аннотация. В статье выполнен анализ логистической системы Китая в условиях эпидемии COVID-19. Рассмотрена хронология событий распространения эпидемии COVID-19. Выявлены факторы, препятствующие нормальной деятельности логистических компаний Китая. Исследована деятельность компаний China Post, SF Express и Jingdong, которые смогли эффективно функционировать на рынке логистических услуг в условиях эпидемии. Выявлены направления дальнейшего развития рынка логистических услуг Китая.

Ключевые слова. Логистика, логистическая система Китая, эпидемия COVID-19, коронавирус, China Post (Почта Китая), SF Express и Jingdong (JD.com).

Zhao Dan

ANALYSIS OF CHINA'S LOGISTICS SYSTEM IN THE CONTEXT OF THE COVID-19 EPIDEMIC

Abstract. The article analyzes the logistics system of China in the context of the COVID-19 epidemic. The chronology of events in the spread of the COVID-19 epidemic is considered. Factors that hinder the normal operation of logistics companies in China have been identified. The activity of China Post, SF Express and Jingdong companies, which were able to function effectively in the market of logistics services in the conditions of the epidemic, was studied. The directions of further development of the logistics services market in China are revealed.

Keywords. logistics, China's logistics system, COVID-19 epidemic, coronavirus, China Post, SF Express and Jingdong (JD.com).

Введение

Город Ухань провинции Хубэй является важным транспортно-логистическим узлом в центральном Китае. Поэтому его изоляция создала сложности в эксплуатации логистической системы Китая, что способствовало выявлению ее слабых и сильных сторон. Борьба с эпидемией COVID-19 началась 23 января 2020 года, когда правительство Китайской народной республики объявило, что заблокирует дороги в окрестностях города Ухань. Этому предшествовали следующие события, представленные ниже в хронологическом порядке.

С декабря 2019 года в некоторых больницах города Ухань провинции Хубэй были обнаружены многочисленные случаи необъяснимой пневмонии. По состоянию на 31 декабря было выявлено 27 случаев, в том числе 7 тяжелых. В связи с этим, Национальная комиссия здравоохранения провинции Хубэй выпустила экстренное уведомление о необходимости предоставления статистических данных из различных медицинских учреждений. К 23 января 2020 года в общей сложности 29 провинций Китая сообщили о случаях пневмонии. В то же время, г. Ухань, где первоначально был обнаружен

ГРНТИ 06.39.41

© Чжао Дань, 2020

Чжао Дань – аспирант кафедры логистики и управления цепями поставок Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Контактные данные для связи с автором: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел.: 8 (812) 500-43-03. E-mail: kevinzhaodan@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию 20.03.2020.

вирус, объявил о приостановке работы пассажирского и грузового сообщения для всех видов транспорта: автобусов, метро, паромных перевозок, перевозок на дальние расстояния, аэропортов и железнодорожных станций. Министерство транспорта Китая выпустило экстренное уведомление, приостановив автомобильные и водные пассажирские перевозки в г. Ухань из других регионов страны.

Анализ факторов, повлиявших на функционирование логистической системы Китая в условиях эпидемии COVID-19

30 января 2020 г. Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила о чрезвычайной ситуации в области общественного здравоохранения из-за эпидемии, вызванной коронавирусом нового типа. 19 февраля его официально назвали «COVID-19» (Corona Virus Disease 2019). Ниже представлены факторы, которые усложнили работу логистических компаний в условиях эпидемии COVID-19:

1. Активная миграция населения, вызванная тем, что в этот период в Китае отмечается Новый год по лунному календарю (в 2020 году он пришелся на 25 января). Этот праздник традиционно считается в Китае важным семейным торжеством, поэтому многие граждане возвращаются к своим семьям, в том числе и из-за границы, чтобы отметить его в кругу семьи. Многочисленные переезды способствовали распространению вируса, как на территории Китая, так и за его пределами.

2. Также из-за празднования Нового года по лунному календарю многие работники находились в отпусках, что негативно сказалось на работе логистических компаний, которые столкнулись с нехваткой рабочей силы.

3. Дефицит рабочей силы увеличился после того, как многие люди были вынуждены оставаться в изоляции, чтобы не допустить дальнейшего распространения вируса.

4. На фоне эпидемии были изолированы целые города и крупные транспортные узлы. Они полностью прекратили свою работу, и, тем самым, еще больше ослабили логистическую систему Китая.

5. В стране с самой высокой численностью населения на планете (по статистическим данным в 2017 году численность населения Китая составила 1,4 млрд человек) возник дефицит рабочей силы.

Таким образом, эпидемия выявила чрезмерную зависимость логистической системы Китая от дешевой рабочей силы. В настоящее время (по состоянию на 2018 год) в логистической системе Китая доля курьеров составляет более 50% (около 3 миллионов человек) [7]. Из-за большого количества работников в сфере логистики, уезжающих домой на период новогодних праздников, отсутствия свободного транспорта и персонала для доставки, логистические предприятия, кроме Почты Китая, SF Express и JD.com, оказались почти в парализованном состоянии. Многие компании не смогли возобновить свою работу до 10 февраля 2020 года.

