РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ

Материалы международной научно-практической конференции

Иркутск

23 ноября 2021 года

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Байкальский государственный университет

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ

Материалы международной научно-практической конференции

Иркутск

23 ноября 2021 года

Текстовое электронное издание

Иркутск
Издательский дом БГУ
2022

© ФГБОУ ВО «БГУ», 2022
ISBN 978-5-7253-3084-7

УДК 334(571.53)
ББК 65-131(253.5)

Издается по решению редакционно-издательского совета
Байкальского государственного университета

Редакционная коллегия:
проф. А.В. Самаруха (отв. ред.), доц. Ю.А. Скоробогатова,
доц. И.Б. Королёва

Развитие малого предпринимательства в Байкальском регионе : материалы Междунар. науч.-практ. конф., Иркутск, 23 ноября 2021 г. / отв. ред. А.В. Самаруха. — Иркутск : Изд. дом БГУ, 2022. — 339 с. — URL: http://lib-catalog.bgu.ru. — Текст : электрон.

ISBN 978-5-7253-3084-7.

В материалах международной научно-практической конференции представлены результаты исследований по экономике, управлению и предпринимательству в разных сферах и направлениях, таких как: образование, культура, спорт и досуг; строительство и жилищное хозяйство; транспорт и логистика; торговля и частные услуги; туризм и рекреация; агропромышленный комплекс; экология и пожарная безопасность, а также по историческим аспектам развития малого и среднего предпринимательства в Байкальском регионе.

Для преподавателей, студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых, практических работников, а также для широкого круга читателей, проявляющих интерес к проблемам развития малого предпринимательства.

Научное электронное издание

Минимальные системные требования:
веб-браузер Internet Explorer версии 6.0 и более поздние, Opera версии 7.0 и более поздние, Google Chrome 3.0 и более поздние.
Компьютер с доступом к сети Интернет.
Минимальные требования к конфигурации и операционной системе компьютера определяются требованиями перечисленных выше программных продуктов.

Подписано к использованию 17.03.2022.
Объем 6,4 Мб.

Байкальский государственный университет.
664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11.
http://bgu.ru.

© ФГБОУ ВО «БГУ», 2022

СОДЕРЖАНИЕ

Секция «Технологическое предпринимательство» 7

Альсигар М.К., Алмаваш А.Д., Переверзев П.П., Акинцева А.В. Анализ особенностей управления циклами КШОП на станках с ЧПУ 7

Альсигар М.К., Переверзев П.П., Алмаваш А.Д., Акинцева А.В. Сравнительный анализ основных результатов исследования при КШРП с выхаживающим ходом 11

Буянова А.И., Колесник Ю.И. Проблемы инвестиционной деятельности компаний в сфере машиностроения 16

Григорян В.С., Давыдова Г.В. Отрасль. Экономическая безопасность отрасли ... 22

Реука Н.Е., Скоробогатова Ю.А. Технологии бурения горизонтально-разветвленных скважин и особенности их эксплуатации в регионе 28

Склянова Н.П., Юшков О.А. Инновации и экономический рост 34

Шагунова А.А., Скоробогатова Ю.А. Возможности применения технологий искусственного интеллекта и адаптивного обучения в сфере дополнительного образования 39

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в цифровой экономике» 45

Бадмажанова О.И., Бычкова Г.М. Возможности формирования и развития портала «Зачестныйбизнес» в цифровой экономике 45

Бронникова Е.В., Романов Д.И. О перспективных направлениях правового регулирования оборота криптовалют в России как одной из основ развития экономических отношений 52

Концевич К.А., Королёва И.Б. Современный оффшорный бизнес: российская, мировая практика и методы борьбы 58

Михайлова Е.А. Влияние пандемии на ускоренное развитие цифровой экономики 68

Полякова Н.В., Поляков В.В., Белых Е.Р. Поиск направлений развития промоушн-деятельности ИТ-компании, работающей с субъектами малого бизнеса 74

Тагаров Б.Ж. Факторы концентрации производства в условиях цифровой экономики 82

Тесля А.Б., Иващенко А.А. Развитие малого предпринимательства в условиях цифровизации регионов 89

Шипунова Н.М., Юсупова А.В. Внедрение цифровой валюты: реакция малого и среднего предпринимательства 95

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в сфере образования, культуры, спорта и досуга» 101

Деньгина Д.Е. Особенности внутреннего аудита кадровой документации в государственных учреждениях 101

Капырин П.А. Организация предпринимательской деятельности в сфере культуры и досуга на примере передвижного музея военной истории 105

Константинова Л.Ф., Вэньци Хань. Стратегия развития предпринимательской деятельности совместной компании Клуб «Паллада» на рынке организации культурных и оздоровительных услуг «Китай — Россия» 110

Фонталов Р.Н., Константинова Л.Ф. Анализ рынка оказания услуг дошкольного образования г. Иркутска 115

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в сфере торговли и частных услуг» 122

Болдырев В.Е., Юсупова А.В. Оценка эффективности принятых с 2020 года мер по поддержке малого и среднего бизнеса в период распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) 122

Грудинина А.Д., Королёва И.Б. Система корпоративного управления в России: зарождение, развитие и актуальные проблемы 128

Гудас О.Н., Степанова М.Н. Страхование как инструмент управления рисками в сфере торговли 137

Дворников А.В., Скоробогатова Ю.А. Внедрение CRM-системы в организации как способ повышения эффективности деятельности компаний 143

Логачева А.А., Шуплецов А.Ф. Сетевые предприятия общественного питания Иркутской области и их конкурентоспособность 149

Михайлов А.А., Ямбаева О.Б. Влияние пандемии COVID-19 на развитие предприятий общественного питания 154

Нестеренко Е.А., Шуплецов А.Ф. Место и роль деловой репутации (гудвилла) в финансовой устойчивости компании 161

Сатин М.А., Скоробогатова Ю.А. Особенности применения специальных налоговых режимов в Иркутской области для субъектов малого и среднего предпринимательства 167

Солдаткина О.В. Формирование экосистемы торгового предприятия 175

Шагунов А.П., Скоробогатова Ю.А. Организация малых предприятий в индустрии питания по технологии франчайзинга: достоинства и недостатки 180

Швардова П.А., Степанова М.Н. Проблемы защиты прав и законных интересов получателей страховых услуг 187

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в агропромышленном комплексе» 194

Клюев А.М., Тертышник М.И. Влияние потребительского спроса на изменения в масложировой продукции 194

Литвин Д.А., Давыдова Г.В. Обоснование необходимости институциональных преобразований структуры собственности лесной отрасли России 198

Панькова Л.В., Винокурова М.В. Особенности организации производства, хранения и сбыта молочной продукции на территории Российской Федерации 204

Сатин М.А., Шуплецов А.Ф. Состояние спроса и предложения на рынке молока и молочной продукции в Иркутской области 210

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в сфере строительства и жилищного хозяйства» 217

Габриелян М.В., Жилан О.Д. Развитие ипотечного кредитования в России с использованием эскроу-счетов 217

Ковалевская Н.Ю. Выбор сегмента реализации проекта девелопмента 224

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в сфере транспорта и логистики» 231

Кубасова Т.И., Носкова А.Г. Проблемы и пути развития складской логистики в условиях неопределенности 231

Удалова Е.Я. Анализ рисков логистической транспортировки и возможности их страхования 238

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в сфере туризма и рекреации» 245

Гардт Э.А. Возможность и необходимость внедрения ролевой игры в деятельность музея под открытым небом 245

Смирнова Д.Е., Бисикало Е.Э. Оценка потенциала развития туристического бизнеса на территории острова Ольхон Байкальского региона 251

Чичина В.В., Чистякова О.В. Совершенствование системы мотивации персонала с целью повышения эффективности бизнеса (на примере ООО «Отель «Солнце») 265

Секция «Вопросы экономики, управления и предпринимательства в сфере экологии и пожарной безопасности»..... 271

Кубасова Т.И., Куденко И.В. Управление углеродным следом как фактор повышения конкуренции организаций на глобальных рынках..... 271

Рябинин М.Б., Гиделия Н.М., Королёва И.Б. Проблемы устойчивого развития и инструменты их преодоления в мировой и российской практике.... 278

Секция «Исторические аспекты развития малого и среднего предпринимательства в Байкальском регионе» 285

Андреева Е.В. Роль деловых объединений в выработке мер поддержки субъектов МСП в период пандемии 285

Баянова Ж.Л., Юсупова А.В. Развитие сибирского предпринимательства в исторической ретроспективе (XVII — первая половина XX вв.) 291

Буньковский Д.В. Факторы возникновения и развития нелегальной предпринимательской активности..... 298

Дунаев Д.А., Винокурова М.В. Влияние пандемии COVID-19 на сектор малого бизнеса Иркутской области..... 303

Самаруха А.В. Современные проблемы малого и среднего предпринимательства в стране и регионах 308

Склянова Н.П., Брянская Н.А. Стратегии высоких, средних и низких цен, особенности применения в отечественных и зарубежных компаниях..... 314

Юсупова А.В. «Карантинный бизнес»: анализ двухлетнего опыта развития субъектов малого предпринимательства в Байкальском регионе..... 321

Давыдова Г.В., Тагиев М.И. Теневая экономика в ЛЗП 328

Теллиа Хиба. Профессионализм персонала как фактор повышения качества гостиничных услуг..... 333

УДК 621.923.02

М.К. Альсигар, А.Д. Алмаваш, П.П. Переверзев, А.В. Акинцева

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ЦИКЛАМИ КШОП НА СТАНКАХ С ЧПУ

В соответствии с программой развития цифровой экономики Российской Федерации перед современным машиностроением стоит задача интеграции цифрового производства, в котором применяются станки с числовым программным управлением и роботизированное оборудование. Целью работы является повышение производительности труда и экономических результатов.

Ключевые слова: продольная подача; круглое наружное шлифование; моделирование; абразивная обработка; сила резания; ЧПУ.

M.K. Alsigar, A.D. Almawash, P.P. Pereverzev, A.V. Akintseva

ANALYSIS CONTROL FEATURES OF ECGA CYCLES ON CNC MACHINES

In accordance with the program for development of the digital economy of the Russian Federation in the context of global industry trends, modern mechanical engineering is faced with the task of integrating digital production, in which numerical control machines and robotic equipment are used. The aim of the work is to increase productivity and quality with economic results.

Keywords: longitudinal feed; round external grinding; modeling; abrasive processing; cutting force; CNC.

Круглошлифовальные операции с осевой подачей, выполняемые на станках с ЧПУ, имеют широкое распространение в машиностроении. Требования по повышению производительности и укорочению сроков проектирования круглошлифовальных операций в условиях серийного производства, а также большой объем необходимых проектных работ, обусловили необходимость автоматизации технологического проектирования операций с применением вычислительной техники, информационных технологий и математических моделей проектируемых процессов. Однако в технологии машиностроения многие задачи проектирования, в том числе и задачи расчета оптимальных циклов при совместном управлении радиальной и осевой подачами для станков с ЧПУ, до настоящего момента не имеют достаточно полного и надежного математического описания.

В соответствии с программой развития цифровой экономики Российской Федерации, перед современным машиностроением стоит задача интеграции цифрового производства, в котором применяются станки с числовым программным управлением и роботизированное оборудование, а технологическая подготовка

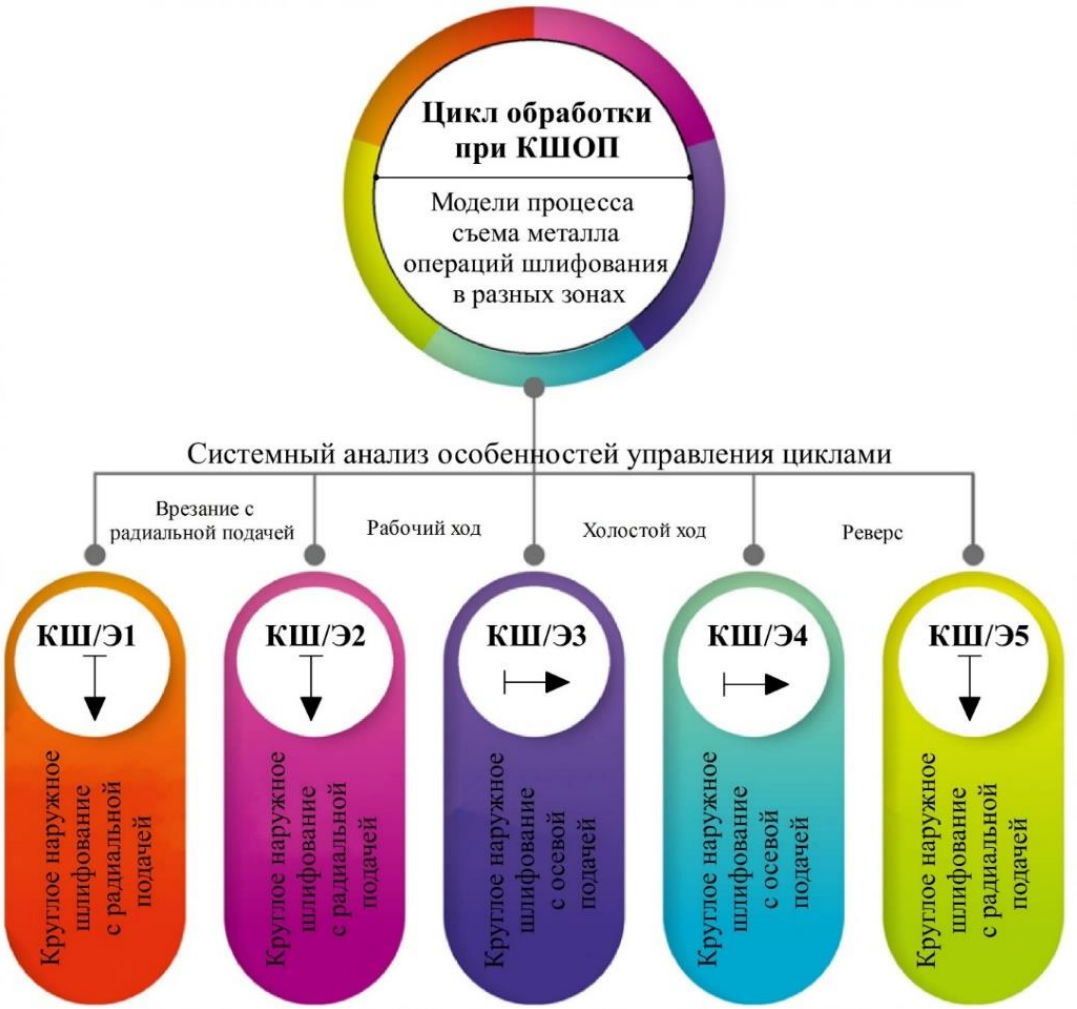
производства ведется в единой виртуальной среде с использованием технологий цифрового моделирования и проектирования непосредственно продуктов и изделий, так и производственных процессов, путем создания технологических процессов его производства. В современных CAM-системах отсутствует блок расчета оптимальных режимов резания для циклов круглого шлифования с ЧПУ при совместном управлении радиальной и осевой подачами. В этих CAM-системах процесс проектирования УП автоматизирован частично, только для программирования идеальных траекторий перемещения шлифовального круга без расчета оптимальных режимов резания, обеспечивающих требуемую точность и качество обрабатываемой поверхности с учетом многочисленных нестабильных факторов (колебание силы резания, переменная податливость технологической системы, колебание припуска, затупление режущего инструмента). В результате во всей машиностроительной отрасли отсутствует полная автоматизация на этапе проектирования оптимальных циклов радиальной и осевой подач при КШОП. Многие ученые, такие как П.П. Переверзев, В.Л. Кулыгин, Г.Б. Лурье и др., занимались вопросом повышения производительности и качества обработки в автоматических циклах шлифования [5–9].

В реальности на производстве для гарантированного соблюдения всех требований чертежа в настоящее время технологи существенно снижают режимные параметры циклов и тем самым занижают производительность круглошлифовальных станков с числовым программным управлением. Целью работы является повышение производительности труда и экономических результатов.

Важной особенностью операции КШОП является то, что съем металла в разных зонах ведется по совершенно разным сценариям, приведенным на рисунке [1–4]. Этап Э1 КШРП (круглое шлифование с радиальной подачей) ведется в режиме круглого врезного шлифования с программной радиальной минутной подачей [2].

В результате в технологической системе создается натяг, за счет которого производится съем металла в течение всего двойного хода на всей обрабатываемой поверхности вала. Этап Э2 тоже ведется в режиме круглого врезного шлифования, но как этап выхаживания при программной радиальной подаче, равной нулю. Этап Э3 ведется при круглом шлифовании с осевой подачей КШОП. Шлифовальный круг уже заглубился на величину радиальной программной подачи на двойной ход. Этап Э4 тоже ведется в режиме КШОП, но уже при обратном ходе. Этап Э5 опять ведется в режиме реверса путем круглого врезного шлифования с этапом выхаживания, при программной радиальной подаче равной нулю.

Операция круглого шлифования с осевой подачей в разных зонах ведется путем чередования разных видов шлифования на этапах врезания круга в заготовку и на этапах остановки круга на время реверса, что обусловливает разные режимы резания и точность обработки по всей длине обрабатываемой поверхности. Разработана единая обобщенная модель формообразования шлифуемой поверхности, позволяющая вести расчет глубины резания и текущих значений радиусов в любом сечении обрабатываемой поверхности в течение всего цикла шлифования для заданных условий обработки.



Системный анализ особенностей управления циклами

Список использованной литературы

1. Alsigar M.K. Model of processing accuracy prediction with consideration of multi-stage process of circular grinding with axial feed / M.K. Alsigar, P.P. Pereverzev, A.D. Almawash // International conference on modern trends in manufacturing technologies and equipment. — 2019. — Vol. 709. — Pp. 9–14.

2. Alsigar M.K. Multi-stages to ensure quality control of designing and production at external cylindrical grinding machines / M.K. Alsigar, P.P. Pereverzev, A.D. Almawash // International conference on modern trends in manufacturing technologies and equipment. — 2020. — Vol. 95. — Pp. 23–28.

3. Alsigar M.K. An approach to complex model ECGA for the stable and unstable grinding conditions / M.K. Alsigar, P.P. Pereverzev, A.D. Almawash // IOP Conf. Series : Materials Science and Engineering. — 2020. — Vol. 971. — 022097.

4. Alsigar M.K. Optimal design of grinding systems with use of mathematical complex models ECGA / M.K. Alsigar, A.D. Almawash // Proceedings. International Confon modern trends in manufacturing technologies. — 2021. — Vol. 38. — Pp. 1521–1525.

5. Pereverzev P.P. Virtual Prediction of Accuracy of Processing on Example of External Circular Grinding / P.P. Pereverzev, A.V. Akintseva, M.K. Alsigar // Proceedings of the 5th international conference on industrial engineering. — 2019. — Pp. 217–224.

6. Pereverzev P.P. Modeling metal removal in automatic circular grinding cycles taking into account process dynamics / P.P. Pereverzev, A.D. Almawash, M.K. Alsigar // Proceedings of the 6th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2020). — 2020. — Pp. 335–343.

7. Корчак С.Н. Теоретические основы влияния технологических факторов на повышение производительности шлифования деталей : дис. … д-ра техн. наук / С.Н. Корчак. — Челябинск, 1995. — 320 с.

8. Кулыгин В.Л. Разработка теории и методики расчета автоматических циклов наибольшей производительности при заданной точности обработки для круглого наружного продольного шлифования : дис. … канд. техн. наук / В.Л. Кулыгин. — Челябинск, 1987. — 170 с.

9. Маслов Е.Н. Теория шлифования материалов / Е.Н. Маслов. — Москва : Машиностроение, 1974. — 319 с.

Информация об авторах

Альсигар Масар Кадим — студент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Алмаваш Азиз Дарвиш — студент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Акинцева Александра Викторовна — студент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Переверзев Павел Петрович — кандидат технических наук, доцент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск, e-mail: masar8937@gmail.com.

Authors

Alsigar Masar Kadhim — Students, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk.

Almawash Aziz Darweesh — Students, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk.

Alexandra V. Akintseva — Students, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk.

Pavel P. Pereverzev — Ph.D. in Engineering sciences, Associate Professor, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, e-mail: masar8937@gmail.com.

© Альсигар М.К., Алмаваш А.Д., Переверзев П.П., Акинцева А.В., 2022

УДК 621.923.02

М.К. Альсигар, П.П. Переверзев, А.Д. Алмаваш, А.В. Акинцева

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИ КШРП С ВЫХАЖИВАЮЩИМ ХОДОМ

Управление производительностью операции круглого наружного шлифования с осевой подачей КШОП ведется с помощью двух автоматических ступенчатых циклов радиальной КШРП и осевой подач, которые управляются по командам прибора активного контроля при круглом наружном шлифовании, зависящем от оставшейся части припуска. В статье предложен подход к анализу влияния технологических ограничений на циклы подач путем построения области ограничений подач в трехмерном пространстве параметров управления процессом шлифования.