Согласно исследованию Intelligence Research Group о работе курьерских служб в Китае [6], 46,85% курьерских работников работают по 8-10 часов в день, 33,69% работают по 10-12 часов в день, почти 20% сотрудников работают более 12 часов в день. Около 60% сотрудников отдыхают 2 дня или меньше в месяц. В то же время, ежемесячный доход 75,07% курьерских служащих составляет ниже 5 тыс. юаней. Относительно низкая заработная плата позволяет строить логистическую систему Китая на потреблении большого количества рабочей силы.

Имеющиеся статистические данные показывают, что число людей трудоспособного возраста в Китае снижается на протяжении пяти лет подряд, и, как следствие, число потенциальных сотрудников сокращается. Дефицит курьеров уже проявился в последние годы (даже без учета кризисной ситуации, связанной с эпидемией COVID-19) и станет более серьезным в долгосрочной перспективе в будущем. Динамика роста рабочей силы отрицательна, а нехватка работников в сфере доставки большая. При этом, в течение следующих трех лет средний ежедневный объем доставки по всей стране увеличится со 114 миллионов до 200 миллионов отправок. Согласно текущему расчету эффективности распределения, нехватка курьеров в течение следующих трех лет составит около 1 миллиона человек. Это означает, что логистическая система Китая больше не может полагаться на большое количество дешевой рабочей силы и должна развиваться в других направлениях.

Опыт работы ведущих компаний Китая на рынке логистических услуг в условиях эпидемии COVID-19

В общей сложности на рынке логистических услуг Китая присутствует около 60 000 компаний, из которых более 100 зарегистрированы на бирже. Подавляющее большинство логистических компаний из-за нехватки рабочей силы и нарушения транспортного сообщения оказались парализованными. Продолжили функционировать только три компании: China Post (Почта Китая), SF Express и Jingdong

(JD.com). Рассмотрим, в этой связи, подробнее организацию логистической деятельности этих компаний во время эпидемии:

1. Почта Китая была реорганизована из бывшей China Post Group Corporation и в настоящий момент является полностью государственной компанией. Её основные виды деятельности: осуществление почтовых отправлений, экспресс-логистика, выполнение финансовых операций, электронная торговля и т.д. Помимо этого, она осуществляет диверсифицированные операции. Как государственная компания, Почта Китая работает во время празднования Нового года, поэтому в компании проблема дефицита рабочей силы отсутствует. Почта Китая стала абсолютным лидером на рынке логистических перевозок во время эпидемии.

Как государственное предприятие, Почта Китая обладает следующими конкурентными преимуществами: возможность приоритетного использования различных видов транспорта в случае возникновения чрезвычайных ситуаций; быстрое согласование права проезда; быстрое получение лицензий на использование спецтранспорта. Таким образом, преимущества Почты Китая основаны на государственном регулировании деятельности компании. Поскольку Китай относится к странам с высоким уровнем бюрократизации, то статус государственной компании является существенным конкурентным преимуществом.

Помимо перечисленных преимуществ, к достоинствам Почты Китая относятся: безопасность; конфиденциальность. Тем не менее, эпидемия выявила и недостатки в работе логистической системы Почты Китая, которые также связаны со статусом государственной компании, прежде всего это – низкая скорость доставки грузов. Иерархическая система ответственности государственного предприятия обуславливает то, что требования к логистике должны быть представлены и проверены шаг за шагом, что значительно удлиняет цикл логистики. В условиях эпидемии этот недостаток был усилен дополнительным контролем.

2. Компания SF Express является частной компанией и одним из лидеров логистической отрасли Китая. Так же, как Почта Китая, она работает в течение всего лишь года. Когда большинство частных логистических компаний перестали работать, компания SF Express продолжила свою деятельность, главным образом благодаря наличию системы воздушного транспорта, находящейся в собственности компании.

К конкурентным преимуществам компании SF Express относится приоритетное использование воздушного транспорта при организации доставки грузов. Это значительно сокращает цикл доставки товаров до конечного пользователя. В условиях эпидемии это преимущество было усилено. Использование воздушного транспорта сократило цикл перевозки грузов SF Express и обеспечило своевременную доставку.

Кроме авиатранспорта, компания SF Express одной из первых начала разработку и массовое использование беспилотных летательных аппаратов для доставки грузов. Рабочая нагрузка беспилотного летательного аппарата составляет 10 кг, дальность полета – 18 км. Использование беспилотных летательных аппаратов для доставки грузов эффективно устраняет влияние таких факторов, как дорожные ограничения и закрытие района, что сокращает время доставки. Кроме этого, доставка грузов с помощью дронов помогает избегать личного контакта между персоналом службы доставки и медицинским персоналом и, тем самым, избегать возможной перекрестной инфекции [1].

Тем не менее, компания SF Express столкнулась с проблемой распространения в китайских социальных сетях ложной информации о приостановке ее деятельности. Впоследствии эта информация была опровергнута, но этот факт продемонстрировал степень недоверия со стороны населения Китая к работе частных компаний.