Ключевые слова: ЧПУ; наружное шлифование; цикл; режимы резания; ход; подача.

M.K. Alsigar, P.P. Pereverzev, A.D. Almawash, A.V. Akintseva

SELECTION OF QUALITATIVE COMPARATIVE CYCLES WITH STROKE TREATMENT

The productivity control of the operation of external cylindrical grinding with axial feed ECGA is carried out using two automatic cycles of radial ECGR and axial feed, the parameters of the feed cycle include: the number of steps, feed at each step and the removed part of the allowance at each step. The article proposes an approach to the analysis of the influence of technological constraints on feed cycles by constructing an area of feed constraints in the three-dimensional space of parameters for controlling the grinding process.

Keywords: CNC; external grinding; cycle; cutting conditions; stroke; feed.

В соответствии с программой развития цифровой экономики Российской Федерации перед современным машиностроением стоит задача интеграции цифрового производства, в котором применяются станки с числовым программным управлением и роботизированное оборудование, а технологическая подготовка производства ведется в единой виртуальной среде с использованием технологий цифрового моделирования и проектирования непосредственно продуктов и изделий, так и производственных процессов путем создания технологических процессов его производства.

С помощью технологических процессов моделируется изготовление изделия на всем протяжении его жизненного цикла в виртуальной модели, которая состоит из оборудования, производственных процессов и персонала предприятия. Цифровое производство предполагает сквозную автоматизацию процессов технологической подготовки производства (ТПП), включая полную автоматизацию процессов разработки управляющих программ для станков с ЧПУ путем перевода

всей информации об операции в цифровой вид и применение виртуального моделирования, что помогает выявлять возможные проблемы, находить подходящие или оптимальные параметры режимов резания, прогнозировать качество обработки и проверять надежность управляющей программы (УП) для станка с ЧПУ в изменяющихся условиях обработки партии заготовок. Однако в современном машиностроении до сих пор отсутствуют как виртуальные среды, так и технологии цифрового проектирования оптимальных циклов при одновременном управлении осевой и радиальной подачами для программ управления станками с ЧПУ, предназначенных для проектирования операций круглого наружного шлифования с осевой подачей. В современных CAM-системах отсутствует блок расчета оптимальных режимов резания для циклов круглого шлифования с ЧПУ при совместном управлении радиальной и осевой подачами. В этих CAM-системах процесс проектирования УП автоматизирован частично, только для программирования идеальных траекторий перемещения шлифовального круга без расчета оптимальных режимов резания, обеспечивающих требуемую точность и качество обрабатываемой поверхности с учетом многочисленных нестабильных факторов (колебание силы резания, переменная податливость технологической системы (ТС), колебание припуска, затупление режущего инструмента и др.).

Режимы резания, относящиеся к параметрам циклов радиальной и осевой подач, назначаются технологом вручную на основе заводской статистики, опыта наладки и при возможности — путем использования пробных заготовок. В большинстве доступных работ авторами получены методики построения цикла, задающие варьирование единственного параметра (радиальной подачи), а также методики расчета точности и качества обработки на основе экспериментальных данных без использования широкодиапазонной аналитической модели взаимосвязи силы резания с физико-механическими свойствами обрабатываемой заготовки, затуплением зерен шлифовального круга, жесткостью технологической системы, используемыми режимами резания, фактической радиальной подачей и т.д. Кроме того, в научной литературе для операций КШОП отсутствуют методики проектирования оптимальных (с точки зрения технологии) циклов совместного управления осевой и радиальной подачами, которые смогли бы обеспечить и максимальную производительность операции, и одновременно с этим стабильность выполнения всех требований, предъявляемых к обработке партии деталей как по точности, так и по качеству.

Целью работы является повышение производительности операций круглого наружного шлифования с осевой подачей, которые выполняются на станках с ЧПУ, путем оптимизации управляющих параметров циклов радиальной и осевой подач. Над графиками подач показаны границы различных ограничений (ограничений по точности, шероховатости обрабатываемой поверхности, бесприжоговости, по техническим данным станка и осыпаемости шлифовального круга). Чем больше количество ступеней переключения программной подачи, тем ближе можно прижать траекторию фактической подачи к границе области допустимых значений. Приближение траектории фактической радиальной подачи к области допустимых значений осуществляется путем ступенчатого изменения программной подачи [1; 3–6]. Однако визуализация ограничений цикла при КШОП проводится раздельно для

каждой подачи в зонах Р31, Н3 и Р32 и является сложной задачей, так как необходимо представлять ограничения во всех зонах Р31, Н3 и Р32 в трехмерном пространстве, в следующих координатах (рис. 1): радиальная подача $S_{рад}$, мм/об в зоне Р31 (Э1, Э2 и Э5) и Р32 (Э2); осевая подача Soc, мм/ход в зоне Р31 (Э3 и Э4), в зоне Н3 (Э1и Э2), в зоне Р32 (Э1 и Э3); припуск П, мм [3; 5; 8].

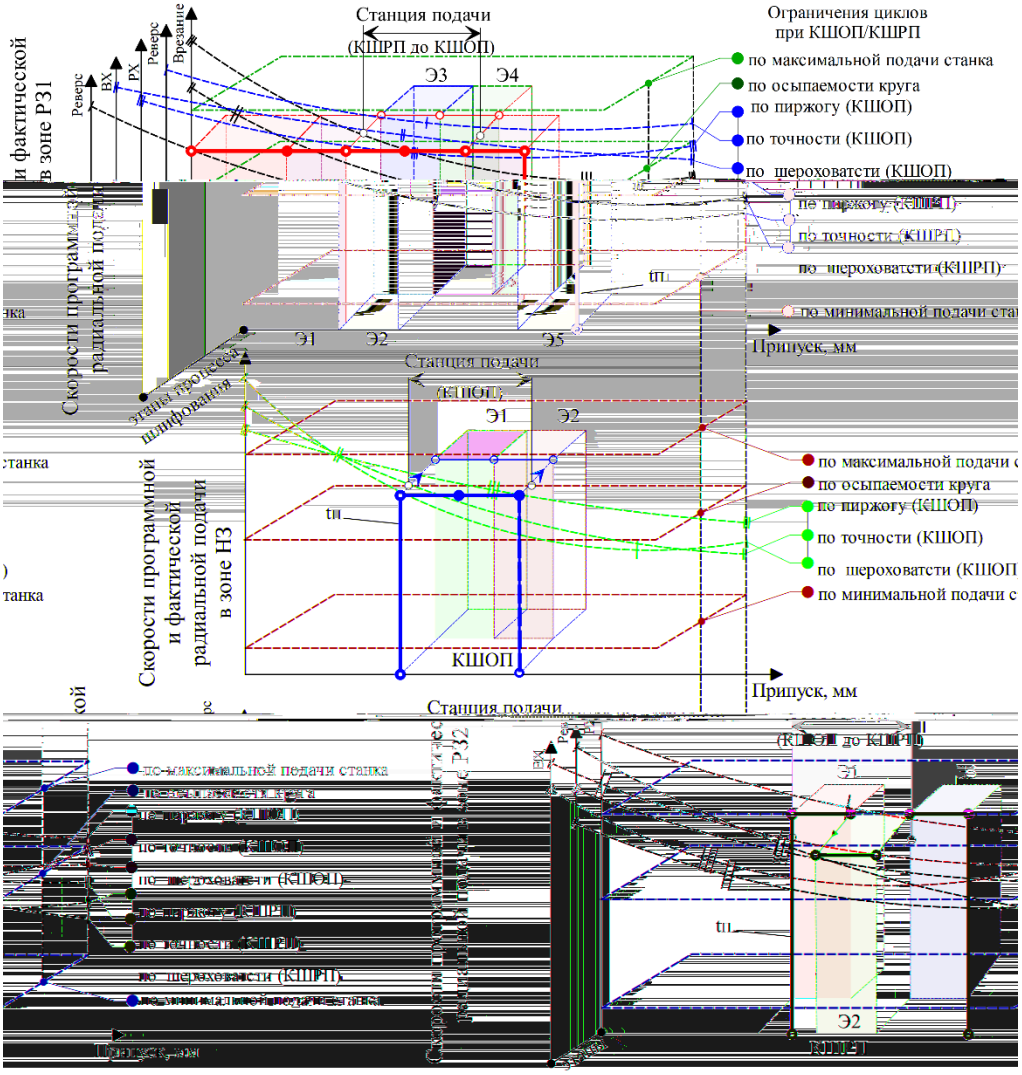


Рис. 1. Трехмерное представление области ограничений радиальной и осевой подач цикла КШОП

Рассмотрим особенности визуализации комплекса технологических ограничений целевой функции в различных зонах шлифования. В зоне Р31 область ограничений проходит через пять этапов (Э1, Э2, Э3, Э4 и Э5). Сама область ограничений разделяется для процессов КШРП и КШОП (рис. 1). На рис. 1, соответственно, для Н3 и Р32, показаны комплексы областей технологических ограничений целевой функции за время двойного хода, точнее, раздельно по видам шлифования КШОП и КШРП [1; 7; 9–13]. В зоне Н3 только КШОП. Фактическое изменение радиальной подачи из-за упругих перемещений технологической си-

стемы показано штрихпунктирной линией в трех зонах вала. Различные технологические ограничения, накладываемые на пространственную область допустимых фактических значений радиальной подачи, показаны на рис. 1 в виде криволинейных поверхностей, разграниченных разноструктурными линиями [1; 5; 9].

Практическим результатом системы диагностики цикла шлифования на устойчивость и системы проектирования оптимального цикла является повышение уровня автоматизации проектирования управляющих программ для станков с ЧПУ, обеспечивающей расчет оптимальных значений подачи во всех зонах вала с учетом чередующихся видов шлифования во всех зонах РЗ1, РЗ2 и НЗ, при которых обеспечивается минимальное основное время цикла шлифования и снижение рисков по выполнению заданных требований к качеству обрабатываемой детали.

Список использованной литературы

1. Переверзев П.П. Моделирование процесса съема металла в автоматических циклах круглого наружного шлифования с продольной подачей / П.П. Переверзев, М.К. Альсигар // Металлообработка. — 2017. — № 6 (102). — С. 2–8.

2. Альсигар М.К. Современные методы математического моделирования процесса съема металла и основных элементов режима резания при шлифовании с продольной подачей / П.П. Переверзев, М.К. Альсигар // Металлообработка. — 2017. — № 2 (104). — С. 23–27.

3. Переверзев П.П. Модель съема припуска в реверсных и нереверсных зонах для операций круглого шлифования с продольной подачей / П.П. Переверзев, М.К. Альсигар // Металлообработка. — 2017. — № 3 (105). — С. 19–24.

4. Переверзев П.П. Моделирование взаимосвязи силы резания с основными технологическими факторами при круглом шлифовании с продольной подачей / П.П. Переверзев, М.К. Альсигар // Современные фундаментальные и прикладные исследования. — 2017. — № 4 (27). — С. 38–44.

5. Альсигар М.К. Виртуальное формообразование обрабатываемой поверхности при круглом наружном шлифовании с осевой подачей в реверсных и нереверсных зонах / М.К. Альсигар, П.П. Переверзев // Вестник ИрГТУ. — 2018. — № 8 (139). — С. 10–16.

6. Alsigar M.K. Model of processing accuracy prediction with consideration of multi-stage process of circular grinding with axial feed / M.K. Alsigar, P.P. Pereverzev, A.D. Almawash // International conference on modern trends in manufacturing technologies and equipment. — 2019. — Vol. 709. — Pp. 9–14.

7. Alsigar M.K. Multi-stages to ensur e quality control of designing and production at external cylindrical grinding machines / M.K. Alsigar, P.P. Pereverzev, A.D. Almawash // International conference on modern trends in manufacturing technologies and equipment. — 2020. — Vol. 95. — Pp. 23–28.

8. Alsigar M.K. An approach to complex model ECGA for the stable and unstable grinding conditions / M.K. Alsigar, P.P. Pereverzev, A.D. Almawash // IOP Conf. Series: Materials Science and Engineering. — 2020. — Vol. 971. — 022097.

9. Alsigar M.K. Optimal design of grinding systems with use of mathematical complex models ECGA/M.K. Alsigar, A.D. Almawash // Proceedings. International

Confon modern trends in manufacturing technologies. — 2021. — Vol. 38. — P. 4. — Pp. 1521–1525.

10. Pereverzev P.P. Virtual Prediction of Accuracy of Processing on Example of External Circular Grinding / P.P. Pereverzev, A.V. Akintseva, M.K. Alsigar // Proceedings of the 5th international conference on industrial engineering. — 2019. — Pp. 217–224.

11. Almawash A.D. Modeling metal removal in automatic circular grinding cycles taking into account process dynamics / P.P. Pereverzev, A.D. Almawash, M.K. Alsigar // Proceedings of the 6th International Conference on Industrial Engineering (ICIE 2020). — 2020. — Pp. 335–343.

12. Корчак С.Н. Теоретические основы влияния технологических факторов на повышение производительности шлифования деталей : дис. … д-ра техн. наук / С.Н. Корчак. — Челябинск, 1995. — 320 с.

13. Кулыгин В.Л. Разработка теории и методики расчета автоматических циклов наибольшей производительности при заданной точности обработки для круглого наружного продольного шлифования : дис. … канд. техн. наук / В.Л. Кулыгин. — Челябинск, 1987. — 170 с.

Информация об авторах

Альсигар Масар Кадим — студент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Переверзев Павел Петрович — кандидат технических наук, доцент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск, e-mail: masar8937@gmail.com.

Алмаваш Азиз Дарвиш — студент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Акинцева Александра Викторовна — студент, кафедра технологии автоматизированного машиностроения, Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Authors

Alsigar Masar Kadhim — Students, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk.

Pavel P. Pereverzev — Ph.D. in Engineering sciences, Associate Professor, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, e-mail: masar8937@gmail.com.

Almawash Aziz Darweesh — Students, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk.

Alexandra V. Akintseva — Students, Department of Automated Engineering Technology, South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk.

© Альсигар М.К., Переверзев П.П., Алмаваш А.Д., Акинцева А.В., 2022

УДК 338.242

А.И. Буянова, Ю.И. Колесник

ПРОБЛЕМЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ В СФЕРЕ МАШИНОСТРОЕНИЯ

В статье рассмотрены внутренние и внешние факторы, способные на сегодняшний день оказывать существенное влияние на инвестиционную деятельность предприятий. Проведен анализ инвестиционной деятельности компаний РФ в рамках представленной отрасли. Для поиска ключевых проблем и перспектив развития авторами изучено несколько существующих стратегий развития промышленных предприятий. Выделены наиболее актуальные проблемы, проявляющиеся на машиностроительных предприятиях в системе. Подчеркнута важность государственной поддержки отрасли машиностроения, а также предложены пути, способные помочь в разрешении выделенных в статье проблем.

Ключевые слова: инвестирование; инвестиционная деятельность; инвестирование машиностроения; инвестиционная политика; государственная поддержка машиностроения; проблемы инвестиционной деятельности.

A.I. Buyanova, Yu.I. Kolesnik

PROBLEMS OF INVESTMENT PERFORMANCE OF COMPANIES IN THE SPHERE OF MACHINE ENGINEERING

The article examines the internal and external factors that can today have a significant impact on the investment activities of enterprises. The analysis of investment activities of Russian companies in the framework of the presented industry is carried out. To search for key problems and development prospects, the authors studied several existing strategies for the development of industrial enterprises. The most pressing problems in the system at machine-building enterprises are highlighted. The importance of state support for the mechanical engineering industry is emphasized, and ways are proposed that can help in resolving the problems highlighted in the article.

Keywords: investment; investment activities; investment in mechanical engineering; investment policy; state support for mechanical engineering; problems of investment activity.

В связи с быстро изменяющимися условиями внешней среды и быстрорастущей конкуренции, машиностроительные предприятия сталкиваются с необходимостью постоянного контроля за номенклатурой выпускаемых изделий, спросе на продукцию, а также строгом контроле всего производственного процесса, включая отслеживание всех стадий их жизненного цикла.

Для эффективного функционирования современному машиностроительному предприятию необходимо осуществлять непрерывный во времени процесс повышения качества выпускаемой продукции, внедрять в производство новейшие

технологии, одним словом — совершенствовать процесс производства. В этом поможет привлечение инвестиций.

Цель исследования — структурировать проблемы инвестиционной деятельности предприятий машиностроительного комплекса и предложить способы их устранения.

Для достижения данной цели поставлены следующие задачи:

1. Провести анализ инвестиционной деятельности компаний РФ в рамках представленной отрасли.

2. Оценить роль государственной поддержки в комплексе машиностроения.

3. Проанализировать разработанные стратегии развития предприятий выбранной отрасли с учетом опыта уже внедренных проектов.

В ходе проведения исследования были использованы: методы синтеза и анализа, системный подход, метод графического представления информации.

Систематизированы проблемы, существующие в различных сегментах отрасли машиностроения. Внесено предложение о том, что в настоящей ситуации может помочь стимулирование спроса на инновации путем использования государственных заказов. Требуются меры по переподготовке рабочих кадров. Представляется возможным и экономически выгодным создание платформы по обмену знаниями и опытом между представителями разных сегментов машиностроения. В качестве прогрессивного фактора эффективности отрасли выделено развитие кластерной политики в рамках машиностроительного комплекса.

В соответствии с ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ, «инвестиции — это денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и иной деятельности в целях получения прибыли или достижения иного полезного эффекта» [1].

Инвестиции являются, несомненно, важнейшей составляющей экономики. Данное понятие имеет большое значение как для макро-, так и для микроуровня, главным образом для простого и расширенного воспроизводства, получения максимальной отдачи от вложения ресурсов в виде прибыли, структурных преобразований. Все перечисленное помогает в своей основе в решении ряда социальных проблем государства.

При разработке инвестиционной политики любому предприятию следует учитывать ряд системных проблем, которые характерны для машиностроения в рамках экономики страны. Учет внутренних и внешних факторов позволяет компании минимизировать риски, связанные с реализацией проектов.

Для дальнейшего раскрытия темы необходимо упомянуть основные условия, на которые следует ориентироваться в процессе разработки инвестиционной политики:

1. Максимизация прибыли на вложенный капитал с учетом минимизации капитальных затрат.

2. Уменьшение инвестиционных рисков, предусмотренных проектами.

3. Соответствие предполагаемых проектов существующей законодательной базе РФ и нормативным актам в части регулирования инвестиционной деятельности компаний.

4. Соблюдение условия ликвидности вкладываемых средств.

5. Возможность получения льготного кредитования от частных иностранных инвесторов и международных финансово-кредитных структур.

Не следует забывать о том, что вышеперечисленные критерии, позволяющие оценить возможности и недостатки выбора инвестиционного проекта, должны учитываться наравне с достижением социального эффекта, соответствующего целям развития и стратегии деятельности компании [2, с. 5].

На рис. 1 представлена структура инвестиций в отрасли «машиностроение» с начала 2021 г.

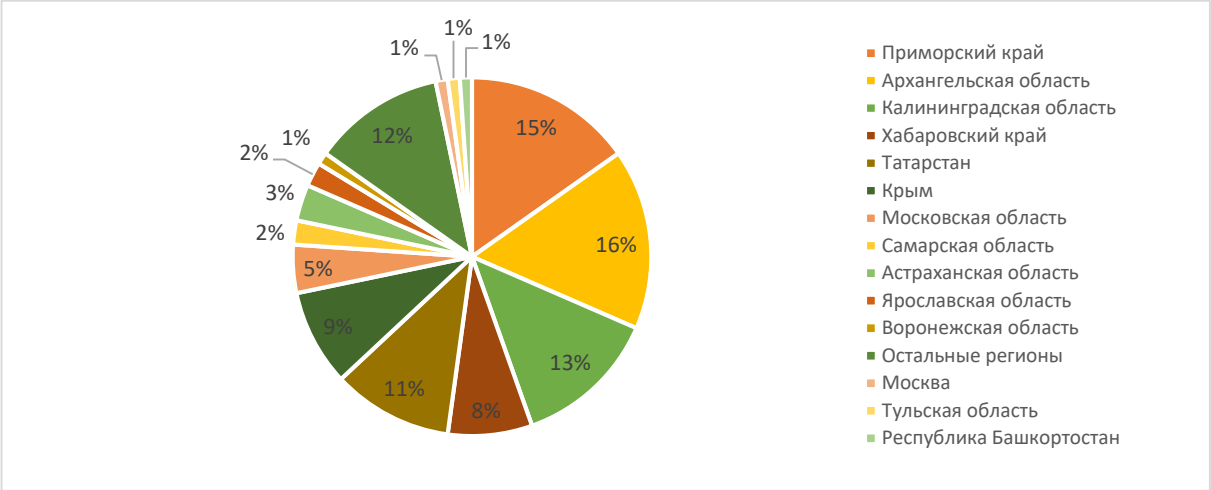


Рис. 1. Структура инвестиций в машиностроительной отрасли по регионам РФ в 2021 г.
(Составлен на основе [7])

Рассмотрев структуру, представленную на рисунке выше, можно заметить, что на сегодняшний день Приморский край и Архангельская область имеют наибольший процент по инвестированию проектов (на инвестирование приходится 86,9 млрд р. и 94,3 млрд р. соответственно).

Для выявления существующих проблем в инвестиционной деятельности предприятий, перейдем непосредственно к анализу отрасли машиностроения в РФ. Для этого целесообразно рассмотреть несколько документов, содержащих в себе стратегии развития различных сфер машиностроительной отрасли.

К примеру, в «Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2020 года» указаны несколько факторов, которые оказывают существенное влияние на отставание отрасли от показателей мирового уровня:

1. Низкий объем производства и малые производственные мощности, технологическое отставание отрасли.

2. Практическое отсутствие современной автокомпонентной промышленности.

3. Несовершенство нормативного правового регулирования.

4. Слабый продуктовый набор и низкие инвестиции в производство.

5. Низкий уровень инвестиционной привлекательности российских предприятий.

6. Отсутствие особой политики стимулирования НИОКР и низкий объем ее финансирования.

7. Низкие кадровый потенциал и производительность труда [3].

В «Стратегии развития энергетического машиностроения Российской Федерации на 2010–2020 годы и на перспективу до 2030» в качестве основной выделена такая проблема, как существование разомкнутости инновационного цикла развития отрасли [4]. Разомкнутость инновационного цикла, исходя из данного документа, проявляется в недостаточном количестве полученных финансовых ресурсов после продажи продукции для дальнейшего финансирования следующих этапов цикла. Кроме того, степень износа оборудования и недостаток квалифицированных специалистов, приводят к неизбежному снижению уровня конкурентоспособности производства.

Если объединить вышесказанные проблемы воедино, можно увидеть, как все это влечет за собой ухудшение финансового состояния предприятий, что, в свою очередь, приводит к трудностям в виде снижения спроса на продукцию.

Таким образом, если существующая проблема разомкнутости инновационного цикла в отрасли будет сопровождаться низким уровнем стимулирующей политики и финансирования программ технического перевооружения государством, то на восстановление здорового функционирования отрасли в будущем будет затрачено крайне большое количество времени и ресурсов, и заполнить разрыв в конкуренции с другими странами в определенный момент станет практически невозможно.

Рассмотренная далее «Стратегия развития тяжелого машиностроения РФ на период до 2020 года» выделяет в своей основе такие проблемы, как:

1. Высокая степень изношенности производственных мощностей наряду с крайне низким уровнем технологий, применяемых в действующих производствах.

2. Недостаток квалифицированных кадров.

3. Низкий уровень развития рынка и недостаток производства высокотехнологичных комплектующих.

4. Высокий уровень конкуренции с зарубежными предприятиями.

5. Низкий уровень инвестирования в научно-технические разработки, приводящий к острой нехватке создания новых видов оборудования [5].

Исходя из анализа стратегий развития различных сфер машиностроения, авторами обобщен ряд проблем, относящихся к инвестиционной деятельности различных сфер анализируемой отрасли:

1. Недостаточный уровень финансирования проектов со стороны государства.

2. Низкий кадровый потенциал, недостаток перспективного персонала на производствах.

3. Высокий процент износа производственных мощностей наравне с низким технологическим уровнем производства.

4. Низкая степень развития рынка комплектующих изделий.

5. Низкий уровень инвестиционной привлекательности отрасли для иностранных инвесторов.

6. Существенное отставание от зарубежных конкурентов.

В основе вышеперечисленных проблем лежит то, что до 2017 г. машиностроение в РФ претерпевало трехлетний «перерыв» в развитии. Стоит отметить, что главным образом изменить ход ситуации помогли инвестиции в основной капитал предприятий.

Положительный вклад в развитие отрасли внесли меры государственной поддержки. А именно: были проведены мероприятия по стимулированию спроса на продукцию, производящуюся на российском рынке авиастроения, сельхозтехники, автостроения, судостроения. Кроме того, как показал опыт данной ситуации, меры государственной поддержки сыграли значительную роль в развитии производственно-технологического потенциала различных секторов предприятий машиностроения (в рамках федеральных целевых программ).

По данным исследования информационно-аналитического агентства INFOLine, по степени финансовой поддержки Фондом развития промышленности машиностроение находится в приоритете среди прочих отраслей. Выделяется данная сфера как по объему выделяемых инвестиций, так и по общему числу поддержанных проектов [6].

К 2021 г. из Фонда развития промышленности выделено порядка 18,61 млрд р. на поддержку проектов машиностроительной отрасли, а наиболее активно развивающимся направлением в РФ на данный момент является станкостроение. Таким образом, Фонд развития промышленности сегодня способен оказать существенную помощь в реализации инвестиционных проектов компаний, поэтому данную структуру от государства необходимо развивать. Государственная политика РФ способна сыграть существенную роль в развитии отрасли машиностроения путем поддержки инновационных проектов. Но для этого необходимо, к примеру, создание спроса на инновации путем осуществления государственных заказов.

Безусловно, на данном этапе необходима более широкая и тщательно продуманная поддержка научно-исследовательских разработок со стороны государства. В дальнейшем возможна поддержка в развитии экспорта, создании новых рынков сбыта. Также, исходя из выделенных в статье проблем, существенную роль будет иметь развитие умений персонала, для этого потребуются мероприятия по масштабной подготовке, а также переподготовке работников.

Предлагается создание платформы по обмену опытом между представителями разных сегментов отрасли машиностроения, что поможет предприятиям ориентироваться на уже полученные знания и умения в плане организации инвестиционных проектов. В дальнейшем таким образом возможно вовлечение предприятий машиностроительного комплекса в осуществление деятельности в рамках кластера. Данное условие поможет достичь аллокационной эффективности, а также позволит прибегнуть к синхронности инвестиционных процессов.

Недостаток финансирования инвестиционных проектов со стороны государства, низкий уровень перспективного персонала на производствах, высокая степень износа оборудования — все перечисленные факторы могут привести к снижению уровня спроса на производимый продукт, а значит и к низкому уровню инвестиционной привлекательности отрасли, в том числе и для иностранных инвесторов.

Поэтому, несмотря на то что на сегодняшний день степень стимулирования инвестиционно-научной деятельности субъектов РФ находится на недостаточном уровне, важность государственной поддержки нельзя недооценивать. В развитии и реализации ряда современных, технологически сложных проектов это может сыграть ключевую роль не только для промышленности, но и для всей страны.

Список использованной литературы

1. Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений : федер. закон от 25.02.1999 г. № 39-ФЗ (послед. ред.) // СПС «КонсультантПлюс». — URL: http://www.consultant.ru.
2. Бакуменко Л.П. Методологические вопросы определения приоритетов промышленного развития региона / Л.П. Бакуменко // Региональное развитие в России: перспективы, конкурентоспособность, политика : материалы междунар. науч. форума. — Самара : Изд-во Самар. гос. экон. акад., 2015. — Ч. 1. — С. 4–7.
3. Стратегия развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2020 года. — Иркутск, 2021. — URL: http://www.minpromtorg.gov.ru.
4. Стратегия развития энергетического машиностроения Российской Федерации на 2010–2020 годы и на перспективу до 2030. — Иркутск, 2021. — URL: http:/www.minpromtorg.gov.ru.
5. Стратегия развития тяжелого машиностроения РФ на период до 2020 года. — Иркутск, 2021. — URL: http://www.minpromtorg.gov.ru.
6. Исследование «400 крупнейших инвестиционных проектов в промышленном строительстве РФ. Проекты 2018–2022 годов» — Иркутск, 2021. — URL: https://investprom.allinvest.ru.
7. Цифровой портал «Инвестиционные проекты России». — Иркутск, 2021. — URL : https://investprojects.info/sectors/mechanical-engineering.

Информация об авторах

Буянова Алина Игоревна — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: w.alina.ru@mail.ru.

Колесник Юлия Игоревна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: kolesnikui@mail.ru.

Authors

Alina I. Buyanova — Master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: w.alina.ru@mail.ru.

Yulia I. Kolesnik — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: kolesnikui@mail.ru.

© Буянова А.И., Колесник Ю.И., 2022

УДК 38.2:338.4

В.С. Григорян, Г.В. Давыдова

ОТРАСЛЬ. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ОТРАСЛИ

В данной статье рассматривается актуальность и необходимость экономической безопасности на разных уровнях. Разработана современная характеристика экономической безопасности. Выделяется отдельная категория из общей системы экономической безопасности — экономическая безопасность отрасли. Рассмотрен понятийный аппарат термина «отрасль». Предложено авторское определение «экономической безопасности», «экономической безопасности отрасли», «экономической безопасности предприятия». Описаны основные ключевыми характеристиками понятия «экономическая безопасность отрасли».

Ключевые слова: отрасль; экономическая безопасность экономическая безопасность отрасли; экономическая безопасность предприятия; национальная безопасность; национальная экономическая безопасность; экономический рост.

V.S. Grigoryan, G.V. Davydova

INDUSTRY. ECONOMIC SECURITY OF THE INDUSTRY

This article examines the relevance and necessity of economic security at different levels. A modern characteristic of economic security has been developed. A separate category stands out from the general system of economic security — the economic security of the industry. The conceptual apparatus of the term «branch» is considered. The author's definition of «economic security», «economic security of the industry», «economic security of an enterprise» is proposed. Described the main key characteristics of the concept of «economic security of the industry».

Keywords: industry; economic security economic security of the industry; economic security of an enterprise; national security; national economic security; economic growth.

Рассматривая терминологию «экономическая безопасность», следует отметить, что в последнее время она стала использоваться как экономическая категория в экономической литературе. Это связано с тем, что термин «национальная безопасность», как и методология определения значения категории экономической безопасности, не применяется либо сильно отличается в той же или подобной концепции в экономической теории за рубежом. До начала 90-х гг. исследование вопросов национальной безопасности и тем более вопросов экономической безопасности в отечественной литературе не нашло достаточного прогресса. Рационализация способов обеспечения экономической безопасности в России была важна в то время, когда экономическая ситуация, связанная с рыночными реформами, ослабляла ее от опасностей различного характера в период постоянных эко-

номических изменений. Значительное влияние на понятие экономической безопасности оказали возникающие и развивающиеся макроэкономические условия теоретических подходов к пониманию.

Экономическая безопасность занимает важное место в управлении любой страны, от высокого уровня которой зависит процветание государства и усиление позиций на мировой арене.

Ввести авторские определения понятий: «экономическая безопасность», «экономическая безопасность отрасли», «экономической безопасности предприятия». Выделить отдельную самостоятельную категорию из общей системы экономической безопасности — «экономическая безопасность отрасли». Отметить ее необходимость, недостаточную степень изученности, а также описать основные ключевыми характеристики.

В качестве методологической основы исследования выступают общие и частные научные методы познания, в том числе обобщение теоретического материала, сравнительный метод, метод системного анализа.

По мнению авторов, экономическая безопасность — «это некоторое состояние экономической среды, идеальное состояние или то, к которому следует стремиться, при котором достигается максимально возможный результат с наиболее эффективным использованием ограниченных ресурсов, что и является целью существования данной системы» [1, с. 447].

В процессе изучения понятия экономическая безопасность, рассмотрев различные теоретические подходы исследователей этой области, предлагается следующее определение: экономическая безопасность — это минимизация различных угроз, которым подвержен субъект в процессе реализации некоторой экономической деятельности, целью которой является достижение стабильности, при которой прогнозируется максимально эффективное функционирование.

Экономическую безопасность как экономическую структуру можно разделить на 4 уровня, развивающихся независимо, но в то же время в непосредственной взаимосвязи: макроуровень, мезоуровень, микроуровень и наноуровень. На макроуровне — это экономическая безопасность страны, ее стабильный экономический рост, на микроуровне, к примеру, — это стабильное развитие отдельного предприятия какой-либо отрасли, а наноуровень — безопасность каждого отдельного человека.

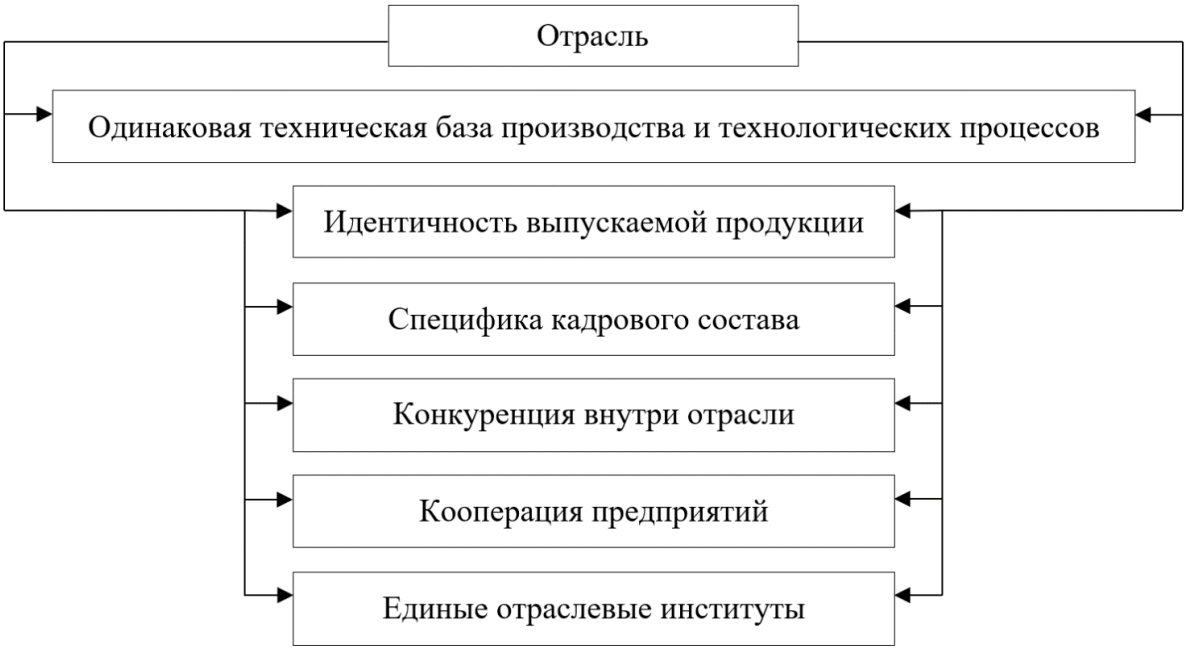
Мезоуровень — это связующее звено между макро- и микроуровнями, экономическая безопасность отрасли или ключевых отраслей, которые, в свою очередь, формируют экономику страны, от экономической защищенности, стабильности и успешности которых зависит как благосостояние всего государства, так и каждого предприятия.

В общем понимании отрасль — это сфера знаний, производства. В свою очередь, отрасль экономики — это «определенная совокупность или группа производств, предприятий и их объединений (ассоциаций), обладающих общностью производимой конечной продукции (услуг), схожестью используемой в производстве технологии и удовлетворяющих одинаковые или подобные потребности по-

требителей (клиентов)» [2, с. 5]. Под отраслью промышленности необходимо понимать некоторую совокупность предприятий, которым характерны общие черты, такие как:

1. Единство экономического назначения производимой продукции.
2. Однородность потребляемых материалов.
3. Общность технической базы и технологических процессов.
4. Особый профессиональный состав кадров.
5. Специфические условия работы [там же].

Рассматривая понятийный аппарат термина «отрасль», следует выделить следующие базовые характеристики данного понятия (рис.).



Основные характеристики понятия «отрасль»

К перечисленным на рисунке характеристикам при рассмотрении отрасли как субъекта макроуровня добавляются важные свойства (целостность, иерархичность, интегративность), позволяющие подходить к отрасли как к системе. Характеристика отрасли как субъекта макроуровня позволяет перейти к системному рассмотрению категории «экономическая безопасность отрасли».

Экономическая безопасность отрасли во многом зависит от стабильного экономического роста предприятий, формирующих данную отрасль, с одной стороны, а с другой — существует зависимость от внешней среды, уровня развития отраслевых институтов. Экономический рост отдельных предприятий способствует здоровой конкуренции, которая приводит к технологическому и производственному прогрессу, что, в свою очередь, положительно сказывается на общей защищенности.

Экономическая безопасность отрасли носит системный характер и определяется экономической безопасностью предприятий, формирующих отрасль, а также экономическая безопасность отрасли является управляемой характеристикой. Следует сделать вывод, что должный уровень экономической безопасности

каждой отдельной отрасли, формирующих экономику страны, играет важную роль в укреплении государства и стабильного экономического роста.

Поскольку экономическая безопасность является более конкретным проявлением общей системы «национальная экономическая безопасность», методология исследования теоретических основ экономической безопасности отрасли должна опираться на базовую категорию «экономическая безопасность страны».

Основными ключевыми характеристиками понятия «экономическая безопасность отрасли» являются:

1. Экономическая безопасность отрасли носит системный характер.

2. Экономическая безопасность отдельной отрасли относительна, так как может рассматриваться в различных аспектах.

3. Экономическая безопасность отрасли носит динамичный характер.

4. Экономическая безопасность отрасли — управляемая характеристика.

В отличие от категории «национальная экономическая безопасность» понятие «экономическая безопасность отрасли» должно опираться на критерии макроэкономической безопасности, которые применимы как ко всем отраслям экономики, так и к специфическим.

Для выработки собственного представления о категории (понятии) «экономическая безопасность отрасли» с учетом существующих теоретических подходов предложим авторское определение. Как было уже предложено в статье «Специфика экономической безопасности отрасли: сущность и факторы», экономическая безопасность отрасли — «это отражающее специфику конкретной отрасли динамическое свойство, основывающееся на экономической безопасности составляющих ее предприятий, региона базирования и институтов управления, выражающееся в ее способности принимать участие в сокращении угроз (дестабилизирующих факторов различных уровней) с целью повышения экономической эффективности данной отрасли, как подсистемы региона и экономики страны в целом» [4].

При изучении экономической безопасности отрасли возникает необходимость обратить внимание на экономическую безопасность предприятий, формирующих отрасль, которые в совокупности формируют безопасность всей отрасли.

По мнению А.П. Алешина, экономическая безопасность предприятия — «это состояние защищенности интересов физических лиц (собственников, руководства, сотрудников, клиентов), материальных ценностей и информационных ресурсов от внутренних и внешних угроз» [3].

Довольно часто исследователи отождествляют экономическую безопасность предприятия лишь с информационной безопасностью, т.е. с защитой от информационных угроз. Авторы В.И. Ярочкин, А.Г. Шаваев считают, что сущность экономической безопасности предприятия сводится к: «защите коммерческой тайны и других производственных секретов (например, технология производства продукции) предприятия» [5]. Однако в последние годы понятие приобрело более широкий смысл и охватывает абсолютно все аспекты защиты предприятия в целом.

Экономическая безопасность предприятия — это «состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения его

стабильного функционирования». По мнению экономистов О.А. Грунина и Е.А. Олейникова, экономическая безопасность предприятия определяется как «состояние наиболее эффективного использования корпоративных ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия в настоящее время и в будущем» [7].

По нашему мнению, экономическая безопасность предприятия — это наиболее эффективное использование ресурсов предприятия для достижения высокого уровня защищенности от нежелательных воздействий различных угроз и дестабилизирующих факторов на стабильное осуществление коммерческой деятельности и дальнейшее развитие.

Следует сделать вывод, что направление экономической безопасности отрасли не изучено исследователями и не имеет единого мнения или четкого определения в нормативных и законодательных документах.

Понятие «экономическая безопасность отрасли» является проявлением более общей экономической категории «национальная экономическая безопасность». Поэтому экономическая безопасность отрасли, как и экономическая безопасность страны, базируется на решении общей задачи — обеспечение снижения общенациональных экономических угроз. Различные отрасли участвуют в реализации этой задачи в разной мере и в различных аспектах, зависящих от специфики и самостоятельности отрасли, ее места и роли в экономике и геополитических интересах страны. При исследовании экономической безопасности отрасли важен глубокий анализ специфических особенностей самой отрасли и тех задач, которые та или иная страна стремится решить на основе и с помощью развития конкретной отрасли в обозримой перспективе.

Список использованной литературы

1. Григорян В.С. Информационная безопасность как основополагающая составляющая экономической безопасности нефтегазового комплекса / В.С. Григорян, А.С. Костромина // Global & Regional Research. — 2019. — Т. 1, № 2. — С. 445–451.

2. Колодешникова Н.В. Основы экономики отрасли : курс лекций / Н.В. Колодешникова. — Анжеро-Судженск : ГПОУ АСПК, 2017. — 81 с.

3. Алешин А.П. Техническое обеспечение безопасности бизнеса / А.П. Алешин. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 160 с.

4. Давыдова Г.В. Специфика экономической безопасности отрасли: сущность и факторы / Г.В. Давыдова, В.С. Григорян // Global & Regional Research. — 2020. — Т. 2, № 1. — С. 191–197.

5. Ярочкин В.И. Система экономической безопасности фирмы : учеб. пособие / В.И. Ярочкин. — Москва : Ось-89, 2013. — 348 с.