3. Компания JD.com специализируется на электронной торговле на рынке B2C и является крупнейшей компанией Китая по объемам транзакций. Также, как и SF Express, компания JD.com является частной компанией. JD.com стала третьей компанией, которая приняла активное участие в организации доставки необходимых материальных средств во время вспышки эпидемии COVID-19. Система логистики компании JD.com хорошо проявила себя в условиях эпидемии, продемонстрировав возможности регулярной доставки грузов в разные районы страны.

Стоит отметить, что скорость, с которой JD.com обрабатывает и транспортирует свои собственные заказы в условиях эпидемии, не сильно снизилась по сравнению с обычными условиями. Это произошло благодаря наличию интеллектуальной складской сети, которую внедрила компания JD.com

в свою логистическую систему. Благодаря интеллектуальной складской сети, компания JD.com реализовала интеллектуальное регулирование, интеллектуальное микро-планирование и интеллектуальное макро-планирование процесса доставки грузов:

- интеллектуальное регулирование. Из-за распространения эпидемии, которая привела к частичному закрытию важных транспортных узлов Китая на фоне высокой традиционной загруженности транспорта из-за миграции населения во время празднования Китайского Нового года, первоначальная модель ежедневной транспортировки и распределения не могла работать нормально. Распределение и транспортировка крайне необходимого медицинского защитного снаряжения и товаров повседневного спроса сильно пострадали. Для того, чтобы максимально эффективно использовать ограниченные транспортные ресурсы в г. Ухань, логистическая система компании JD.com применяет интеллектуальное регулирование, которое заключается в том, чтобы: всесторонне корректировать информацию о суточных лимитах города; определять приоритеты в поставках материалов в основных точках города, таких как больницы и супермаркеты, чтобы разумно интегрировать заказы и доставку; сократить среднее время доставки заказа на 10% и, тем самым, повысить эффективность и своевременность доставки специальных материалов;
- интеллектуальное микро-планирование. Чтобы иметь возможность уделять приоритетное внимание потребностям регионов, охваченных эпидемией, а также учитывать потребности других регионов, логистическая система компании JD.com осуществляет комплексную оценку потребностей в складских заказах и существующих производственных мощностях с помощью интеллектуального микро-планирования. Такой подход позволяет перераспределять складские запасы между складами компании, чтобы избежать дефицита необходимых товаров и обеспечить повышенный спрос в отдельных регионах. Это позволяет выполнять доставку и распределение необходимых товаров без временных потерь;
- интеллектуальное макро-планирование. Эпидемия сильно повлияла на способность г. Ухань выполнять функции логистического центра, главным образом, на способность обслуживать транзитные грузы, а также грузы, доставляемые непосредственно в г. Ухань. Исходя из реальной ситуации, логистическая система компании JD.com использует интеллектуальное макро-планирование для повышения пропускной способности узких мест, снижения комплексных временных и финансовых затрат в коротком периоде за счет корректировки маршрутов транспортировки. Для этого составляются временные маршруты в режиме реального времени, чтобы грузы доставлялись в город с максимальной скоростью. Для транзитных грузов выбираются другие логистические узлы для перевалки, что не только обеспечивает профилактику и контроль распространения эпидемии, но также снижает нагрузку на логистический узел в г. Ухань, а также гарантирует, что грузы по-прежнему будут быстро доставляться клиентам.

Кроме этого, чтобы избежать распространения вируса, логистическая система компании JD.com сумела эффективно применить интеллектуальный распределительный робот для доставки грузов в г. Ухань. Сложность применения распределительного робота состояла в том, что ранее они выполняли исключительно внутреннюю доставку в колледжах и университетах. Но из-за значительного сокращения количества пешеходов и транспортных средств применение распределительного робота оказалось возможным и на улицах города. Насколько возможно использование интеллектуальных распределительных роботов JD в обычных дорожных условиях – еще предстоит выяснить.

Заключение

Таким образом, рассмотренные компании смогли продолжить эффективно функционировать в условиях эпидемии COVID-19. Хотя их конкурентные преимущества различны, все они имеют одну общую черту: на период новогодних праздников компании подготовили свои логистические системы и продолжали функционировать.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беспилотные летательные аппараты компании SF Express для доставки материалов в больницу Цзиньинтань в Ухане увеличат маршруты доставки. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.sbaijiahao.baidu.com/s?id=1658380038516764819&wfr=spider&for=pc (дата обращения 11.03.2020).

2. Резкий рост заказов на Jingdong House. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.sohu.com/a/373283742_161795 (дата обращения 11.03.2020).
3. Срочные меры транспортных компаний для организации войны с эпидемией. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://finance.people.com.cn/n1/2020/0225/c1004-31603497.html> (дата обращения 11.03.2020).
4. Как логистика Jingdong гарантирует стабильную доставку в течение определенного периода времени? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bjnews.com.cn/finance/2020/02/12/688408.html> (дата обращения 11.03.2020).
5. Поставка компанией JD.com продуктов и медицинских товаров в чрезвычайных ситуациях. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tech.sina.com.cn/roll/2020-02-15/doc-iihxuqvz3170315.shtml> (дата обращения 11.03.2020).
6. Углубленный отчет о рынке логистических компаний Китая и прогноз на 2018-2024 годы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.zhiyan.org> (дата обращения 11.03.2020).
7. Состояние рынка и прогноз тенденций развития экспресс-индустрии в Китае на 2018 год. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chyxx.com/industry/201808/664354.html> (дата обращения 11.03.2020).
8. Почта Китая организует специальную доставку противоэпидемических материалов в Ухань. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bj.chinapost.com.cn/html1/report/20011/4974-1.htm> (дата обращения 11.03.2020).

Юнусова Л.Д.

ПРИМЕНЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В ИННОВАЦИОННЫХ ЛИЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЯХ

Аннотация. В статье рассматривается категория «инновационный лизинг» как один из инструментов продвижения инновационного продукта в реальный сектор экономики с целью усиления конкурентоспособности, совершенствования и ускорения процессов производства, оптимизации расходов, максимизации доходов и т.д. Приведен перечень субъектов лизинговых отношений и источников финансирования. Обоснована необходимость привлечения в операции лизинга финансовых инструментов. Представлены преимущества применения лизинга в сравнении с банковским кредитом.

Ключевые слова. Лизинг, инновации, инновационный лизинг, финансовые инструменты, опционы, облигации, финансовый рынок.

Yunusova L.D.

APPLICATION OF FINANCIAL INSTRUMENTS IN INNOVATIVE LEASING RELATIONS

Abstract. The article considers the category «innovative leasing» as one of the instruments for promoting an innovative product in the real sector of the economy for the aim of strengthening competitiveness, improving and accelerating production processes, optimizing costs, maximizing income, etc. The list of subjects of leasing relations and sources of financing resources. The necessity of attracting financial instruments in the leasing operation is substantiated. The advantages of leasing in comparison with a bank loan are presented.

Keywords. Leasing, innovation, innovative leasing, financial instruments, options, bonds, financial market.

Введение

Инструменты и источники финансирования компаний в части обеспечения текущих затрат и капитального переоборудования постоянно развиваются и диверсифицируются. Основными источниками финансирования промышленных компаний являются банковские и коммерческие кредиты, бюджетные средства и собственные источники финансирования. При этом, в настоящее время все большую популярность приобретает лизинг, рассматриваемый в качестве альтернативного источника финансирования. Анализ этого инструмента финансирования и особенностям его использования и посвящена данная статья.

Понятие инновационного лизинга

В отечественной экономической практике лизинг является сравнительно новой сферой предпринимательской деятельности, которая может способствовать существенному техническому перевооружению и модернизации производства. Однако, несмотря на «молодость» этого инструмента финансирования, в настоящее время все больше компаний отдадут предпочтение лизингу, а для некоторых малых

ГРНТИ 06.73.21

© Юнусова Л.Д., 2020

Лейсен Дамировна Юнусова – аспирант кафедры финансовых рынков и финансовых институтов Института управления, экономики и финансов Казанского (Приволжского) федерального университета.

Контактные данные для связи с автором: 420012, г. Казань, Бутлерова ул., д. 4 (Russia, Kazan, Butlerova str., 4).
Тел.: 8 (960) 047 59 04. E-mail: yleisen@bk.ru.

Статья поступила в редакцию 27.01.2020.

компаний или начинающих свою деятельность лизинг – это единственный источник приобретения нововведений.

Заметим, что в экономической литературе всё чаще встречается термин «инновационный лизинг», трактовка которого имеет огромное количество вариаций. А.А. Аюповым дано определение понятия «инновационный лизинг». Это – определенный специфический вид экономических отношений между их субъектами: лизингодателем, лизингополучателем и продавцом лизингового имущества по поводу объектов движимого и недвижимого имущества, относящегося к основным средствам в процессе инновационной деятельности [1, с. 132-170].

Для выяснения сущности инновационного лизинга далее рассмотрим определения таких понятий, как лизинг и инновация:

- согласно федеральному закону «О финансовой аренде (лизинге)», лизинг представляет собой совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга [3]. Лизинг можно рассматривать как передачу имущества во временное пользование на условиях возвратности, срочности и платности, иначе говоря, квалифицировать его как кредит в основной капитал. Таким образом, с экономической точки зрения лизинг – инструмент преобразования банковского кредита в товарный, предоставляемый лизингодателем лизингополучателю во временное владение и пользование имущества;
- согласно определению Й. Шумпетера, основоположника теории инноваций, «инновация является средством предпринимателя для получения прибыли», которая, согласно модели У. Шарпа, тем выше, чем выше общий уровень риска [4, с. 196].