6. Шмелева Н.В. Экономическая безопасность предприятия : учеб. пособие / Н.В. Шмелева. — Москва : Изд. Дом МИСиС, 2016. — 54 с.

7. Грунин О.А. Экономическая безопасность организации : учебник / О.А. Грунин, С.О. Грунин. — Санкт-Петербург : Питер, 2002. — 374 с.

Информация об авторах

Григорян Ваге Сисакович — аспирант, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: vahebay@yandex.ru.

Давыдова Галина Васильевна — доктор экономических наук, профессор, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

Authors

Vahe S. Grigoryan — Post-Graduate Student, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: vahebay@yandex.ru.

Galina V. Davydova — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

© Григорян В.С., Давыдова Г.В., 2022

УДК 622.24

Н.Е. Реука, Ю.А. Скоробогатова

ТЕХНОЛОГИИ БУРЕНИЯ ГОРИЗОНТАЛЬНО-РАЗВЕТВЛЕННЫХ СКВАЖИН И ОСОБЕННОСТИ ИХ ЭКСПЛУАТАЦИИ В РЕГИОНЕ

В данной статье рассматривается развитие новых технологий бурения горизонтально-разветвленных скважин в Российской Федерации. Обозревается поэтапная модернизация многоствольных скважин (далее МСС) в соответствии с международной классификацией TAML, а также решение проблемы добычи в сложных нефтяных месторождениях региона с помощью МСС. Выявляются особенности внедрения МСС, их влияние на объем капитальных, эксплуатационных затрат и дебит скважины.

Ключевые слова: бурение; горизонтально-разветвленные скважины; многоствольные скважины; многозабойные скважины; повышение дебита; истощенность запасов; классификация TAML.

N.E. Reuk, Yu.A. Skorobogatova

TECHNOLOGIES OF DRILLING HORIZONTALLY BRANCHED WELLS AND FEATURES OF THEIR OPERATION IN THE REGION

This article examines the development of new technologies for drilling horizontally branched wells in the Russian Federation. A phased modernization of multilateral wells (hereinafter MSS) in accordance with the international TAML classification is under consideration. As well as solving the problem of production in complex oil fields in the region with the help of MSS. The features of the introduction of MSS, their influence on the volume of capital, operating costs and well flow rate are revealed.

Keywords: drilling; horizontally branched wells; multilateral wells; multilateral wells; increase in production rate; depletion of reserves; TAML classification.

На сегодняшний день все большее внимание завоевывают технологии многоствольного и многозабойного бурения. Все острее дает о себе знать проблема сложности добычи из продуктивных природных залежей, которую можно решить с помощью грамотного введения многоствольных скважин. Сложность обусловлена тем, что в недрах земли остается в 4 раза больше нефти, чем ее извлекают. Залежи углеводородов продуктивных пластов остаются в трещинах горных пород, создавая труднопроходимые преграды природного характера для добычи нефти традиционными скважинами.

По мнению таких авторов, как В.С. Горбачев, М.А. Игнатьев и др., развитие экономики нефтегазового сектора неразрывно связано с развитием технологий бурения многоствольных скважин.

Гусейновы в статье «Технология бурения многоствольных скважин» утверждают, что применение технологии бурения многоствольных скважин является перспективным направлением развития для России [2].

Несомненно, бурение многоствольных скважин является эффективным методом разработки месторождений с истощенными запасами или при эксплуатации пластов с низким пластовым давлением [3].

Однако не стоит воспринимать это как решение всех проблем, у данных технологий есть множество факторов. В связи с чем ее применение необходимо рассматривать в совокупности техническими, геологическими, экономическими возможностями.

Целью данной статьи является исследование эффективности возможных рисков и основных направлений развития технологий бурения многоствольных скважин в Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить степень развитости технологий бурения многоствольных скважин в Российской Федерации.

2. Изучить геофизические особенности месторождений для внедрения МСС.

3. Оценить влияние МСС на объем затрат и добычу нефти.

Опираясь на известные методы научного исследования, в данной статье использовались методы-операции эмпирического и теоретического характера. А именно: изучение литературы, анализ технологии бурения МСС, сравнение результатов изученности данного вопроса, основанные на трудах отечественных и зарубежных ученых-исследователей.

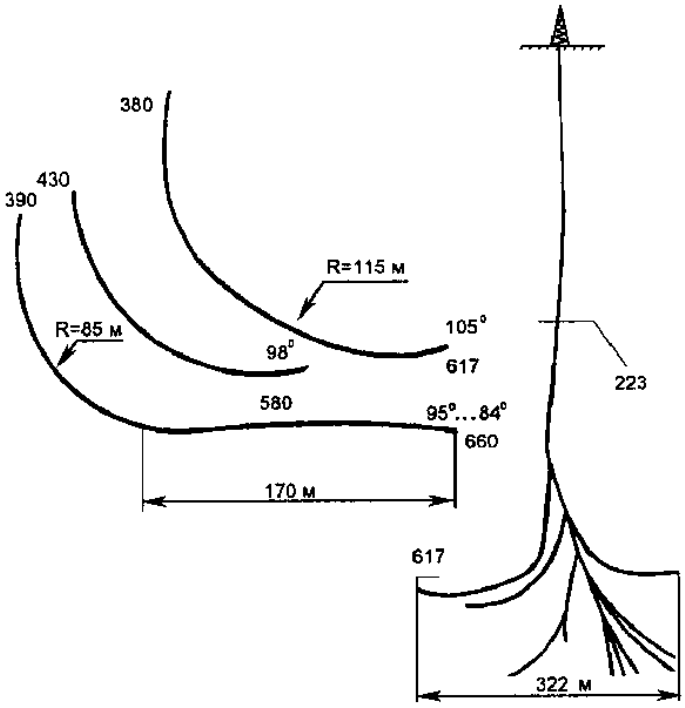
Полученные результаты в ходе написания статьи говорят о применимости и эффективности МСС на территории Российской Федерации. В сравнении с другими странами неразвитость технологии в РФ обусловлена более низким ростом НТП.

Горизонтально-разветвленная скважина — скважина, состоящая из основного ствола, из которого пробурен один или несколько боковых стволов (ответвлений). Горизонтально-разветвленные скважины можно подразделить на многоствольные (МСС) и многозабойные (МЗС).

Многоствольная скважина (МСС) — скважина, состоящая из основного ствола, из которого пробурен один или несколько боковых стволов (ответвлений) на различные продуктивные горизонты (пласты), при этом точка пересечения боковых стволов с основным стволом скважины находится выше вскрываемых горизонтов [4].

Технология бурения многоствольных скважин была впервые применена в России еще в СССР. Вместо того чтобы бурить множество скважин, была придумана технология, которая позволяла пробурить множество отверстий, проходов с попаданием в разные пласты нефтяных залежей. Впервые данная технология бурения успешно воплощена в жизнь выдающимся изобретателем-инноватором и по совместительству ученным-нефтяником Александром Михайловичем Григоряном. Первая действительно успешная МСС была пробурена в Башкирии в 1953 г. [5]. Это была скважина № 66/45, пробуренная отцом технологии многоствольного бурения А.М. Григоряном.

Если иллюстрировать многоствольную скважину, то она представляет собой некое дерево, корни которого расходятся в разные стороны, располагающиеся на разных уровнях продуктивной зоны, тем самым увеличивая свое присутствие в почве (рис.).



Горизонтальные стволы скважины № 66/45 [5]

Пробуренная в 1953 г. скважина № 66/45 имела 9 стволов. Хочется отметить, что бурение осуществлялось с максимальным отходом от вертикали 136 м. без установки цементных мостов. Общая эффективная длина всех стволов составила 322 метра [1, с. 476]. Хотя и капитальные вложения в бурение многоствольных скважин в полтора раза превышали бурение традиционных одноствольных, но представлялось возможным увеличить добычу нефти в 17-кратном размере. Конечно увеличение добычи нефти в 17 раз — это весьма субъективный показатель, который зависит от множества факторов, в том числе особенности расположения месторождения.

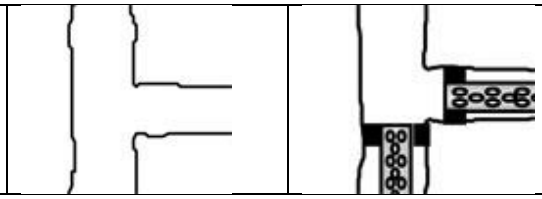
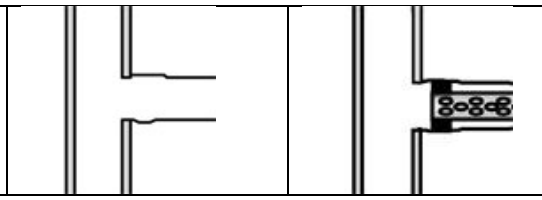
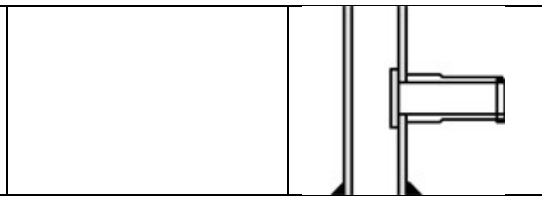
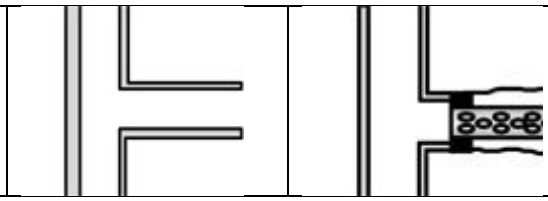
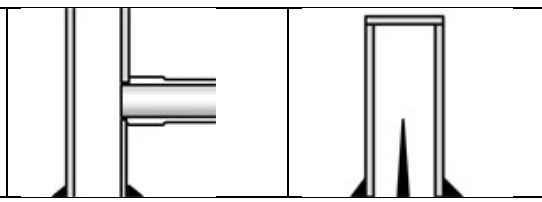
Свое практическое применение бурение МСС получило для разработки месторождений, имеющих низкое пластовое давление и находящихся на поздних стадиях эксплуатации, особенно предпочтительно для разработки месторождений, содержащих тяжелые нефти, имеющих низкую проницаемость или естественную трещиноватость или многослойные залежи горных пород [3, с. 9].

Технология бурения многоствольных скважин развивалась постепенно. Скважины, пробуренные с 1953 г., относятся к 1-му и 2-му уровням сложности по классификации TAML [2]. Классификация, представленная в работе, предполагает возрастание уровня сложности внедрения в прямой зависимости от нумерации уровня разделения МСС (табл.).

В конце 1990-х гг. усовершенствовали технологию бурения, что позволило многим нефтяным компаниям модернизировать многоствольные скважины. Строительство многоствольных скважин не было так развито, а оборудование и бурение для вскрытия таких пластов могли применяться в ограниченном числе случаев. К тому же не все подрядные организации владели средствами для наклонно-

направленного бурения, применения наружных пакеров для разобщения продуктивных интервалов и механических песчаных фильтров [1, с. 476]. На сегодняшний день сервисные компании принимают во внимание интересы заказчиков, осваивая востребованные технологии закачивания продуктивных горизонтов.

Международная классификация многоствольных скважин TAML
(Complexity Ranking)

Уровень 1	
К основному стволу и боковым ответвлениям крепление обсадными трубами не применяется или в каждом стволе подвешенный хвостовик. Гидравлика и прочность сочленения зависят только от горных пород	
Уровень 2	
Обсажен и зацементирован основной ствол. Боковой оснащен хвостовиком или имеет открытый забой. Сочленение гидравлически не изолировано	
Уровень 3	
Обсажен и зацементирован основной ствол. Боковой ствол закреплён у раздвоения или обсажен без цементирования	
Уровень 4	
Обсажены и зацементированы оба ствола. Боковой оснащен хвостовиком (фильтром)	
Уровень 5	
Обсажены и зацементированы оба ствола. Интенсификации притока с использованием пакеров. Присутствует герметичность сочленения	
Уровень 6	
Крепление для раздельной добычи и забойное разветвление у основного ствола. Присутствует герметичность сочленения	

К основным недостаткам технологии бурения МСС следует отнести:

1. Увеличение времени строительства скважины и ввода в эксплуатацию.

Перед строительством необходимо изучить геолого-физические характеристики месторождения и провести геолого-промысловые исследования продуктивных пластов. Геологоразведочные работы площадей, отведенных под добычу,

должны доказать устойчивость и пригодность пород. Если планируется заменить МСС традиционную вертикальную скважину, то на месторождении должны быть проведены испытания на переходное давление вертикальных скважин для оценки пластового давления и проницаемости [6, с. 1].

2. Капитальные вложения на строительство МСС в полтора раза превышают вложения в одноствольную скважину.

Проект определенно является рискованным. Для экономической обоснованности вложений необходимо предварительно оценить текущую и прогнозную нефтеотдачу продуктивного пласта, а также нефтенасыщенность самого месторождения.

3. Затратность капитального ремонта.

Отдаленность разветвлений от поверхности земли создает сложности в ремонтных работах. Проблемы в эксплуатации МСС могут возникнуть из-за недостаточной герметичности сочленения основного и боковых стволов. Концентрация песка и само его наличие в почве и воде также приводит к вынужденному капитальному ремонту скважины. Так как песок способен забить скважину и остановить ее функционирование навсегда. Для бесперебойной добычи необходимо изолировать скважину от попадания внутрь песка [1, с. 477].

4. Необходимость в специальном оборудовании для зарезки в обсадной трубе.

Месторождения Восточной Сибири уникальны по своим геологическим условиям. Восточная Сибирь находится на древней Сибирской платформе, в основании которой лежат древнейшие кристаллические горные породы[1]. Последующие осадочные слои чередуются с магматическими. Образованная складчатость, ступенчатость рельефа привела к богатству полезных ископаемых Восточной Сибири.

Поэтому Восточная Сибирь, как один из многочисленных регионов России, относится к числу наиболее благоприятных геологических объектов по величине прогнозных ресурсов нефти и газа.

На практике имеется несколько успешных проектов расширения кустовых площадок бурением МСС. Например, компания «Верхнечонскнефтегаз», которая входит в НК «Роснефть». Применение технологии, рассматриваемой в статье, позволило увеличить прирост к первоначальной продуктивности от 30 до 90 %, а дебит скважин, прошедших обработку, увеличивается до четырех раз[2].

Выводы. В статье были изучены степень развитости технологий бурения многоствольных скважин в Российской Федерации, геофизические особенности месторождений для внедрения МСС, влияние МСС на экономическую эффективность нефтегазодобывающей компании.

Для нефтегазодобывающей компании стремящиеся к максимизации прибыли МСС являются инструментом для увеличения добычи продукции при снижении эксплуатационных издержек. Как вывод, технология бурения МСС явля-

[1] URL: https://fb.ru/article/321210/vostochnaya-sibir-poleznyie-iskopaemyie-i-relef.
[2] URL: https://irkutskmedia.ru/news/1046174.

ется решением низкопродуктивности месторождений. Стали доступны реабилитация закрытых, ликвидационных участков и просто увеличение жизненного цикла месторождений.

Список использованной литературы

1. Горбачев В.С. Тенденции развития многоствольных и многозабойных скважин / В.С. Горбачев, А.Д. Фензель // Проблемы геологии и освоения недр: Тр. 21-го Международного симпозиума им. академика М.А. Усова студентов и молодых ученых, посвящ. 130-летию со дня рождения проф. М.И. Кучина, Томск, 3–7 апреля 2017 г. — Томск, 2017. — 2017. — Т. 2. — С. 476–478. — URL: http://earchive.tpu.ru/bitstream/11683/42161/1/conference_tpu-2017-C11_V2_p476-478.pdf (дата обращения: 09.11.2021).

2. Гусейнова Е.Л. Технология бурения многоствольных скважин / Е.Л. Гусейнова, Э.М. Гусейнов // Современные технологии в нефтегазовом деле — 2017. — С. 239–242. — URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29343693 (дата обращения: 09.11.2021).

3. Игнатьев М.А. Новые технологии строительства многозабойных скважин / М.А. Игнатьев и др. // Достижения науки и образования. — 2017. — № 7 (20). — URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29987403 (дата обращения: 12.11.2021).

4. Классификация Тамл: Все о нефти. — URL: https://vseonefti.ru/useful/klassifikatciya-TAML.html (дата обращения: 10.11.2021).

5. Многоствольные скважины: развитие технологии: Все о нефти. — URL: https://vseonefti.ru/upstream/mnogostvolnye-skvazhiny.html (дата обращения: 11.11.2021).

6. Joshi S.D. Cost/benefits of horizontal wells / S.D. Joshi // SPE western regional / AAPG Pacific section joint meeting. — OnePetro, 2003. — URL: http://www.joshitech.com/images/spe83621.pdf (дата обращения: 14.11.2021).

Информация об авторах

Реука Надежда Евгеньевна — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: reuka.nadezhda@yandex.ru.

Скоробогатова Юлия Александровна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

Authors

Nadezhda E. Reuka — Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: reuka.nadezhda@yandex.ru.

Yulia A. Skorobogatova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

© Реука Н.Е., Скоробогатова Ю.А., 2022

УДК 336.14:353(57)

Н.П. Склянова, О.А. Юшков

ИННОВАЦИИ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ

Раскрыта экономическая сущность инноваций и инновационной деятельности в экономике России. Проведен анализ взаимосвязи между инновациями и экономическим ростом. Изучены организации, осуществляющие научные исследования в России, и выявлена тенденция снижения их количества. Видимых результатов в инновационной сфере и в темпах экономического роста в стране мы не наблюдаем. Обнаружена проблема в экономики Российской Федерации — низкий спрос на инновации.

Ключевые слова: инновации; экономический рост; компании; государственная политика; конкурентоспособность.

N.P. Sklyanova, O.A. Yushkov

INNOVATION AND ECONOMIC GROWTH

The economic essence of innovation and innovative activity in the Russian economy is revealed. The analysis of the relationship between innovation and economic growth is carried out. Organizations carrying out scientific research in Russia have been studied and a tendency towards a decrease in their number has been revealed. We do not observe visible results in the innovation sphere and in the rates of economic growth in the country. The problems in the economy of the Russian Federation are revealed - low demand for innovations.

Keywords: innovation; economic growth; enterprises; public policy; competitiveness.

Повышение конкурентоспособности экономики давно уже стало приоритетной задачей правительства России. Инновации являются эффективным средством конкурентной борьбы, потому что ведут к снижению себестоимости продукции, к появлению на рынке новых по потребительским свойствам товаров, к повышению инвестиционной активности, к повышению имиджа производителя, что делает усилия на создание инноваций перспективным направлением развития экономики [3].

Тему взаимосвязи между экономическим ростом и инновациями в своих трудах затрагивают многие экономисты, в том числе Р. Солоуи, Й. Шумплер, П. Беккер [6].

Цель и задачи исследования — раскрыть экономическую сущность инноваций в экономики России, проанализировать взаимосвязь между инновациями и экономическим ростом, изучить организации, осуществляющие научные исследования в России.

Полученные результаты. Полагая, что инновационная деятельность является основным элементом роста экономики, более 20 лет назад в России был поднят «флаг инновационности», под которым следует развивать экономику. Однако

явных результатов в инновационной сфере, а следовательно, и в темпах экономического роста в стране мы не наблюдаем.

По данным Федеральной службы государственной статистики, в России ведут деятельность 4 051 организация, осуществляющая научные исследования (табл. 1). Их число за последние 20 лет, казалось бы, почти не изменилось, но до 2015 г. наблюдалась устойчивая тенденция к снижению их количества. Лишь с 2015 г. удалось переломить ситуацию, но именно с этого года наблюдается значительное снижение числа конструкторских организаций. При этом благоприятное воздействие на общие статистические показатели преимущественно оказало почти троекратное увеличение образовательных учреждений высшего образования, которые отличаются в большей мере лишь публикационной активностью, но мало вовлечены в реальные проекты по внедрению результатов исследований.

Таблица 1

Число организаций, выполнявших научные исследования и разработки, по типам организаций по Российской Федерации

Тип организаций	2000	2005	2010	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Число организаций, всего	4099	3566	3492	3604	4175	4032	3944	3950	4051
В том числе: Научно-исследовательские организации	2686	2115	1840	1689	1708	1673	1577	1574	1618
Конструкторские организации	318	489	362	317	322	304	273	254	255
Проектные и проектно-изыскательские организации	85	61	36	32	29	26	23	20	11
Опытные заводы	33	30	47	53	61	62	63	49	44
Образовательные организации высшего образования	390	406	517	702	1040	979	970	917	951
Организации промышленности, имевшие научно-исследовательские, проектно-конструкторские подразделения	284	231	238	275	371	363	380	419	450
Прочие	303	234	452	536	644	625	658	717	722

* Составлена по: [1, с. 3].

Большую долю в 2019 г. занимали научно-исследовательские организации — 39,94 %, но их доля в 2000 составляла 65,5 %.

Показателем, характеризующим инновационную направленность экономики, является доля затрат в процентах от ВВП на науку. Его пороговое значение составляет 2 %. На основании данных из табл. 2 можно сделать вывод о проблемах в инновационной сфере экономики Российской Федерации. Значение этого показателя в 2018 г. составило лишь 1 %, что в 2 раза меньше порогового значения, необходимого для адекватного функционирования и развития экономики, и это значение является самым минимальным за период 2010–2018 гг. [5].

Таблица 2

Внутренние затраты на исследования и разработки, % от валового внутреннего продукта в целом по Российской Федерации

Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Внутренние затраты на исследования и разработки	1,13	1,01	1,03	1,03	1,07	1,10	1,10	1,11	1,0

Вторым показателем может выступать доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта организаций промышленного производства. Его пороговое значение равно 10 %. С 2010 г. только в 2012, 2013 и 2014 гг. данный показатель был выше пороговой величины, а с 2015 г. наблюдается устойчивое снижение доли инновационной продукции в экспорте (табл. 3) [2].

Таблица 3

Доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта товаров, работ, услуг организаций промышленного производства, %

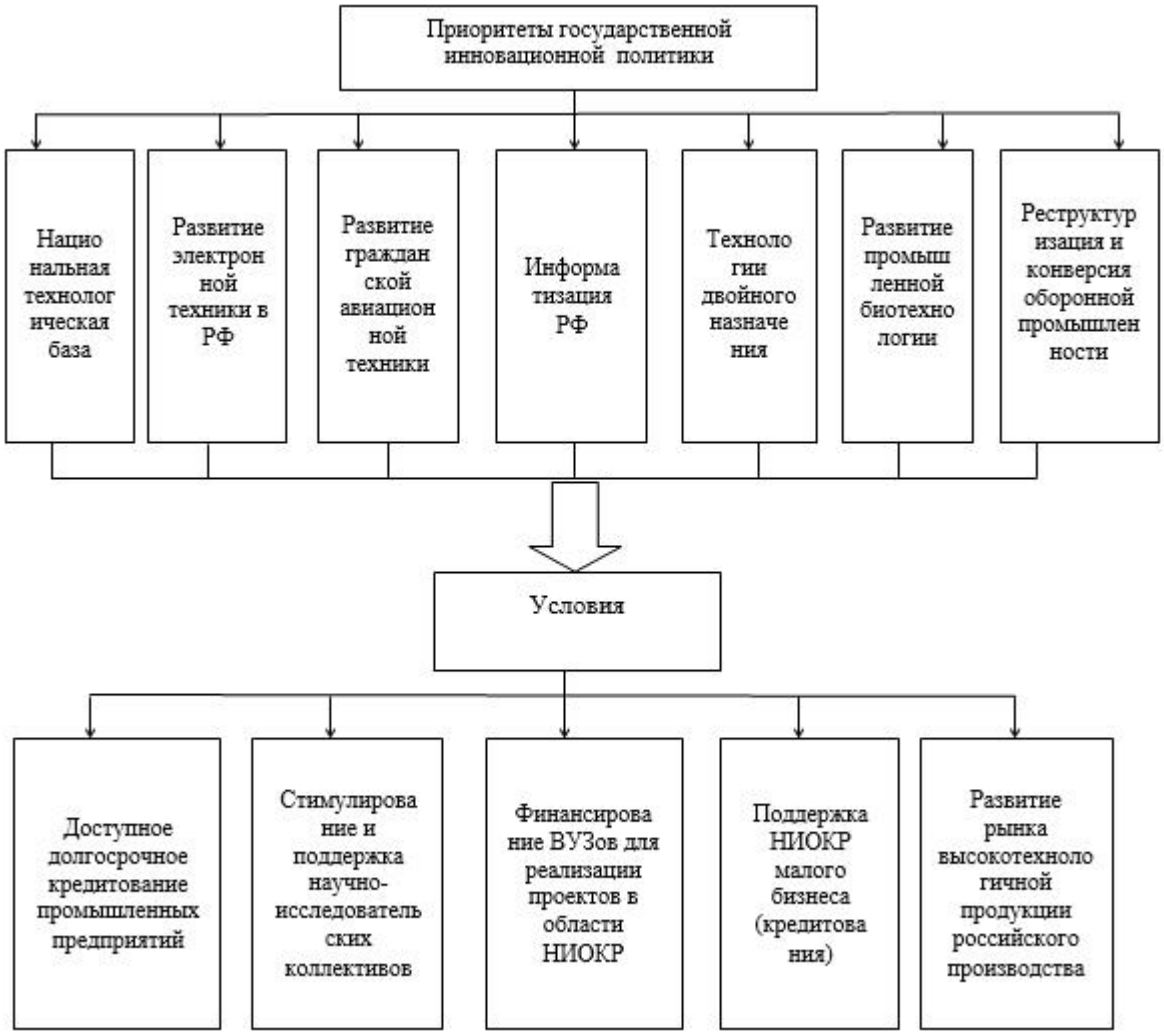
Показатель	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Доля инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме экспорта	4,5	8,8	12,1	13,7	11,5	8,9	8,4	7,1	6,6	5,2

Таким образом, активная риторика последних 20 лет о необходимости трансформации экономики в инновационную не привела к реальным результатам. Системные меры государственной политики в области поддержания научно-технического прогресса России представлены на рисунке, который вполне конкретно отражает приоритеты государственной инновационной политики и условия ее реализации. Но как эти конкретные приоритеты могут быть достигнуты, если нет конкретности в самом определении понятия «инновация», которое представлено в законе «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике» [4]. В самом определении не определен масштаб новизны результата инновационной деятельности, чтобы рассматривать его как инновацию. К тому же имеют место юридически некорректные формулировки. Например, нельзя определяемое понятие выражать через однокоренные слова, нельзя экономический термин «инновация» и обывательское понятие «нововведение» рассматривать как идентичные.

Почему следует вести речь о необходимости более серьезного отношения к терминологическому аппарату? Да потому, что, не имея четкого представления об объекте управления, невозможно им эффективно управлять. Кроме этого, следует иметь вполне конкретные критерии, в соответствии с которыми принимаются решения о целесообразности государственной поддержки и различных форм стимулирования инновационной деятельности частных компаний в каждом конкретном случае.

Рассматривая опыт успешных «инновационных экономик» в США или в странах Юго-Восточной Азии, можно сделать вывод, что их успех достигнут с

учетом разных экономических культур, которые там были сформированы. Следует учитывать и в нашей стране ряд особенностей, которые ее делают уникальной, в том числе в экономической сфере.



Системные меры государственной политики
в области поддержания научно-технического прогресса России

Также важной проблемой является низкий спрос на инновации в российской экономике: предприятиям выгоднее приобретать готовое оборудование за рубежом, чем заниматься собственной инновационной деятельностью. Следует создавать комфортные налоговые условия на ближайшие 3–5 лет для рискованных проектов в сфере внедрения интеллектуальных продуктов в реальный сектор экономики. Но для этого нужны жесткие формальные признаки и критерии отбора таких проектов для государственных преференций.

Список использованной литературы

1. Бадлаева О.А. Динамика развития технологий и инноваций в России / О.А. Бадлаева, Е.А. Куртукова // Молодой ученый. — 2016. — № 27.2 (131.2). — С. 2–4. — URL: https://moluch.ru/archive/131/36428.

2. Дежина И.Г. Связанные гранты для стимулирования партнерства компаний и университетов в инновационной сфере: стартовые эффекты применения в России / И.Г. Дежина, Ю.В. Симачев // Журнал Новой экономической ассоциации. — 2013. — № 3. — С. 99–122.

3. Хмельницкая О.В. Инновация деятельности как определяющий фактор в конкурентной борьбе / О.В. Хмельницкая. — МГТУ «МАМИ», 2010.

4. Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике : проект федер. закона № 99029071-2 (ред., принятая ГД ФС РФ в 1-м чтении 16.06.1999 г.). — URL: http://www.consultant.ru.

5. Федеральная служба государственной статистики : офиц. сайт. — URL: https://www.gks.ru.

6. Schumpeter Jo. New Translations: Theorie Der Wirtschaftlichen Entwicklung / Jo. Schumpeter, M.C. Becker, T. Knudsen // The American Journal of Economics and Sociology. — Vol. 61, no. 2 (2002). — Pp. 405–37. — URL: http://www.jstor.org/stable/3487789.

Информация об авторах

Склянова Наталья Павловна — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: nataskl060318@gmail.ru.

Юшков Олег Александровичм — старший преподаватель, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: oay63@mail.ru.

Authors

Natalia P. Sklyanova — Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: nataskl060318@gmail.ru.

Oleg A. Yushkov — Senior Lecturer, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: oay63@mail.ru.

© Склянова Н.П., Юшков О.А., 2022

УДК 334.024

А.А. Шагунова, Ю.А. Скоробогатова

ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И АДАПТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ В СФЕРЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Процессы цифрового преобразования уже начали влиять на многие области человеческой деятельности. И образование не является исключением, несмотря на свою инертность. Внедрение цифровых технологий обеспечивает множество возможностей для улучшения процесса получения знаний. Искусственный интеллект, адаптивное обучение подразумевают использование обученной модели в образовательном процессе проектирования индивидуальных образовательных маршрутов для студентов. Уже сегодня существуют успешные проекты, использующие данные технологии: Lexia, Anki и Cerego.

Ключевые слова: дополнительное образование; искусственный интеллект; адаптивное обучение; предпринимательство; индустрия 4.0.

A.A. Shagunova, Yu.A. Skorobogatova

THE POSSIBILITIES OF USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ADAPTIVE LEARNING TECHNOLOGIES IN THE FIELD OF ADDITIONAL EDUCATION

The processes of digital transformation have already begun to affect many areas of human activity. And education is no exception, despite its inertia. The introduction of digital technologies provides many opportunities to improve the process of acquiring knowledge. Artificial intelligence, adaptive learning implies the use of a trained model in the educational process of designing individual educational routes for students. Already today there are successful projects using these technologies: Lexia, Anki and Cerego.

Keywords: additional education; artificial intelligence; adaptive learning; entrepreneurship; industry 4.0.

В последние десятилетия отечественное образование находится в состоянии постоянной трансформации, вызванной необходимостью повышения качества предоставляемых образовательных услуг, а также общими изменениями социально-экономического характера, произошедшими в стране.

Искусственный интеллект — одна из новейших наук, появившихся во второй половине XX в. на базе вычислительной техники, математической логики, психологии, нейрофизиологии и других отраслей знания.

Таким образом, пересечение таких глобальных сфер, как трансформация образовательной системы и развитие технологий искусственного интеллекта, обосновывает актуальность данной работы.

Целью данной статьи является изучение возможности применения технологий искусственного интеллекта и адаптивного обучения в сфере дополнительного образования. В связи с этим необходимо решить следующие задачи:

1. Выявить достоинства и недостатки практик внедрения технологий индустрии 4.0 в сфере образования.

2. Рассмотреть практики внедрения технологий адаптивного обучения на предприятиях занятых в сфере дополнительного образования.

3. Провести анализ основных рисков, связанных с процессом внедрения технологий адаптивного обучения.

Теоретической основой служат работы отечественных и зарубежных ученых, практиков и бизнесменов, таких как М.О. Эпштейн, Д. Рыжкова, М. Арановская, И. Рейхард, Г.С. Осипов, B. Siciliano, O. Khatib, I. Roll, R. Wylie и др.

Эмпирическую базу исследования составляют следующие методы: наблюдение, описание, сбор статистических данных и т.д.

Полученные результаты. Искусственный интеллект динамично развивающаяся область. С каждым днем все больше и больше компаний применяют данную технологию как в качестве вспомогательной на производстве, так и как основополагающую технологию.

Существуют национальные стратегии развития и внедрения технологий искусственного интеллекта в ряде сфер деятельности человека, в том числе и в сфере дополнительного образования. Так, с 11 октября 2019 г. принята Национальная стратегия развития искусственного интеллекта на период до 2030 г. [1].

За последние десятилетия в информационной образовательной среде происходит переход от бумажных носителей к цифровым. На разных этапах развития этот переход назывался компьютеризацией, информатизацией, сегодня же это цифровизация какой-либо области человеческой деятельности [2, с. 1].

Основными положительными эффектами от внедрения цифровых технологий являются следующие:

1. Поскольку система образования будущего подразумевает самостоятельную работу, ребенок с детства будет понимать, что он сам должен стремиться к знаниям.

2. Отказ от бумажных носителей. Учащиеся должны нести несколько учебников и тетрадей одновременно. Они занимают значительное пространство в сумке, а также много весят. Нагрузка может быть настолько сильной, что может привести к травмам и неправильному развитию, если речь идет об учениках начальной и средней школы. Цифровое образование может решить данную проблему. Все учебники и методические материалы будут помещены в компьютер.

3. Экономия. Поскольку процесс внедрения цифровых технологий избавляет от бумажных носителей, траты на тетради, учебники, ручки и прочую канцелярию можно исключить.

4. Упрощение работы педагогов. Педагог лишь задает направление, по которому развиваются ученики.

5. Переход к цифровому образованию является значимым этапом создания интернет-технологий. Цифровизация образовательного процесса поможет учащимся лучше ориентироваться в информационной системе.

Недостатками же внедрения цифровых технологий являются:

1. Риск отрицательного результата. Цифровизация образования — процесс, носящий кардинальный характер, в связи с чем невозможно с уверенностью утверждать, будет ли такое новшество положительным.

2. Плохая социализация. Когда учащийся впервые приходит в школу или университет, он получает не только знания, но и учится взаимодействовать с обществом. Информационная система значительно снижает уровень социализации человека.

3. Риск снижения физической активности ученика. В первую очередь риску будет подвержено зрение. Однако технологии могут стать более безопасными в будущем. Также может пострадать физическое развитие учащегося. Данную проблему возможно решить с помощью применения тайм-менеджмента и внедрения необходимого количества физических нагрузок.

4. Абсолютный контроль. На каждого учащегося, педагога или родителя заводится личное дело. Это может привести к тотальному контролю. К примеру, ребенок не сможет скрыть от взрослых плохую оценку или же школа не сможет ничего скрыть от каких-либо проверок. Однако данный недостаток возможно рассматривать и с положительной точки зрения. Некая прозрачность позволит снизить уровень коррупции в сфере образования.

5. Функция педагогов. Несмотря на то что в ближайшее время профессию педагога будет невозможно полностью заменить искусственным интеллектом, она будет подвержена изменениям. В связи с наступлением цифровизации образования появится необходимость приспосабливаться, осваивая новые инструменты и приобретая новые навыки.

Машинное обучение — одно из самых больших и основных направлений в искусственном интеллекте, с помощью которого возможно применение технологии адаптивного обучения.

Адаптивное обучение — это методика обучения, при которой ученик взаимодействует с системой. Действия со стороны системы проводятся автоматически в соответствии с предварительно установленными правилами или алгоритмами. Программа обучения корректируется и подстраивается под уровень знаний пользователя.

Рассмотрим несколько примеров проектов замены классической модели обучения на систему адаптивного обучения.

LEXIA — пример системы для обучения студентов английскому языку. В данной среде обучающийся учится читать, узнает грамматику, улучшает качество понимания текстов, пополняя параллельно словарный запас [5].

Данный проект содержит такие механики, как:

1. Интерактивность обучения. Все онлайн-обучение состоит из интерактивных задач, которые студенты регулярно выполняют: заменить слово в предложении, сортировать слова на группы, выбрать правильную грамматическую структуру и т.д.

2. Четкая структурированная программа обучения, т.е. эксперты Lexia построили путь, который студенты должны пройти за месяц или год.

3. Сбор и статистический анализ информации об ошибках и времени выполнения каждого задания. Основываясь на этих данных, система определяет текущий уровень знаний студента, т.е. его точку местоположения в программе курса.

4. Подсказки преподавателям. О тех, кто испытывает трудности в усвоении учебой программы и/или имеет шансы не успеть усвоить курс к концу года, система оповещает преподавателей.

Рассмотрим практику внедрения адаптивного обучения на примере рекомендательной системы Anki [3].

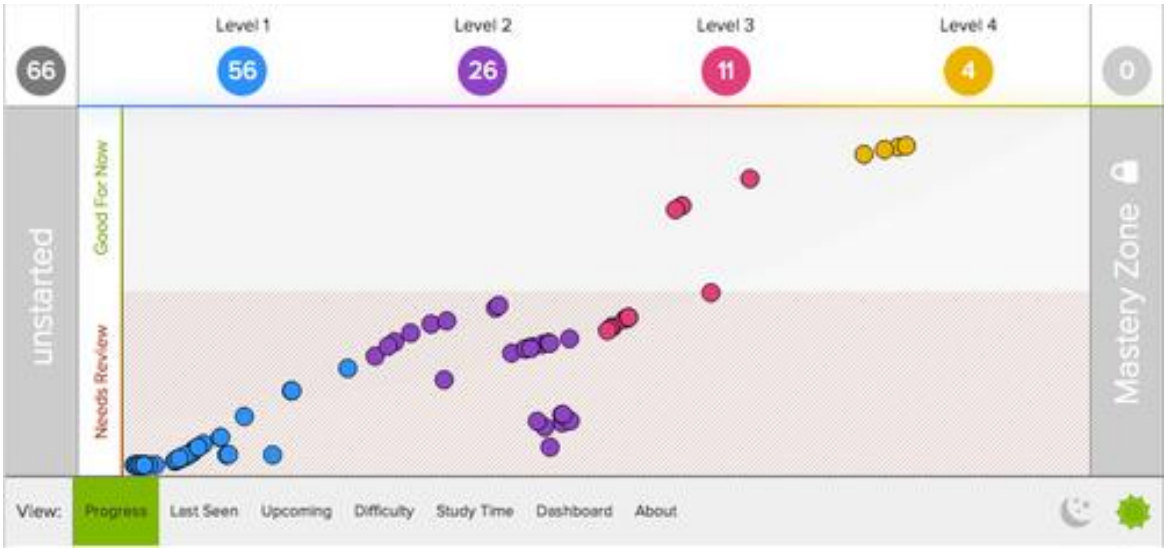
Рекомендательная система Anki — это система, основанная на использовании для заучивания того или иного учебного материала цифровых «карточек», которые являются аналогом бумажных карточек. Также используется подход интервальных повторений. Таким образом, система предлагает пользователю повторять те карточки, которые он запомнил хуже остальных.

Также пользователь, когда отвечает на вопросы карточек, оценивает, насколько ему было тяжело ответить. Карточки ранжируются, в зависимости от оценки пользователя. Далее в первую очередь система возьмет ту группу карточек, которые запомнились хуже всего.

Существует еще один пример успешного применения адаптивного обучения — проект LMS Cerego. Адаптивность в понимании команды проекта основывается на кривой забывания Г. Эббингауза, эффектах первичности и края [4].

В систему закладывается тот контент, который необходимо запомнить слушателю. Далее система подсказывает, когда лучше повторить тот или иной учебный материал. Для данной цели Cerego используют запатентованный автоматизированный алгоритм, который отличается от подхода Anki.

В основе технологии Cerego лежит сбор информации о том, что уже прошли пользователи. На основе этого выстраиваются графики, на которых можно увидеть, где учащийся находится относительно итоговой цели курса.



Граф местоположения учащегося относительно итоговой цели

Адаптивное обучение может навредить в случаях, когда:

1. Пользователь стремится изучить материал самостоятельно — исследовать, совершать ошибки, подстраиваться. Постановка своих целей, построение своего плана обучения внутри адаптивного обучения невозможно. Пользователь только лишь принимает решение, записаться на данный курс или нет. Однако после регистрации на курс за него все делает система, подстраивает план обучения, подбирает необходимые задания и упражнения.

2. Предметная область непонятна или часто меняется. Примером может послужить банковский продукт, в котором указаны постоянно меняющиеся валютные курсы или любые другие значения, которые изменяются каждые два месяца (сумма первоначального платежа по кредитам, процентная ставка и т.д.).

В иных случаях с помощью адаптивного обучения пользователь сможет получить более комплексно знания в той сфере, которая ему необходима. А именно в тех случаях, когда:

1. Пользователь является новичком или средним специалистом в предметной области.

2. Пользователю необходимо получить конкретные знания в кратчайший промежуток времени.

3. Пользователь не может самостоятельно построить график обучения, управлять дедлайнами и траекторией обучения.

4. Предметная область стабильная и медленно меняется.

Выводы. Таким образом, в результате проведенного исследования выделены перспективные тенденции применения искусственного интеллекта в области образования, эффективное введение которых даст возможность реализовывать подбор более подходящей стратегии преподавания, приспособленной под индивидуальные способности и необходимости обучающихся, поддержку в организации результативного учебного процесса, а также выстраивание требуемых коммуникаций.

Список использованной литературы

1. О развитии искусственного интеллекта в Российской Федерации : указ Президента Российской Федерации от 11.10.2019 г. № 490. — URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201910110003 (дата обращения: 06.11.2021).