Таким образом, инновационный лизинг представляет собой приобретение лизингодателем прав собственности продукта инновационного характера, либо посредством лизинга, выступающего в роли самой инновации, с последующей его передачей во временное пользование лизингополучателю в дальнейшем с возможностью выкупа. И в том, и в другом случаях основной целью внедрения данных продуктов является получение прибыли и ее максимизации. Другими словами, инновационный лизинг можно определить как способ инвестирования в инновационную деятельность и продвижение готового продукта на рынок.

Лизинг в сравнении с банковским кредитом обладает рядом преимуществ, таких как [5, с. 17]:

- более лояльный и индивидуальный подход к компаниям-приобретателям оборудования;
- отсутствие залога, в данном качестве выступает сам лизинговый объект;
- более короткие сроки оформления лизингового договора;
- отсутствие налогообложения лизингополучателя в отношении объекта лизинга.

Свойства инновационного лизинга

На основании вышесказанного, можно отметить, что на сегодняшний день инновационный лизинг является эффективным инструментом привлечения необходимого оборудования и иного имущества, в целях совершенствования и ускорения процессов производства, оптимизации расходов и т.д. В связи с неравномерностью экономического развития стран, лизингодатель и лизингополучатель могут являться резидентами разных стран, так инновационный лизинг приобретает характер международных отношений.

Инновационный лизинг способствует продвижению инновационного продукта на рынок, тем самым поддерживая инновационную деятельность. Также инновационный лизинг может выступать в качестве инновации или одновременно сочетать в себе обе эти функции, т.е. новыми способами продвигать инновационные продукты. В третьем случае, когда инновационным является не только сам продукт, но и способ его внедрения, лизингодатель может привлекать различные методы в целях обеспечения лизинговой сделки. Воздействие рычагов может иметь традиционный характер (залог имущества, поручительство, гарантия банка, страхование и т.д.), либо предусматривать использование финансовых инструментов, таких как опцион, облигации, фьючерсы, форварды и т.д.

В лизинговых отношениях, при одновременном заключении опционного контракта-пут (опцион на продажу), лизингодатель приобретает право реализации оборудования контрагенту (продавцу опциона) по цене-страйк в течение оговоренного срока. Т.е. правом реализации компания (покупатель оп-

циона) может воспользоваться в целях возврата инвестированных средств. Структура лизинговых отношений с использованием опциона приведена на рисунке.

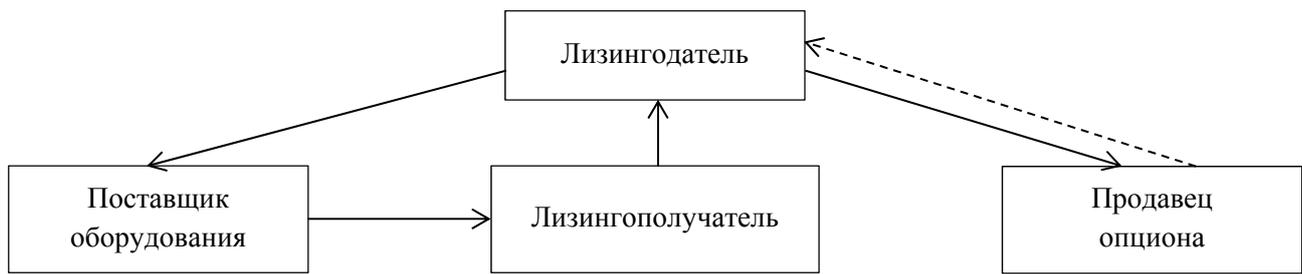


Рис. Схема лизинговых отношений с использованием инновационного опционного контракта

Возврат лизингового объекта и в последующем его реализация возможна в случае нарушения лизингополучателем своих обязанностей, таких как: несвоевременные лизинговые платежи, непроведение технического обслуживания и ремонта, отсутствие страховки оборудования и т.д. В данной ситуации лизингодатель возвращает имущество и, в целях снижения рисков и возврата собственных средств, может воспользоваться опционным контрактом и реализовать оборудование контрагенту [2].

Рассматривая лизинговые отношения со стороны интересов и снижения рисков лизингополучателя, можно также отметить возможности применения опционов. Лизингополучателю при оформлении лизингового договора следует рассмотреть вариант покупки опциона, а именно опциона на возврат и опциона на расширение:

- в первом случае для компании целесообразно привлечение опциона на возврат в ситуации большой вероятности изменения рынка в части удешевления привлекаемого оборудования или появления более дешевых аналогов. В этой связи лизингополучатель может воспользоваться опционным правом и расторгнуть лизинговый договор, после чего вернуть объект лизинга, это впоследствии позволит осуществить покупку оборудования (аналога) на кредитные средства. Также если компания закладывает вероятность получения убытка по итогам отчетного периода, то при наступлении данного результата компания в целях оптимизации собственных расходов может воспользоваться опционным правом;
- во втором случае опцион на расширение является противоположностью первого. Он подразумевает под собой закрепление в договоре лизинга права дополнительного обеспечения лизингополучателя аналогичным оборудованием при сохранении условий первоначального договора. Данный вид опциона актуален для компании, если та ожидает прироста производства и увеличение оборота капитала, вследствие чего необходимо увеличить производственные мощности путем дополнительного оснащения лизинговым оборудованием. Представленный тип опциона дает преимущество для лизингополучателя в случае роста стоимости лизингового объекта.