2. Славянов А.С. Технологии искусственного интеллекта в образовании как фактор повышения качества человеческого капитала / А.С. Славянов // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2019. — № 7. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-iskusstvennogo-intellekta-v-obrazovanii-kak-faktor-povysheniya-kachestva-chelovecheskogo-kapitala (дата обращения: 06.11.2021).

3. Anki: официальный сайт. — URL: https://apps.ankiweb.net (дата обращения: 07.11.2021).

4. Cerego: официальный сайт. — URL:https://www.cerego.com (дата обращения: 07.11.2021).

5. Lexia: официальный сайт. — URL: http://lexia-school.online (дата обращения: 07.11.2021).

Информация об авторах

Шагунова Анна Андреевна — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: anna.masovecz.98@mail.ru.

Скоробогатова Юлия Александровна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

Authors

Anna A. Shagunova — Master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: anna.masovecz.98@mail.ru.

Yulia A. Skorobogatova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

© Шагунова А.А., Скоробогатова Ю.А., 2022

УДК 65.291.21

О.И. Бадмажанова, Г.М. Бычкова

ВОЗМОЖНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПОРТАЛА «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС» В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Исследованы аналитические возможности портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС» и выявлены резервы их повышения. Разработана и апробирована модель маржинального анализа, которая была расширена для целей анализа конкурентов по каждому из показателей делового риска в бизнесе, обусловленного операционной зависимостью. Обоснован ожидаемый эффект от предлагаемых мероприятий, заключающийся в повышении уровня информационной и аналитической насыщенности портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС».

Ключевые слова: цифровая экономика; информация; внешние пользователи; деловой риск; маржинальный анализ; аналитическая модель; портал «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС».

O.I. Badmazhanova, G.M. Bychkova

OPPORTUNITIES FOR THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF THEPORTAL «ZACHESTNYIBIZNES» IN THE DIGITAL ECONOMY

The analytical capabilities of the «ZACHESTNYBIZNES» portal have been investigated and the reserves for their improvement have been revealed. Developed and tested the model of marginal analysis, which has been expanded for the purposes of analyzing the competitors for each of the indicators of business risk of business, caused by operational dependence. The expected effect of the proposed measures, which consists in increasing the level of information and analytical saturation of the «ZACHESTNYBIZNES» portal, was substantiated.

Keywords: digital economy; information; external users; business risk; margin analysis; analytical model; portal «ZACHESTNYIBIZNES».

В современном динамично меняющемся мире с развитием цифровой экономики значимость и доступность информационных ресурсов в управлении любым бизнесом неуклонно повышается.

Проблема, на решение которой направлено данное исследование, — это недостаточно полное использование потенциала цифровой экономики для раскрытия возможностей использования публикуемой отчетности внешними пользователями в оценке делового риска своего бизнеса, а также деловых партнеров и конкурентов.

Исследование же надежности своего бизнеса и бизнеса контрагентов всегда актуально. Цель исследования — расширить аналитические возможности портала

«ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС» для внешних пользователей в проведении анализа делового риска своего бизнеса, бизнеса контрагентов и ближайших конкурентов, опираясь на возможности цифровой экономики.

Задачи исследования:

– оценка и анализ публичной информационной базы — портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС» с позиции полноты обеспечения потребностей внешних пользователей;

– обоснование необходимости и возможности расширения состава анализируемых показателей на портале «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС»;

– разработка доступного инструмента для проведения оценки делового риска каждого «участника» портала, контрагентов и в сопоставлении с конкурентами;

– апробация предлагаемого инструмента оценки делового риска на материалах портала.

Объекты исследования — информационная база портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС». Предмет исследования — факторы, влияющие на аналитические возможности портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС». Методы исследования: изучение, анализ и обобщение научной литературы и практики; моделирование, сравнение, анализ.

В системе информационного обеспечения процесса управления, без сомнения, ключевую роль играет бухгалтерская отчетность.

Одним из мощных и развивающихся источников информации, базирующихся на бухгалтерской отчетности, является портал «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС». Он создан в рамках стратегии построения открытого информационного общества в Российской Федерации для реализации прав граждан на получение достоверной информации, содействия Президенту РФ в противодействии коррупции в экономической сфере.

Основная цель портала — сделать информацию о юридических лицах, индивидуальных предпринимателях, зарегистрированных на территории РФ, открытой и доступной для любого пользователя, будь то просто физическое лицо либо топ-менеджер огромной корпорации.

Среди прочих на портале заявлена возможность оценки финансового, но не делового риска контрагентов.

Рассмотрим, насколько информация, систематизируемая на портале, позволяет раскрыть объект исследования, по нашему мнению, с новой, ранее неизвестной стороны, а именно с позиции делового риска. Используем при этом возможности цифровой экономики в получении внешними пользователями информации для оценки делового риска своих контрагентов и конкурентов.

Для обоснования верности своего предположения о необходимости формирования информации, позволяющей оценивать деловой риск, систематизируем и сравним интересы внешних пользователей с тем, что они могут получить на портале.

Воспользуемся для этого размещенными на портале основными формами бухгалтерской (финансовой) отчетности: бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах (ОФР), предполагая, что именно они представляют собой наиболее достоверную информационную модель предприятия.

Выполним сравнительный анализ финансовых показателей, представляющих интерес для внешних пользователей, и показателей, рассчитываемых на портале «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС», с позиции оценки делового риска и представим результаты в табл. 1.

Таблица 1

Сравнение интересов внешних пользователей и аналитической информации, формируемой на портале «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС»

Аналитические показатели, интересующие внешних пользователей	Аналитические показатели, формируемые на портале «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС»	Аналитические показатели, которые можно самостоятельно рассчитать, используя информацию портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС»
Анализ конкурентоспособности организации	Не формируются	Не формируются
Выявление причин убытков, непроизводительных расходов и потерь	Не формируются	Не формируются
Оценка целесообразности произведенных расходов	Не формируется	Не формируется
Оценка динамики финансовых результатов	Не формируется	Динамика финансовых результатов

По результатам анализа данных табл. 1 выявлены показатели, представляющие интерес для внешних пользователей, но которые не формируются на портале «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС» и не могут быть сформированы самостоятельно пользователями информации портала: выявление причин убытков, непроизводительных расходов и потерь; оценка целесообразности произведенных расходов; оценка конкурентоспособности организации. Именно эти показатели находятся в определенной взаимосвязи с деловым риском компании.

Поэтому введение дополнительных аналитических показателей, характеризующих деловой риск компании в информационную базу портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС», позволит, по нашему мнению, уменьшить неопределенность в области оценки делового риска и повысить уровень обоснованности управленческих решений, принимаемых на базе информации портала. Это показатели: маржинальная прибыль, точка безубыточности, запас финансовой прочности, которые могут быть рассчитаны только при условии заполнения в ОФР строк 2210 «Коммерческие расходы» и 2220 «Управленческие расходы» [5].

Недостаток ОФР, размещаемых на портале, состоит в том, что преобладающим большинством субъектов не заполняются строки 2210 «Коммерческие расходы» и 2220 «Управленческие расходы» в ОФР. Эти расходы вклю-

чаются в строку 2120 «Себестоимость продаж». Это является основным ограничивающим фактором в расчете показателей делового риска внешними пользователями: маржинальная прибыль, точка безубыточности, запас финансовой прочности.

В основе управления деловым риском бизнеса лежит концепция безубыточности, поскольку одним из основных факторов, влияющих на деловой риск компании, является доля постоянных издержек в полных издержках компании. Таким образом, маржинальный подход можно рассматривать как инструмент внутриорганизационного планирования и принятия решений и в первую очередь как инструмент управления деловым риском бизнеса [2].

Маржинальный анализ дает возможность рассчитывать и оценивать такие показатели, как критический объем продаж (безубыточный объем продаж, порог рентабельности), операционный рычаг, запас финансовой прочности, критическая цена реализации, и делать выводы о рисках хозяйственной деятельности, связанных с нерациональной структурой затрат и последствиями вероятного снижения объема продаж. Содержание этих показателей достаточно полно раскрыто в известных источниках [3].

Как правило, внешние пользователи не обладают доступом к внутренней информации, а могут лишь ограничиться данными из отчета о финансовых результатах (ОФР). В таком случае, при проведении маржинального анализа точка безубыточности определяется только в стоимостной оценке. Данные ОФР позволяют рассчитать точку безубыточности и запас финансовой прочности организации — основные показатели маржинального анализа. Важным условием точности их определения является обязательное выделение из общей суммы расходов по обычным видам деятельности управленческих и коммерческих расходов, носящих с определенной долей условности постоянный характер [4].

Полученные результаты. Для обоснования возможности расширения аналитического потенциала портала разработаны модели маржинального анализа в пределах анализируемого бизнеса, в сравнении с контрагентами и конкурентами. Для апробации предлагаемой модели выбран вид деятельности по ОКВЭД 16.10 «Распиловка и строгание древесины». Основной и трудоемкой задачей было выбрать из массива всех данных портала формы ОФР, содержащих информацию по строкам 2210 «Коммерческие расходы» и 2220 «Управленческие расходы». Воспользуемся алгоритмами расчета показателей, рассчитываемых в моделях, разработанных Г.М. Бычковой [4]. Представим исходные данные в табл. 2, а результаты — в табл. 3. Это позволит провести апробацию модели на материалах портала, а пользователям портала — выполнять расчеты самостоятельно с использованием таблиц Excel и отслеживать динамику показателей как по своему бизнесу, так и по конкурентам и контрагентам.

Для сравнения анализируемого бизнеса с ближайшими конкурентами информацию можно систематизировать также по рекомендуемой форме. Предположим, что АО «Тихвин» анализирует своих конкурентов по одному из показателей оценки делового риска, например «Запас финансовой прочности» (%). Расчеты выполнены по предлагаемому алгоритму и результаты анализа представлены в форме табл. 4.

Таблица 2

Отчет о финансовых результатах, расчет точки безубыточности и запаса финансовой прочности АО «Тихвин» (Ленинградская обл., г. Тихвин) в 2016–2018 гг.

Фрагмент отчета ОФР				
Код строки ОФР	Показатель ОФР	2018	2017	2016
2110	Выручка	92 496 000	78 316 000	21 182 000
2120	Себестоимость продаж	62 536 000	55 306 000	17 064 000
2100	Валовая прибыль (убыток)	29 960 000	23 010 000	4 118 000
2210	Коммерческие расходы	21 003 000	10 491 000	130 000
2220	Управленческие расходы	5 445 000	10 479 000	3 041 000
2200	Прибыль (убыток) от продаж	3 512 000	2 040 000	947 000

Таблица 3

Расчет точки безубыточности и запаса финансовой прочности АО «Тихвин» (Ленинградская обл., г. Тихвин) в 2016–2018 гг.

Показатель	Ед. изм.	Оценка		
		2018	2017	2016
Маржинальная прибыль (выручка — себестоимость)	р.	29 960 000	23 010 000	4 118 000
Удельный вес маржинального дохода в выручке от продаж	Доли единицы	0,32	0,29	0,19
Постоянные расходы (коммерческие + управленческие расходы)	р.	26 448 000	20 970 000	3 171 000
Точка безубыточности	р.	81 653 345	71 372 730	16 310 860
Запас финансовой прочности	р.	10 842 655	6 943 270	4 871 140
Запас финансовой прочности	%	11,72	8,87	23,00

Таблица 4

Сравнение показателей, характеризующих деловой риск у конкурентов

Организация	Запас финансовой прочности, %		
	2018	2017	2016
АО «Тихвин»	11,72	8,87	23
ООО «АРКО-ЛЕС»	56,01	78,43	70,46
ООО «УНИВЕРСАЛ»	4,35	16,67	41,86
ООО «УРАЛ-КОНСАЛТИНГ»	51,62	68,35	37,19

По данным табл. 4 можно оценить динамику показателя по годам. Например, ООО «УНИВЕРСАЛ» из года в год теряет запас финансовой прочности, т.е. у организации нарастает деловой риск, она приближается к критической точке. Кроме того, можно выполнить сравнение величины запаса финансовой прочности у конкурентов. Наибольший запас финансовой прочности у ООО «АРКО-ЛЕС», т.е. эта компания имеет минимальный деловой риск по сравнению с остальными

конкурентами. Аналогично можно провести сравнительный анализ каждого из факторов, лежащих в основе делового риска. Эта информация может быть интересна и другим заинтересованным внешним пользователям: инвесторам, банкам, покупателям, поставщикам и т.п.

Ожидаемый эффект от предлагаемых мероприятий по расширению информационной базы портала рассматривается с позиции, насколько они отвечают целям и задачам портала. Приведенные рекомендации расширяют анализ и дополняют оценку финансовых и налоговых рисков оценкой делового риска, имеют практическую направленность: содержат алгоритмы расчетов.

Основные результаты. В целом выполнен сравнительный анализ показателей, которые представляют интерес для внешних пользователей, с показателями, формируемыми на портале. В результате обоснована возможность и необходимость расширения перечня анализируемых показателей на портале «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС», показателями, характеризующими деловой риск компании: валовая маржа, точка безубыточности и запас финансовой прочности.

Обоснована необходимость управления деловым риском компании на основе не только внутренней информации бизнеса, но и информации, содержащейся в отчетности для внешних пользователей.

В качестве инструмента управления деловым риском в части операционной зависимости предложено использовать маржинальный анализ, что значительно увеличит аналитический потенциал менеджмента, принимающего решения по управлению бизнесом, используя информационную базу портала.

Разработана и апробирована модель маржинального анализа на информационной базе портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС». Модель расширена для целей анализа конкурентов по каждому из показателей делового риска бизнеса.

Обоснован ожидаемый эффект от предлагаемых мероприятий, заключающийся в повышении уровня использования потенциала цифровой экономики в части информационной и аналитической насыщенности портала «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС».

Список использованной литературы

1. О портале «ЗАЧЕСТНЫЙБИЗНЕС». — URL: https://zachestnyibiznes.ru/about.

2. Бережная Е.В. Диагностика финансово-экономического состояния организации : учеб. пособие / Е.В. Бережная, О.В. Бережная, О.И. Косьмина. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 304 с. — URL: https://znanium.com/catalog/product/935415.

3. Хорин А.Н. CVP-анализ: расчет маржинального дохода и точки безубыточности / А.Н. Хорин. — URL: http://www.elitarium.ru.

4. Бычкова Г.М. Маржинальный экспресс-анализ: возможности применения / Г.М. Бычкова // Современные технологии и научно-технический прогресс : тез. докл. междунар. науч.-техн. конф. им. проф. В.Я. Баденикова. — Ангарск : Изд-во ФГБОУ ВО «АнГТУ», 2020. — С. 298–299.

5. О формах бухгалтерской отчетности организации : приказ Минфина РФ от 02.07.2010 г. № 66н (с изм. и доп.). — URL: http: www.consultant.ru.

Информация об авторах

Бычкова Гульфира Мубараковна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики, маркетинга и психологии управления, Ангарский государственный технический университет, г. Ангарск, e-mail: gulfira_agta49@mail.ru.

Бадмажанова Ольга Игоревна — студент, кафедра экономики, маркетинга и психологии управления, Ангарский государственный технический университет, г. Ангарск, e-mail: olgabadmazhanova@gmail.com.

Authors

Gulfira M. Bychkova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Economics, Marketing and Management Psychology, Angarsk State Technical University, Angarsk, e-mail: gulfira_agta49@mail.ru.

Olga I. Badmazhanova — Student, Department of Economics, Marketing and Management Psychology, Angarsk State Technical University, Angarsk, e-mail: olgabadmazhanova@gmail.com.

© Бычкова Г.М., Бадмажанова О.И., 2022

УДК 336.74

Е.В. Бронникова, Д.И. Романов

О ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОБОРОТА КРИПТОВАЛЮТ В РОССИИ КАК ОДНОЙ ИЗ ОСНОВ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Рассматривается правовое положение криптовалюты в Российской Федерации, в частности ее участие в гражданском обороте. Проводится анализ существующих экономических отношений с привлечением цифровых активов. Рассматриваются существующие проблемы экономики и права в части контроля и регулирования цифровых активов (криптовалюты) в условиях гражданского оборота, а также решаются проблемы определения их правового статуса.

Ключевые слова: криптовалюта; цифровые активы; экономика; правовой статус; средство платежа; имущество.

E.V. Bronnikova, D.I. Romanov

ON THE PROMISING DIRECTIONS OF LEGAL REGULATION OF THE TURNOVER OF CRYPTOCURRENCIES IN RUSSIA AS ONE OF THE FOUNDATIONS OF THE DEVELOPMENT OF ECONOMIC RELATIONS

The legal status of cryptocurrencies in the Russian Federation is being considered, in particular, its participation in civil turnover. The analysis of existing economic relations involving digital assets is carried out. The existing problems of economics and law in terms of control and regulation of digital assets (cryptocurrencies) in terms of civil turnover are considered, as well as the problems of determining their legal status are solved.

Keywords: cryptocurrency; digital assets; economy; legal status; means of payment; property.

Вопрос о правовом статусе криптовалюты в целом является дискуссионным, так как ее нельзя отнести к объектам гражданского права ввиду отсутствия криптовалюты в перечне, представленном в ст. 128 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее ГК РФ)[1]. Деньгами ее считать также нельзя опять же ввиду отсутствия указания в соответствующей статье, а именно в ст. 140 ГК РФ[2]. Вместе с тем с учетом анализа правового регулирования оборота криптовалют в зарубежных странах установлено, что он оказывает существенное воздействие на развитие экономических отношений.

[1] См.: Гражданский кодекс Российской Федерации : федер. закон от 30 нояб. 1994 г. № 51-ФЗ : в ред. от 28 июля 2021 г. Ст. 128. URL: http://www.consultant.ru.

[2] См.: То же. Ст. 140.

В связи с этим вопрос о направлениях правового регулирования оборота криптовалют в России как одной из основ развития экономических отношений приобретает актуальное значение.

На наш взгляд, было бы правильным установление равнозначности криптовалюты и электронных денежных средств, но, согласно п. 18 ст. 3 ФЗ «О национальной платежной системе», криптовалюта не подпадает под содержание этой статьи ввиду исключения из нее цифровых финансовых активов, каковыми можно считать, в частности, биткоины[1].

С точки зрения уголовного права криптовалюта является денежным суррогатом, и тогда ее можно определить как частные средства платежа, которые имеют номинальную стоимость в рублях либо могут быть переведены в рубли, при этом они достаточно ограничены в сфере реализации товаров, выполнения работ и услуг [1, с. 48]. Таким образом, произойдет признание криптовалюты в качестве средства платежа. Это позволит минимизировать существующие пробелы в праве и реализовать правильное правовое регулирование.

Анализ существующих экономических отношений указывает на активное использование цифровых прав при оплате товаров, работ и услуг. Так, еще с 2013 г. в сети столичных баров «КИЛФИШ» применяются «киберденьги», когда посетители могут осуществить оплату, пополнив баланс карты. На данный момент при расчете используются не банковские карты в большей степени, а именно специальные карты, соответственно, оплата проходит не в рублях, а бонусами[2].

О том, что криптовалюта является суррогатом, не раз высказывались Генеральная прокуратура[3] и Росфинмониторинг[4] в 2014 г. В последующем политика государства все же пошла по пути информатизации, и в рамках этого в 2017 г. Правительство утвердило программу «Цифровая экономика Российской Федерации», которая предусматривает развитие «сквозных технологий», в числе которых упоминается и блокчейн.

Блокчейн (англ. blockchain, block — блок, chein — цепь) — это база данных, которая является распределенной и состоит из «цепочки блоков» [2, с. 117]. Важно отметить, что подобная база данных позволяет контролировать достоверность транзакций, при этом предусматривается возможность не прибегать к использованию финансовых регуляторов. Это связано с тем, что транзакции проверяют сами участники системы, которые как бы подтверждают подлинность действий, а затем формируют транзакций блоки. Реестр операций находится у всех участников системы, обновляется при любом изменении, так как каждый сохраняет доступ к информации о транзакции.

---

[1] О национальной платежной системе : федер. закон от 27 июня 2011 г. № 161-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru.

[2] Killfishdiscountbar. URL: https://killfish.ru/news/616.html.

[3] В Генеральной прокуратуре Российской Федерации состоялось совещание по вопросу правомерности использования анонимных платежных систем и криптовалют. URL: http://genproc.gov.ru/smi/news/genproc/news-86432.

[4] Об использовании криптовалют : информ. сообщение Федеральной службы по финансовому мониторингу от 6 февраля 2014 г. // Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».

В последующем в рамках реализации вышеуказанной программы при комитете Государственной Думы по экономическому развитию, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству был создан экспертный совет по цифровой экономике и блокчейн-технологиям. Этот проект был создан для обеспечения на законодательном уровне условий, которые необходимы для эффективного развития цифровой экономики[1].

Законодательное закрепление правового статуса криптовалюты, а также осуществление нормативного регулирования вызвано рядом факторов. Среди них такие, как учет валюты в качестве источника дохода, а значит, необходимо установить контроль за использованием криптовалюты для проведения эффективной политики налогообложения. Кроме того, как уже указывалось выше, операции с использованием криптовалют, хоть и не были предусмотрены законодательством, defacto осуществлялись. Поэтому нормативное закрепление позволит отслеживать подобные операции, кроме того, как указано в отчете Росфинмониторинга о национальной оценке рисков легализации преступных доходов (2017–2018 гг.), в части незаконного оборота наркотиков установлены факты использования криптовалюты[2].

На данный момент, на наш взгляд, говорить можно, но отчасти ввиду наличия существенных пробелов. Тем не менее это является, несомненно, большим шагом на пути развития правового регулирования цифровых активов, в частности криптовалют. Такие положения закреплены в федеральном законе «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 г. № 259-ФЗ (далее — Закон о цифровых финансовых активах).

В Законе о цифровых финансовых активах закреплены основные понятия, связанные с цифровыми активами. Так, цифровыми активами являются цифровые права, к которым относятся: денежные требования; возможность осуществлять права по эмиссионным ценным бумагам; право участия в капитале непубличного акционерного общества; право требовать передачи эмиссионных ценных бумаг, которые предусмотрены решением о выпуске цифровых финансовых активов[3].

На наш взгляд, в рассматриваемом нормативном правовом акте содержится противоречие, которое существенно затрудняет использование криптовалюты участниками гражданского оборота. Противоречие состоит в том, что федеральный закон содержит понятие цифровой валюты (равнозначное криптовалюте), под

[1] В Генеральной прокуратуре Российской Федерации состоялось совещание по вопросу правомерности использования анонимных платежных систем и криптовалют // Генеральная прокуратура Российской Федерации : офиц. сайт. URL: http://genproc.gov.ru/smi/news/genproc/news-86432 (дата обращения: 14.11.2021).

[2] О национальной оценке рисков ОД/ФТ : информ. письмо Банка России от 14.08.2018 г. № ИН-014-12/54. URL: http://www.consultant.ru.

[3] См.: О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 31.07.2020 г. № 259-ФЗ : (послед. ред.). П. 2 ст. 1. URL: http://www.consultant.ru.

которой понимается совокупность электронных данных (цифрового кода или обозначения), содержащихся в информационной системе[1]. При этом в этой же характеристике имеется оговорка, что цифровая валюта может быть использована в качестве средства платежа, не являющегося денежной единицей в Российской Федерации.

Анализируя данное положение, можно сказать, что поставлена точка в дискуссии о правовом статусе криптовалюты и о том, каким образом можно ее использовать в условиях гражданского оборота в Российской Федерации. Но при дальнейшем анализе норм Закона о цифровых финансовых активах усматривается расхождение. В частности, ст. 14 Закона о цифровых финансовых активах говорит о том, что юридические лица Российской Федерации и физические лица не вправе принимать цифровую валюту как оплату встречного предоставления за товары, работы и (или) услуги[2]. На наш взгляд, логическая цепь нарушается и с экономической точки зрения: теряется целесообразность владения криптовалютой. Более того, это выступает фактором формирования теневой экономики.

Таким образом, согласно данному нормативному правовому акту, а также действующему законодательству, криптовалюту можно приобретать, хранить и продавать в качестве объекта гражданских прав, но для участника гражданского оборота истинный интерес составляет использование криптовалюты именно в качестве средства платежа.

Важно отметить, что, так как цифровые активы, равно как и криптовалюта, не признавались имуществом. Однако на практике неоднократно возникали споры о том, можно ли считать возможным хищение данных прав или же обращение взыскания на такие активы. Закон о цифровых финансовых активах внес некоторую ясность в данный вопрос. В ст. 19, 21, 22 этого закона закреплено внесение изменений в ряд федеральных законов, которое по своему содержанию представляет формулировку: «Для целей настоящего Федерального закона цифровая валюта признается имуществом»[3]. Это указывает на то, что на общем уровне законодательного регулирования цифровая валюта не является имуществом, но для целей некоторых направлений законодательства сделано исключение в части ее признания таковой. Такое исключение, в частности, относится к возможности обращения взыскания на цифровую валюту, что ставит интересы государства несколько выше интересов физических и юридических лиц.

Если говорить о механизме реализации возможных сделок с криптовалютой, то отметим, что ограничений в части установления правил обращения цифровых активов Закон о цифровых финансовых активах не устанавливает, но предусматривает перечень сделок, проведение которых может быть осуществлено только посредством оператора обмена цифровыми финансовыми активами. Согласно п. 1 ст. 10 Закона о цифровых финансовых активах, к подобным сделкам относятся сделки по обмену одного вида цифровых финансовых активов на ак-

[1] См.: О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 31.07.2020 г. № 259-ФЗ : (послед. ред.). П. 1 ст. 1.

[2] См.: То же. Ст. 14.

[3] См.: То же. Ст. 19.

тивы другого вида; сделки по обмену активов на цифровые права; сделки с цифровыми правами, включающими одновременно финансовые активы и иные цифровые права.

Также открытым остается вопрос о предоставлении судебной защиты права на цифровую валюту. Так как, согласно п. 6 ст. 14 Закона о цифровых финансовых активах[1], требования обладателей криптовалюты подлежат судебной защите только при условии декларирования, а также уплаты налогов. При этом вопросы налогообложения ни в этом законе, ни в налоговом законодательстве не регулируются, в то время как из норм законодательства усматривается, что цифровая валюта для целей налогообложения признается имуществом[2]. Следовательно, при совершении сделок по ее продаже, например, с полученного дохода лицу необходимо по общему порядку осуществить налоговые отчисления. При этом устанавливается штраф за непредставление отчета о совершенных операциях с цифровой валютой, в том числе отчета об остатках криптовалюты у лица.

С учетом изложенного, на наш взгляд, наиболее целесообразным будет установление статуса, аналогичному статусу денег, но с некоторым изъятием. Следовательно, в законодательстве следует сделать указания в отношении криптовалют, аналогичные положениям в ст. 130, 140 ГК РФ относительно денег. Это позволит легализовать существующие отношения в обществе, обеспечить их правомерность и возможность осуществления контроля. Учитывая специфику криптовалюты, нельзя говорить о безусловном равенстве статусов, поэтому целесообразным, на наш взгляд, будет ограничение суммы сделок, в которых может участвовать криптовалюта как средство платежа и как имущество, а в отношении сделок с участием Российской Федерации (например, договоры поставки) на данном этапе — установить запрет.

Список использованной литературы

1. Есаков Г.А. Денежные суррогаты и ответственность за хищение / Г.А. Есаков // Уголовное право. — 2015. — № 1. — С. 48–53.

2. Кубышкин А.В. Международно-правовое регулирование генетических исследований и его имплементация в российское законодательство / А.В. Кубышкин, С.В. Косилкин // Вестник Российского университета дружбы народов. Сер.: Юридические науки. — 2021. — С. 107–126.

Информация об авторах

Бронникова Елена Вячеславовна — студент, кафедра прокурорского надзора и участия прокурора в рассмотрении гражданских и арбитражных дел, Иркутский юридический институт (филиал) Университета прокуратуры Российской Федерации, г. Иркутск, e-mail: elena.bronnikova.v@gmail.com.

[1] См.: О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ : (послед. ред.). П. 6 ст. 10.

[2] О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части налогообложения цифровой валюты) : проект федер. закона № 1065710-7. URL: http://www.consultant.ru.

Романов Дмитрий Иннокентьевич — старший преподаватель, кафедра прокурорского надзора и участия прокурора в рассмотрении гражданских и арбитражных дел, Иркутский юридический институт (филиал) Университета прокуратуры Российской Федерации, г. Иркутск, e-mail: rodim555@gmail.com.

Authors

Elena V. Bronnikova — Student, Department of Prosecutorial Supervision and Participation of the Prosecutor in Civil and Arbitration Cases, Irkutsk Law Institute (branch) University of the Prosecutor's Office of the Russian Federation, Irkutsk, e-mail: elena.bronnikova.v@gmail.com.

Dmitry I. Romanov — Senior Lecturer, Department of Prosecutorial Supervision and Participation of the Prosecutor in Civil and Arbitration Cases, Irkutsk Law Institute (branch) University of the Prosecutor's Office of the Russian Federation, Irkutsk, e-mail: rodim555@gmail.com.

© Бронникова Е.В., Романова Д.И., 2022

УДК 336.14:353(57)

К.А. Концевич, И.Б. Королёва

СОВРЕМЕННЫЙ ОФФШОРНЫЙ БИЗНЕС: РОССИЙСКАЯ, МИРОВАЯ ПРАКТИКА И МЕТОДЫ БОРЬБЫ

Развитие и деятельность оффшорных юрисдикций длительное время оказывают негативный эффект на экономическое состояние стран и способствуют появлению теневого бизнеса. Совокупность данных эффектов стала причиной взаимодействия стран и появления системы борьбы с оффшорными зонами. В статье рассматриваются оффшорные юрисдикции, их характеристики, степень распространения в мировой и российской практике, позитивные и негативные последствия их существования и методы борьбы с ними. Определены тенденции в методах борьбы и способах взаимодействия стран в достижении целей исключения оффшорных зон из международного экономического пространства.

Ключевые слова: оффшорные юрисдикции; методы борьбы; налогообложение; информационный обмен; ВВП; тенденции развития.

K.A. Kontsevich, I.B. Koroleva

MODERN OFFSHORE BUSINESS: RUSSIAN, WORLDWIDE PRACTICE AND COMBAT METHODS

The development and activity of offshore jurisdictions for a long time has a negative effect on the economic condition of countries and contributes to the emergence of shadow business. The combination of these effects caused the interaction of countries and the emergence of systems to combat offshore zones. The article exam-ines offshore jurisdictions, their characteristics, the degree of dissemination in the world and Russian practice, the positive and negative consequences of their exist-ence and methods of combating them. Trends in the methods of struggle and ways of interaction between countries in achieving the goals of excluding offshore zones from the international economic space are identified.

Keywords: organizational design; business ecosystem; digital ecosystem; so-lution ecosystem; transaction ecosystem; platform.

Понятие «оффшор» в 1950-х гг. впервые было упомянуто в одной из газет в восточной части Соединенных Штатов Америки. В опубликованной информации сообщалось о том, что одна из коммерческих организаций смогла избежать государственного контроля и повышенного налогообложения при помощи смены территории ведения бизнеса. Способ ведения бизнеса данной организации подхватили большинство крупных компаний. На сегодняшний день практика ведение бизнеса на территории оффшорных юрисдикций имеет большое распространение во всем мире не только для оптимизации налогообложения, но и для вывода неле-

гально заработанных средств и спонсирования терроризма. В совокупности данные последствия вынуждают страны создавать специализированные организации для противодействия оффшорам и усиливать методы борьбы с ними.

Проблемам современного оффшорного бизнеса посвящены труды многих отечественных и зарубежных ученых. Среди отечественных авторов можно выделить труды А.П. Матусевича [6], А.В. Иванова [8], Ю.П. Григорьевой [9] и др.

В данном исследовании конкретизируются характеристики наиболее популярных оффшорных юрисдикций, оценивается динамика объемов потерь различными странами от использования оффшоров, уточняется степень распространения оффшорных зон среди наиболее крупных российские компании на современном этапе, а также обобщается международная практика по борьбе с оффшорами.

Целью исследования является изучение оффшорных юрисдикций, мировой и российской практики распространения оффшорного бизнеса, его влияния на экономику различных стран мира и методов борьбы с ним. Для достижения поставленной цели был определен следующий круг задач: определить понятие оффшорной юрисдикции и конкретизировать характеристики наиболее популярных оффшорных зон, исследовать распространение оффшорного бизнеса в мире и в России, позитивные и негативные последствия их существования и методы борьбы с ними.

При написании статьи были использованы такие методы анализа как абстрактно-логический, исторический. Широкое применение в работе получил статистический анализ, метод системного и сравнительного анализа, а также экспертных и рейтинговых оценок.

«Оффшорная зона» — это страна или территория, предоставляющая иностранным компаниям особые условия для ведения бизнеса [1]. Таким образом, оффшорная зона помимо юридического включает в себя также географический и экономический смысл.

На сегодняшний день число оффшорных юрисдикций сильно «поредело», что связанно с давлением ведущих стран и деятельностью организаций, предназначенных для борьбы с оффшорами. Так, на 2021 г. выделяют 14 наиболее популярных юрисдикции с благоприятными условиями ведения бизнеса. Преимущества основных оффшорных зон для регистрации компаний отражены в табл. 1.

Таблица 1

Характеристики наиболее популярных оффшорных юрисдикций*

Наименование	Доступ к реестру	Налог на прибыль, %	Отчетность	Срок регистрации
Белиз	Закрытый	0	Не требуется	1 неделя
Британские, Виргинские острова	Закрытый	0	Не требуется	1 неделя
Маршалловы острова	Закрытый	0	Не требуется	2 недели
Панама	Закрытый	0	Не требуется	1 неделя
Сейшельские острова	Закрытый	0	Не требуется	1 неделя
Сент-Китс и Невис	Закрытый	0	Не требуется	1 неделя
Гонконг	Публичный	16,5	Требуется	До 2 недель
Кипр	Публичный	12,5	Требуется	До 2 недель

Наименование	Доступ к реестру	Налог на прибыль, %	Отчетность	Срок регистрации
Люксембург	Публичный	27,08	Требуется	До 3 недель
Сингапур	Публичный	17	Требуется	До 3 недель
Швейцария	Закрытый	3,5- 9,8	Не требуется	До 2 недель
Лихтенштейн	Закрытый	12,5	Требуется	До 2 недель
Мальта	Открытый	35	Требуется	До 3 недель
Нидерланды	Открытый	0	Требуется	1 неделя

[*] Составлена по результатам данных поисковой системы Google (на 25.11.2021).

Как видно из табл. 1, большинство оффшорных юрисдикций все меньше обладают теми характеристиками, что подразумевается под понятием оффшор, но все же такие юрисдикции, как Нидерланды, Белиз, Британские и Виргинские острова, Маршалловы острова, Панама, до сих пор обладают привычным для оффшоров функционалом, основанным на отсутствии налогов, государственного контроля, конфиденциальности информации об учредителях и быстрой регистрации компании. Отсюда следует, что ведение бизнеса в оффшорных юрисдикциях напрямую связано с их непосредственными преимуществами:

1. Быстрая и простая процедура регистрации организации.

2. Налогообложение по низкой ставке или же полное отсутствие уплаты налогов.

3. Упрощенная форма отчетности или отсутствие отчетности как обязательной формы контроля государством ведения бизнеса.

4. Закрытость реестра обеспечивает конфиденциальность и анонимность учредителей компаний.

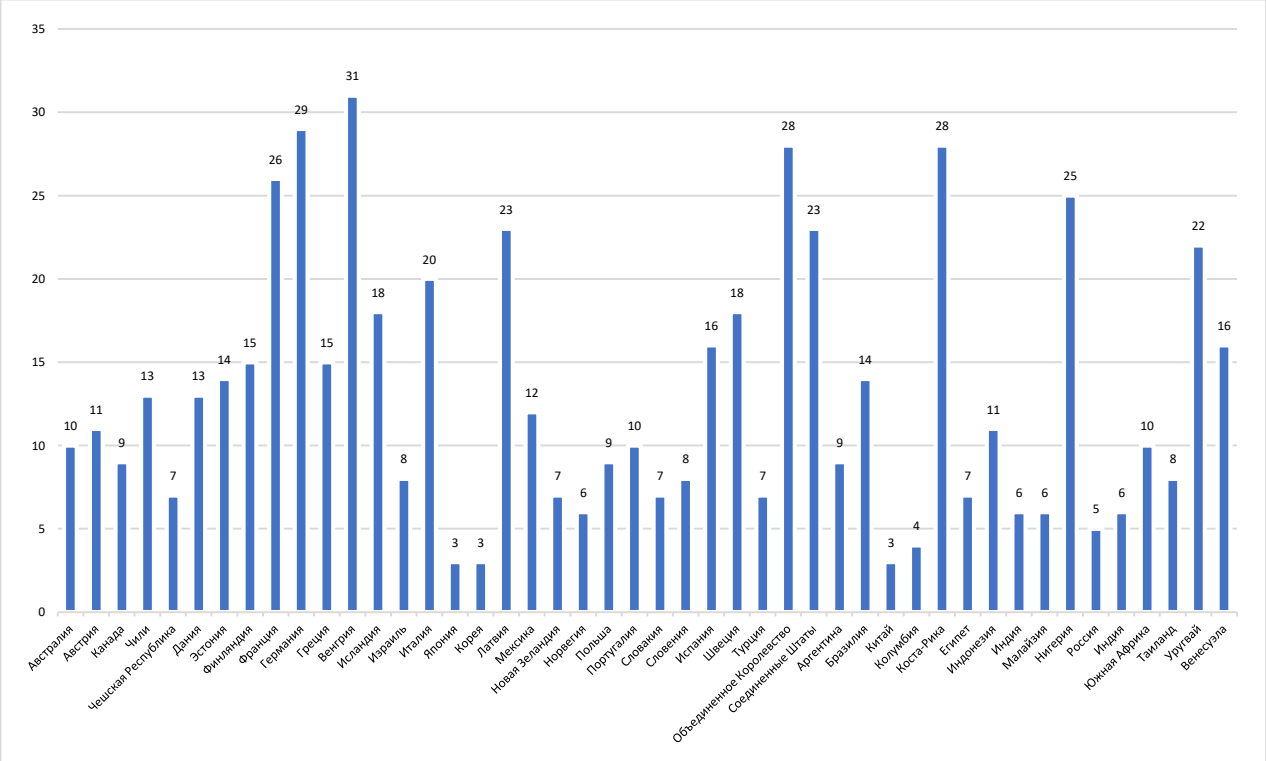
Устройство систем и методов использования оффшорных зон различается, но из них вытекает один и тот же принцип: компании необходимо подобрать подходящие по критериям своей организации условия ведения бизнеса, налоговую ставку и произвести ее регистрацию в стране, предоставляющей такую возможность. На сегодняшний день существуют организации, предоставляющие услуги по подбору и оформлению оффшоров, например сервисы «PRIVATE FINANS», «UW UNIWIDE». Сервис «PRIVATE FINANS» был основан в 1997 г. и является сервисом по регистрации компаний в оффшорах. На данный момент компания переросла в группу компаний с представительствами в Эстонии, Латвии, Великобритании и России. Агенты компании представлены более чем в 20 странах [2]. «UW UNIWIDE» — это международная консалтинговая компания, оказывающая широкий перечень услуг по регистрации, администрированию, юридическому и бухгалтерскому обслуживанию компаний в Латвии, оффшорных и низконалоговых зонах, иных государствах мира, оказывающая консультации по вопросам международного налогового планирования [3].

Выгоду от создания и содержания оффшорных зон в юрисдикции своей территории получают государства, организующие данные зоны. Это связанно с тем, что оффшорное государство, привлекая множественное число иностранных организаций, приобретает повышенный трафик иностранных инвестиций, удерживает на своей территории валюту, хранящуюся на счетах у зарегистрированных ино-

странных компаний. При этом у государства практически отсутствует необходимость контролировать деятельность данных компаний. В совокупности данные факторы ведут к повышению ВВП и подъему экономики государства.

Оценка распространения оффшорного бизнеса в мире — очень сложная задача, и для ее реализации используют данные подсчета о потерях прибыли в различных странах. На сегодняшний день регулярную статистику распространения оффшорных зон в мире ведут два университета: Калифорнийский университет в г. Беркли и Копенгагенский университет, которые объединяют и опубликовывают результаты своих исследований. Последняя публикация датирована 2018 [4].

На рисунке представлена диаграмма распространения оффшорных зон в различных странах мира по объему потерь прибыли.



Распространение оффшорных зон в различных странах мира
по объему потерь прибыли, в 2018 г., %
(Составлен по данным сайта missingprofits.world (на 21.11.2021))

Так, лидирующую позицию занимает Венгрия — 31 %, далее располагаются Германия — 29 %, Великобритания — 28 %, Коста-Рика — 28 %, Франция — 26 %, Нигерия — 25 %. Потери остальных стран варьируются от 3 до 23 %. В частности, Россия из-за оффшорной деятельности теряет 5 % от всего объема прибыли. Таким образом, можно сделать вывод, что использование оффшорных зон в мире очень распространено. Лидирующие позиции по использованию оффшоров занимают страны ЕС, США и Великобритания.

В России массовая регистрация компаний в оффшорах началась в 1990-х гг., во времена массовой приватизации собственности. Это было связано с необходимостью перехода к частной собственности, развития рыночных отношений внутри

страны. В это же время в стране начали появляться зоны с наиболее благоприятными системами налогообложением, так называемые ОЭЗ — Особые экономические зоны. Основным отличием оффшоров от ОЭС является то, что деятельность ОЭС регламентируется Федеральным законом «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» от 22 июля 2005 г. № 116-ФЗ. В России на сегодняшний день функционируют 42 ОЭЗ (23 промышленно-производственных, 7 технико-внедренческих, 10 туристско-рекреационных и 2 портовых). За 15 лет работы в ОЭЗ зарегистрировались более 920 резидентов, из которых более 140 компаний с участием иностранного капитала из 42 стран. За эти годы общий объем заявленных инвестиций составил более 1,37 трлн р., вложенных инвестиций — более 597 млрд р., было создано более 46,4 тыс. рабочих мест, уплачено порядка 211 млрд р. налоговых платежей, таможенных отчислений и страховых взносов [5]. Но, несмотря на это, большинство российских компаний все равно используют оффшоры (табл. 2).