В операции в рамках инновационных лизинговых отношений могут быть вовлечены от трех и более участников, помимо лизингодателя, лизингополучателя, поставщика оборудования и продавца опциона могут быть привлечены другие участники и инструменты финансового рынка, в частности фондового (фьючерсы, форвардные контракты, свопы и т.д.). Кроме того, в качестве источников инвестиций могут быть задействованы финансовые институты, участники фондового рынка, страховые компании, некоммерческие пенсионные фонды, инвестиционные венчурные фонды и т.д.

Так, в целях привлечения инвестиций оптимальным вариантом для лизинговой компании может быть размещение облигаций на фондовом рынке. Для эффективного выпуска этих ценных бумаг компании следует предварительно обсудить с потенциальными инвесторами условия, а после достижения договоренности начать эмиссию облигаций.

Заключение

Таким образом, нами выделены основные участники лизинговых отношений, источники финансирования и финансовые инструменты, которые в совокупности направлены на реализацию и внедрение инновационного лизинга на предприятиях. Применение различных рычагов финансовой инженерии

в лизинге способствует росту экономической эффективности от использования нововведений и снижения финансовых рисков, связанных с неопределенным поведением участников лизинговых отношений. В то же время, использование финансовых инструментов в лизинге на сегодняшний день имеет пока еще низкий уровень развития, в этой связи необходимо продолжить изучение и проработку данного вопроса.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аюпов А.А.* Конструирование и реализация инновационных финансовых продуктов. М.: NOTA BENE, 2007. 220 с.
2. *Аюпов А.А.* Применение инновационного лизингового опциона как инструмента хеджирования операций лизинга // Вектор науки ТГУ. 2012. № 3. С. 115-118.
3. Федеральный закон от 29.10.1998 г. № 164-ФЗ (ред. от 16.10.2017) «О финансовой аренде (лизинге)».
4. *Шарп У.Ф., Александер Г.Д., Бэйли Д.В.* Инвестиции. М.: ИНФРА-М, 2007. 1027 с.
5. *Щеголева Н.Г.* Лизинг /Московская финансово-промышленная академия. М., 2005. 98 с.

УВАЖАЕМЫЕ АВТОРЫ!

Наш журнал открыт для публикации по любому из направлений деятельности университета. Автором журнала может быть любой преподаватель, научный сотрудник, докторант, аспирант, соискатель, а также тот, кто сотрудничает с университетом в рамках научной или педагогической деятельности. Статьи студентов (уровни подготовки – бакалавриат, специалитет, магистратура), а также лиц без высшего образования, в том числе подготовленные в соавторстве, не рассматриваются и не публикуются. Обращаем Ваше внимание, что в действующий с 01.12.2015 г. Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, журнал включен по отраслям: 08.00.00 Экономические науки; 10.00.00 Филологические науки; 22.00.00 Социологические науки.

Все представленные материалы в обязательном порядке рецензируются членами редакционной коллегии и привлекаемыми специалистами по направлениям науки.

ОБЩИЕ ТРЕБОВАНИЯ К СТАТЬЯМ

К рассмотрению принимаются только комплектные материалы, которые включают:

1. Статью, оформленную в соответствии с приведенными ниже требованиями. Используется только (!) книжная ориентация страниц. Также обязательно наличие оформленного по ГОСТ списка литературы (использованных при разработке статьи источников), в котором источники должны быть упорядочены по алфавиту (сначала – источники на русском языке, затем – на иностранных языках); на все включенные в список источники обязательно должны быть ссылки в тексте статьи; рекомендованное количество ссылок – не менее 5–7; не рекомендуется, чтобы в списке литературы количество ранее изданных работ авторов составляло более 10–15%. Недопустимо наличие в статье неотредактируемых материалов (например, сканированных рисунков или формул). Статья должна быть снабжена кодом ГРНТИ (Государственный рубрикатор научно-технической информации). Статья должна быть снабжена заголовком (наименованием) на русском и английском языке;
2. Аннотацию статьи на русском и английском языке, объемом 400–500 знаков;
3. Ключевые слова, отражающие основные идеи статьи (5–8 слов и словосочетаний на русском и английском языке);
4. Сведения об авторе, включающие:
 - Ф.И.О. полностью на русском и английском языке;
 - учёная степень, учёное звание (при наличии);
 - должность и место работы / учебы (обязательно);
 - контактные данные для публикации в журнале на русском и английском языке (адрес с почтовым индексом, номер контактного телефона, e-mail);
 - контактные данные для переписки с редакцией (номер домашнего, мобильного и рабочего телефонов, e-mail, а также другую контактную информацию, по усмотрению автора – на русском языке), которые приводятся в сопроводительном письме.
5. Все материалы присылаются в редакцию по электронной почте: plotnikov.v@unescon.ru. Рекомендуется в названиях файлов использовать фамилию и инициалы автора, а в заголовке письма указывать, что в нем содержатся материалы статьи, предлагаемые для публикации в журнале «Известия СПбГЭУ».

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ПО ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

1. Объём статьи (включая аннотацию, ключевые слова, сведения об авторах, список использованной литературы) для лиц с ученой степенью / званием – от 4 до 7 страниц, для лиц без ученой степени / звания – от 3 до 5 страниц.
2. Формат страницы А4, ориентация – книжная. Поля: верхнее 3,1 см, нижнее 2,9 см, левое 2,2 см, правое 1,7 см. Без колонтитулов, расстояние от края страницы до верхнего колонтитула 2 см, до ниж-

него – 1,27 см. Функция «Автоматическая расстановка переносов» должна быть отключена. Страницы не нумеруются. Не допускается использование в тексте статьи автоматически нумерованных списков. Общие свойства абзацев для всего материала: без отступов до и после абзаца, межстрочный интервал – одинарный.

3. Все материалы статьи должны быть оформлены шрифтом Times New Roman.

4. На первой строке без абзацного отступа с выравниванием по правому краю, через запятую размещаются фамилии и инициалы соавторов (первая буква прописная, остальные строчные) на русском языке. В статье рекомендуется наличие не более чем 3–4 соавторов. Размер шрифта 11 пт, начертание обычное.

5. После пропуска пустой строки, без абзацного отступа, с выравниванием по центру размещается название статьи на русском языке. Размер шрифта 12 пт, начертание полужирное. В конце наименования делается сноска, в которой указаны сведения об авторах (см. далее).

6. После пропуска пустой строки, с абзацным отступом 0,6 см, с выравниванием по ширине размещается аннотация статьи на русском языке. Размер шрифта 11 пт, начертание наклонное. Сначала приводится слово «Аннотация» (дополнительное свойство шрифта – полужирный), затем, после точки – сам текст аннотации.

7. После пропуска пустой строки, с абзацным отступом 0,6 см, с выравниванием по ширине размещаются ключевые слова статьи на русском языке. Размер шрифта 11 пт, начертание наклонное. Сначала приводится словосочетание «Ключевые слова» (дополнительное свойство шрифта – полужирный), затем, после точки – сами ключевые слова (словосочетания), разделенные запятыми.

8. Две пустые строки.

9. Повторяется информация, указанная в пп. 4–7 на английском языке, с теми же правилами оформления. В англоязычном блоке вместо слова «Аннотация» указывается слово «Abstract», а вместо словосочетания «Ключевые слова» – «Keywords».

10. Две пустые строки.

11. Текст статьи оформляется на русском языке с абзацным отступом 0,6 см (самый первый абзац статьи – без абзацного отступа), с выравниванием по ширине. Размер шрифта 11 пт, начертание обычное. Не рекомендуется использование без крайней необходимости других типов шрифтов. При необходимости, в тексте статьи могут быть выделены разделы (например, «Введение», «Анализ литературы», «Методика исследования», «Основные результаты и их обсуждение» и т.п.). Если статья подготовлена при финансовой поддержке какого-либо фонда, выполнена в рамках государственного задания и т.д., то это указывается в последнем абзаце, завершающем статью (перед списком использованной литературы). Порядок оформления этого абзаца: отступ 0,6 см, выравнивание по ширине, размер шрифта 11 пт, начертание наклонное. В тексте могут приводиться рисунки и таблицы, которые размещаются непосредственно после их упоминания, либо на следующей странице. На все рисунки и таблицы должны быть ссылки. При необходимости в тексте статьи приводятся формулы. Статья оформляется без приложений.

12. По тексту статьи должны иметься ссылки на все позиции, приведенные в списке литературы. Ссылки по тексту оформляются в квадратных скобках, с указанием номера позиции в списке литературы. Например: [11]. Если ссылка идет на конкретную страницу (диапазон страниц), это указывается. Например: [2, с. 12] или [4, с. 8–9]. Если ссылка идет на несколько позиций списка литературы, то они перечисляются в общих квадратных скобках, по возрастанию номеров, с разделением точками с запятой. Например: [3, с. 78; 4; 8, с. 11–14; 10] (неправильно: [3], [5]). Если ссылка на литературу стоит в конце предложения, то оканчивающий предложение знак препинания ставится после закрывающей квадратной скобки (правильно: «... ряда авторов [7; 8].» неправильно: «... ряда авторов [7; 8]»).

13. При необходимости в статье могут быть приведены постраничные ссылки, которые оформляются без абзацного отступа, с выравниванием по ширине. Размер шрифта 10 пт, начертание обычное. Не рекомендуется использование постраничных ссылок без особой необходимости.

14. Рисунки оформляются только в черно-белом варианте, рисунки должны быть представлены в виде (формате), позволяющем их редактирование при подготовке журнала к выпуску. Все рисунки должны быть пронумерованы, если рисунок в статье один, то он не нумеруется. В тексте статьи рисунки подписываются снизу, без абзацного отступа, с выравниванием по центру. Размер шрифта 10 пт, начертание обычное. В подписи сначала идет сокращение «Рис. X.» (где X – номер рисунка), наклонным

шрифтом. Затем приводится наименование рисунка, без точки в конце. До и после наименования рисунка пропускается одна пустая строка, рисунок сверху от текста также отделяется одной пустой строкой.

15. Таблицы должны быть представлены в виде (формате), позволяющем их редактирование при подготовке журнала к выпуску. Все таблицы должны быть пронумерованы, если таблица в статье одна, то она не нумеруется. Размер шрифта таблиц 10 пт, начертание обычное. В тексте статьи таблицы подписываются сверху, без абзацного отступа. Таблица отделяется от текста сверху и снизу пустой строкой. Над таблицей с выравниванием по правому краю, размер шрифта 10 пт, начертание наклонное пишется: «Таблица X» (где X – номер таблицы). Затем приводится наименование таблицы, без точки в конце (выравнивание по центру без абзацного отступа, шрифт 10 пт, начертание полужирное).

16. Рекомендуется в таблицах и рисунках указывать источник информации.

17. Формулы оформляются с использованием встроенного средства оформления формул программы текстового редактора.

18. Список литературы оформляется в конце статьи. Сначала оформляется его заголовочная часть (выравнивание по центру, без абзацного отступа, шрифт 11 пт, начертание обычное): пустая строка; слово «ЛИТЕРАТУРА»; пустая строка. Затем в виде нумерованного списка приводится сам список литературы (шрифт 10 пт), выравнивание абзаца – по ширине.

19. Сведения об авторах приводятся в обязательной сноске внизу первой страницы. Они оформляются шрифтом 10 пт, начертание обычное; выравнивание абзаца – по ширине, без абзацного отступа. Эти сведения содержат (каждая позиция с новой строки):

- код ГРНТИ статьи, который указывается без точки в конце. Например: «ГРНТИ 06.81.12»;
- авторский знак, затем через запятую фамилии и инициалы соавторов, затем год публикации. Например: «© Попович А.А., Янгелова Е.А., 2016»;
- сведения об авторах (каждый автор – с новой строки), включающие имя, фамилию, отчество и, после тире, ученую степень (при наличии), ученое звание (при наличии), наименование должности и организации (для высших учебных заведений и других организаций не рекомендуется использовать без крайней необходимости сокращенное обозначение организационно-правовой формы, например не рекомендуется использовать аббревиатуру «ФГБОУ ВО»), если из наименования организации неочевидно, в каком населенном пункте она находится, в скобках приводится название города. Например: «Николай Федорович Иванов – кандидат экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента Южно-Сибирского института стратегического анализа (г. Темиртау)»;
- контактные данные для связи с автором. Если авторов несколько – указываются данные только одного из них, при этом в скобках указывается его фамилия и инициалы. Они включают адрес с почтовым индексом на русском и английском языке, контактный телефон и адрес электронной почты. Например: «Контактные данные для связи с авторами (Плотников В.А.): 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21 (Russia, St. Petersburg, Sadovaya str., 21). Тел. 8 (812) 310-47-60. E-mail: plotnikov.v@unecon.ru».

Некомплектные статьи, статьи, оформленные не по установленным правилам и с неправильно оформленным списком литературы, НЕ ПРИНИМАЮТСЯ!

Более подробная информация представлена на сайте издания:

<http://unecon.ru/zhurnal-izvestiya/trebovaniya-k-predstavlyaemym-/trebovaniya> и

http://unecon.ru/sites/default/files/shablon_oformleniya_stati.docx.

УСЛОВИЯ ПОДПИСКИ НА ЖУРНАЛ

«ИЗВЕСТИЯ СПбГЭУ»

Периодичность выхода издания – 6 номеров в год.
Подписаться на журнал можно по каталогу агентства «Роспечать». Индексы 15395 и 37154.
Подписная цена журнала: 1950 руб. – на полугодие и 3900 руб. – на год.

Приобрести журнал за наличный расчет или оформить редакционную подписку можно по адресу:
**191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21,
редакция журнала «Известия СПбГЭУ»**

Зам. главного редактора
Плотников Владимир Александрович

Контактный телефон: +7 (911) 949-13-21 (редакция)
E-mail: plotnikov.v@unecon.ru

Редакторы:
С.С. Алмаметова, Ю.А. Безуглая
Обложка художника *А.А. Сивакова*
Оригинал-макет *Ю.К. Трубкиной*

Подписано в печать 01.05.2020 г. Формат 60 × 84 1/8. Бумага офсетная. Гарнитура Times New Roman.
Печать офсетная. Усл. печ. л. 24,0. Уч.-изд. л. 24,0. Тираж 1000 экз. Заказ 484.

Адрес редакции журнала «Известия СПбГЭУ»: 191023, С.-Петербург, Садовая ул., д. 21.
Адрес издателя и типографии: 191023, Санкт-Петербург, Садовая ул., д. 21
Отпечатано на полиграфической базе СПбГЭУ.
Цена номера – 650 руб.