Таблица 2

Наиболее крупные российские компании,
использующие оффшорные зоны в 2020 г.

Компания	Выручка, млрд р.	Чистая прибыль/убыток, млрд р.	Учредитель, доля, страна/территория
ПАО «Новолипецкий металлургический комбинат»	437,08	61,13	Fletcher Group Holdings Limited, 84,03 %, Кипр
ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»	400,24	51,51	Mintha Holding Limited, 84,26 %, Кипр
АО «Русал»	424,43	–3,92	United Company Rusal Aluminium Limited (с 09.07.2019 контролируется Международной компаний «Публичное акционерное общество «Эн+ Груп»), 100 %, Джерси
ПАО «Трубная металлургическая компания»	199,4	18,53	TMK Steel Holding Limited, 65,06 %, Кипр
АО «Антипинский нефтеперерабатывающий завод»	8,32	–25,61	Vikay Industrial Limited, 80 %, Кипр
ООО «СНС-Холдинг»	200,96	0,39	GK SNS Limited, 100 %, Кипр
ООО «Русэнергосбыт»	181,47	7,5	Resenergo Investments LTD, 50,5 %, Кипр
АО «Группа «Илим»	123,46	0,82	Ilim SA, 96,37 %, Швейцария
ООО «Рольф»	168,1	6,5	Delance Limited, 99,98 %, Кипр

* Составлена по данным сайтов Audit-it.ru и Credinform.ru (на 26.11.2021).

По данным табл. 2 можно сделать вывод, что наиболее конкурентоспособные и прибыльные российские предприятия промышленности принадлежат оффшорам, и в основном кипрским.

Осуществление предпринимательской деятельности при использовании оффшорных зон наносит непоколебимый вред экономике стран за счет того, что выводит с их территории национальную валюту, снижает конкурентоспособность страны в международных экономических отношениях. В совокупности данные факторы приводят к спаду ВВП страны, дестабилизирует ее экономическое положение.

Проводя анализ экономической истории, можно заметить, что присутствие оффшорных зон способствовало экономическому кризису в различных странах, что связанно это с недополученные налоговых средств в бюджет. Так, в Германии потери от уклонения выплаты налогов ежегодно оцениваются в 50 млрд евро. По состоянию на 2011 г., потери бюджета США от недоплаты налогов оценивались в 345 млрд долл., в том числе за счет использования оффшорных схем — более 100 млрд долл. Около 290 американских компаний из списка Fortune 500 держат свои средства в оффшорах, среди них Dell, Nike, Microsoft и Apple, которые минимизировали налоговые выплаты с помощью налоговых гаваней на сумму 127 млрд долл. [6]. Россию данные негативные события не обошли стороной. Так, за последние 25 лет на оффшорные счета из России было выведено более 750 млрд долл. Это примерно половина от номинального ВВП страны [7].

Помимо этого, оффшоры также используются для «серых» схем по отмыванию преступно полученных денежных средств, что, в свою очередь, криминализирует хозяйственную деятельность, способствует проникновению преступных элементов во все экономические институты, а также служит питательной средой для организованной преступности и терроризма. Отмывание денег через оффшоры тесно связано с утечкой капитала за рубеж и уклонением от уплаты налогов [8].

С наступлением 2021 г. в международной практике использования оффшорных зон наблюдается тенденция к спаду, но, несмотря на это, по оценкам экспертов «Организации Экономического Сотрудничества и Развития» (ОСЭР), при учете финансовых активов общий объем средств оффшорных компаний оценивается в 6–7 трлн долл., что составляет порядка 10 % от мирового ВВД. При подсчете финансовых активов с учетом имущества (движимого, недвижимого), принадлежащего оффшорным компаниям, сумма окажется в 2–5 раз больше.

Уже сегодня можно явно наблюдать окончание благоприятных времен для компаний, использующих оффшоры. Данный спад вызван взаимодействием и борьбой мирового сообщества с оффшорными зонами. Начало этому положил ряд информационных утечек баз данных учредителей оффшоров. К примеру, скандал с Offshore Leaks, раскрывший базу «серого» капитала, который составлял 32 трлн долл. у организаций, зарегистрированных в Гонконге, Сингапуре, Британских Виргинских островах. Обнародование данной информации привело к выходу компаний из оффшорных юрисдикций на легальный рынок.

Массовому выходу компаний из теневого бизнеса поспособствовала борьба ЕС и США с потерями капитала из стран и утечкой налоговых средств. Большинство оффшоров, которые можно отнести к классическим, были раскритикованы и обвинены в непредставлении информации. Это привело к подписанию 19 различного рода соглашений об информационном обмене с ведущими странами мира и ликвидации оффшорных юрисдикций. Под санкции попали такие оффшорные юрисдикции, как Британские Виргинские острова, Каймановы острова, Бермуды,

Теркс, Кайкос и Ангилья. Но несмотря на то что до сих пор данные юрисдикции считаются оффшорными, предприниматели, желающие остаться «инкогнито», не регистрируют в них свои предприятия, поскольку данные юрисдикции больше не обеспечивают конфиденциальность информации [9]. Исходя из этого, можно сделать вывод, что борьба с оффшорами основывается на объединении усилий и экономической коммуникации стран.

На сегодняшний день существуют две основные международных организации, ведущие активную борьбу с оффшорными зонами: «Организация Экономического Сотрудничества и Развития» (ОЭСР) и экономическая система FATF. ОЭСР — это самая старейшая организация, которая была основана еще в 1948 г. Члены ОЭСР — это 60 % мирового ВВП и 17 % мирового населения. В состав организации входит 34 государства и Европейская комиссия. Результатом деятельности организации, в частности, являются отчеты, издаваемые раз в два года о 40 странах. В эти отчеты включена объективная научная информация об экономиках стран мира. ОЭСР регулирует наиболее важные вопросы в сфере экономического развития мира. Параллельно осуществляется контроль, анализ и исследования, позволяющие вносить новые изменения и фиксировать эффективность предыдущих решений. Разрабатываются теоретические и практические подходы по решению мировых финансовых и экономических проблем.

Организация поставила перед собой и своими членами три основополагающие цели: обеспечить высокий и устойчивый экономический рост, увеличение занятости и уровня жизни в странах-участницах, а также поддержание финансовой стабильности для развития мировой экономики; содействовать существенному экономическому вкладу как странами — членами организации, так и странами, не являющимися членами, в экономическое развитие мира; обеспечить развитие мировой торговли на основе многосторонней и недискриминационной политики в соответствии со всеми международными обязательствами. Именно в данной организации появляются новые правила по налоговому регулированию, рекомендации для ведущих экономик мира и требования, которые должны выполнять все игроки, чтобы добиться «прозрачности».

Второй организацией, лидирующей в отношении борьбы и принятия мер против оффшоров, является FATF (Financial Action Task Force). FATF представляет собой объединение, вырабатывающее меры борьбы с отмыванием денег, и является международным органом, учрежденным в 1989 г. в Париже. С 2001 г. FATF усилила свое положение, охватив проблематику борьбы с финансированием терроризма, и в 2012 г. — проблематику финансирования распространения оружия массового поражения [10]. В FATF входят свыше 35 государств, таких как: США, страны ЕС, Мексика, Бразилия, Аргентина, ЮАР, Австралия, Новая Зеландия, страны Азии и Российская Федерация, вошедшая в число FATF в 2003 г. В это число стран входят еще два международных объединения: Совет сотрудничества стран Персидского залива и Европейская комиссия [11]. Основой деятельности FATF являются 40 рекомендаций. Рекомендации выступают в роли комплекса организационно-правовых мер, благодаря которым в странах реализуется эффективная система, противодействующая появлению новых преступных доходов, а также достигается предупреждение финансового терроризма. Главным механизмом системы FATF является взаимное

предоставление информации о деятельности коммерческих организаций между странами. Данный обмен задействует не только лидирующие страны, но и большинство оффшорных юрисдикций, например Виргинские острова, острова Кайман, Панаму. Их участие можно объяснить санкциями западного сообщества, делающими их использование невыгодным для предпринимателей.

Международная практика борьбы с оффшорами основывается на выполнении рекомендаций, стандартов, разработанных объединениями FATF и ОЭСР, взаимном предоставлении полного доступа к реестру предприятий, зарегистрированных на своей территории, а также на введении санкций в отношении недобропорядочных оффшорных юрисдикций.

Для объективной оценки эффективности таких подходов необходимо сравнить объемы финансовых потерь прибыли стран — участниц ОЭСР, FATF за последние годы (табл. 3).

Таблица 3

Сравнение объемов потери прибыли странами — членами ОЭСР и FATF за период 2015–2018 гг., %*

Страна	Членство в объединениях	2015	2016	2017	2018
Австралия	ОЭСР, FATF	7	8	7	10
Австрия	ОЭСР, FATF	11	11	11	11
Канада	ОЭСР, FATF	9	8	7	9
Чили	ОЭСР	11	12	12	13
Чехия	ОЭСР	5	6	6	7
Дания	ОЭСР	8	12	10	13
Эстония	ОЭСР	10	16	15	14
Финляндия	ОЭСР, FATF	11	12	12	15
Франция	ОЭСР, FATF	21	24	22	26
Германия	ОЭСР, FATF	28	28	26	29
Исландия	ОЭСР	22	20	16	18
Израиль	ОЭСР, FATF	2	6	5	8
Италия	ОЭСР, FATF	19	19	15	20
Япония	ОЭСР, FATF	2	2	2	3
Южная Корея	ОЭСР, FATF	2	2	2	3
Латвия	ОЭСР	7	8	9	23
Мексика	ОЭСР, FATF	10	9	8	12
Новая Зеландия	ОЭСР, FATF	5	6	6	7
Норвегия	ОЭСР, FATF	8	10	7	6
Польша	ОЭСР	8	9	8	9
Португалия	FATF	9	11	9	10
Словакия	ОЭСР	5	6	6	7
Словения	ОЭСР	21	21	8	8
Швеция	ОЭСР, FATF	13	16	17	18
Турция	ОЭСР, FATF	8	5	5	7
Великобритания	ОЭСР, FATF	18	22	25	28
США	ОЭСР, FATF	14	17	19	23
Аргентина	FATF	8	5	7	9
Бразилия	FATF	3	10	12	14
Китай	FATF	2	3	3	3

Страна	Членство в объединениях	2015	2016	2017	2018
Индия	FATF	6	5	5	6
Малайзия	FATF	7	5	6	6
Россия	FATF	9	6	5	5
Швейцария	ОЭСР, FATF	20	28	38	39

[*] Составлена по результатам данных поисковой системы Google (на 20.11.2021).

На основании полученных данных можно сделать вывод о том, что, несмотря на тенденции увеличения объема финансовых потерь из-за деятельности оффшоров в большинстве стран мира, методы борьбы эффективно реализуются в отношении сокращения оффшорных юрисдикций. Например, за последние года из оффшорного списка вышли Кипр, Швейцария, Малайзия. Сокращение численности оффшорных юрисдикций создает плацдарм для минимизации финансовых потерь. В свою очередь, в России наблюдается явная положительная динамика: за период 2015–2018 гг. объем финансовых потерь сократился на 4 %. Это связано с решением правительства РФ объявить «войну» оффшорам. Правительством РФ в рамках выполнения поручения, содержащегося в Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации от 12 декабря 2013 г. о деоффшоризации российской экономики, был разработан ряд нормативно-правовых актов, направленных на пресечение вывода средств из российской юрисдикции. Так, принят Федеральный закон «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний и доходов иностранных организаций)» от 24 ноября 2014 г. № 376-ФЗ, предусматривающий налогообложение в Российской Федерации доходов компаний, находящихся в оффшорной юрисдикции, если эти компании не распределяют полученные доходы в пользу российских лиц, контролирующих такие компании [12].

Таким образом, оффшорные юрисдикции обладают значительным перечнем преимуществ для ведения бизнеса, но наносят вред экономикам большинства стран. Выражается это не только в финансовых потерях, но и в процветании нелегального бизнеса и терроризма. И для ликвидации данного ущерба и рисков страны вынуждены объединяться в борьбе с оффшорами. На сегодняшний день борьба с оффшорами принесла свои плоды, заключающиеся в ликвидации значительного количества оффшорных зон, а в дальнейшем ожидается положительная динамика по сокращению объема финансовых потерь. Россия, как и другие страны мира, ведет борьбу с оффшорами и осуществляет это весьма успешно, поскольку за период 2015–2018 гг. РФ удалось добиться сокращения объема потерь прибыли на 4 % за счет введения дополнительного налогообложения организаций, зарегистрированных в оффшорах. Для сохранения достигнутых результатов в дальнейшем необходимо всеобщими усилиями развивать международное взаимодействие и изучать лучшие практики борьбы с оффшорами.

Список использованной литературы

1. Офшоры — это вообще законно? — URL: https://meduza.io/cards/ofshory-eto-voobsche-zakonno.

2. Международная группа компаний. — URL: https://www.pfser.com/o-kompanii.

3. Uniwide Corporate Services Limited. — URL: https://ru.uniwide.biz.

4. Close to 40 % of multinational profits are shifted to tax havens each year. — URL: https://missingprofits.world.

5. Особые экономические зоны. — URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/regionalnoe_razvitie/instrumenty_razvitiya_territoriy/osobye_ekonomicheskie_zony.

6. Матусевич А.П. Россия и международный оффшорный бизнес: эволюция взаимопроникновения / А.П. Матусевич // Вопросы теории и практики. — 2014. — № 8. — 120–124 с.

7. Capital Flightfrom Russia Carries $750 Billion Price Tag. — URL: https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-03-12/capital-flight-from-russia-carries-750-billion-price-tag-chart.

8. Иванов А.В. Особенности использования офшорных зон с целью легализации преступно полученных денежных средств / А.В. Иванов. — DOI 10.29039/2409-6024-2020-8-1-36-40 // Russian Journal of Management. — 2020. — Т. 8, № 1. — С. 36–40.

9. Григорьева Ю.П. Деоффшоризация в системе внешнеэкономических интересов Российской Федерации : дис. … канд. экон. наук : 08.00.14 / Ю.П. Григорьева. — Москва, 2016. — 155 с.

10. Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ). — URL: https://cbr.ru/counteraction_m_ter/international/fatf/.

11. Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ). — URL: https://endnomer.ru/prognoz/proverka-fatf.html.

12. Деофшоризация российской экономики. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_314301/453bea2e28d32e268c294715242b592a1e413030.

Информация об авторах

Концевич Ксения Алексеевна — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ksyu-ost@mail.ru.

Королёва Ирина Борисовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: fine-1@yandex.ru.

Authors

Ksenia A. Kontsevich — Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ksyu-ost@mail.ru.

Irina B. Koroleva — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: fine-1@yandex.ru.

© Концевич К.А., Королёва И.Б., 2022

УДК 330.342.24

Е.А. Михайлова

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ НА УСКОРЕННОЕ РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В настоящее время современный человек постоянно использует цифровые технологии в своей повседневной жизни. Активное использование Интернета и современных технологий привело к внедрению цифровых технологий в экономику большинства стран мирового сообщества, к цифровизации самой экономики. Пандемия коронавируса, начавшаяся в 2020 г. и продолжающаяся до сих пор, негативно повлияла на экономику и социальный уклад каждой страны. В то же время она в разы ускорила внедрение цифровых технологий в различные отрасли экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика; цифровизация; пандемия; коронавирус; цифровые технологии; цифровые сервисы.

E.A. Mihaylova

INFLUENCE OF THE PANDEMIC ON THE ACCELERATED DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY

Currently, modern man constantly uses digital technologies in his daily life. The active use of the Internet and modern technologies has led to the introduction of digital technologies in the economies of most countries of the world community, to the digitalization of the economy itself. The coronavirus pandemic, which began in 2020 and continues to this day, negatively affected the economy and social structure of each country. At the same time, it significantly accelerated the introduction of digital technologies in various sectors of the economy.

Keyword: digital economy; digitalization; pandemic; coronavirus; digital technologies; digital services.

В современном мире смартфоны, планшеты, Интернет стали привычными атрибутами повседневной жизни. С каждым годом непрерывно увеличиваются и расширяются объемы информации, растет спрос на цифровые технологии. Уровень цифровизации в современном мире определяет конкурентоспособность не только отдельных компаний, но и стран. В России в 2018 г. была разработана «Программа развития цифровой экономики в Российской Федерации до 2035 года» [1], которая призвана повысить конкурентоспособность экономики страны. В ней определены цели и задачи внутренней и внешней политики в области применения и совершенствования цифровых технологий. В 2019 г. программа получила статус национального проекта и развитие цифровой экономики стало одним из приоритетных направлений развития России. Была поставлена задача формирования глобальной экосистемы, основанной на цифровой трансформации всех сфер деятельности. В 2019 г. никто не мог предположить, что в следующем

году мы познакомимся с вирусом Covid-19, что цифровые технологии придут на помощь человеку в борьбе с пандемией.

Изучить влияние пандемии на развитие цифровой экономики, проанализировать программу «Цифровая экономика» как приоритетное направление развития экономики страны.

Цифровая экономика — это новое социально-экономическое явление, развивающееся стремительными темпами. Формирование цифровой экономики страны — одно из приоритетных направлений развития общества. Цифровая трансформация общества предполагает полное преобразование социально-экономической системы, ее концепции и формы функционирования. В то же время цель цифровой трансформации выступает как следствие существующих потребностей общества и государства в цифровой экономике. Для эффективного развития цифровой экономики необходимо обеспечить сотрудничество государственных структур и компаний, работающих в области цифровых инноваций; создать условия для активного использования информационных технологий при автоматизации производственных процессов; способствовать профессиональной подготовке и переподготовке кадров, формированию необходимых цифровых компетенций у населения.

В начале 2020 г. почти половина населения земли оказались в вынужденной изоляции, до сих пор периодически вводятся ограничительные меры, призванные уменьшить распространение коронавируса в мире. Все это привело к значительному росту потребления цифровых услуг, ибо реальное осуществление карантинных ограничений оказалось невозможно без использования цифровых технологий. Именно использование Интернета и цифровых технологий позволяет продолжать активную деятельность, находясь в изоляции. При необходимости школьники и студенты продолжают учиться дистанционно, сотрудники компаний переходят на удаленную работу. Не все сразу получилось, были проблемы, связанные с большой загруженностью цифровых каналов связи, но жизнь не остановилась, общество научилось жить и работать в условиях пандемии, фактически цифровизация экономики и социальной сферы пошла с утроенной скоростью.

Появилось большое количество различных онлайн-услуг и онлайн-сервисов, в разы выросла торговля через Интернет. Большие выгоды от периода ограничений, связанных с коронавирусом, получила отрасль цифрового ретейла. Эксперты и раньше говорили, что самым большим потенциалом роста среди электронной торговли обладает продажа продуктов питания. Так, в октябре 2019 г. гендиректор «Яндекс.Маркета» Максим Гришаков говорил, что продажа продуктов питания станет основным драйвером роста E-commerce в мире в ближайшие пять лет: «Сегодня продукты питания люди еще стараются покупать в магазине. Им хочется понюхать и потрогать еду перед покупкой. Но качество доставки улучшается, поколения меняются, поэтому скоро это [покупки продуктов онлайн] будет в порядке вещей» [2]. Пандемия подтолкнула эту отрасль к развитию. Многие сети магазинов, такие как «Пятерочка», «Магнит», «Слата», «Абсолют», запустили свои сервисы доставки. Это позволило им не только увеличить объемы продаж, в первую очередь через Интернет, но и создать дополнительные рабочие места.

Цифровые сервисы стали активно использоваться в области здравоохранения. Были созданы консультационные центры, которые проводят консультации

больных через Интернет. Так, за 2020 г. специалисты Московского центра телемедицины «провели свыше 1 млн консультаций для помощи больным с коронавирусом, проходящим лечение на дому» [3]. В 2021 г. спрос на подобные консультации вырос в несколько раз, в региональных центрах по всей стране стали создаваться центры, в которых можно получить удаленную консультацию больным коронавирусной инфекцией, проходящим лечение на дому. В августе 2020 г. был утвержден федеральный проект «Искусственный интеллект», который предусматривает «создание базовых условий для внедрения технологий искусственного интеллекта в отрасли экономики, социальной сферы и госуправления» [4]. В настоящее время активно развиваются сервисы диагностики, «например, такие как «Третье мнение», позволяющие с помощью искусственного интеллекта провести анализ медицинских снимков и данных исследований и обратить внимание врача на те или иные особенности» [2]. Использование искусственного интеллекта в системах диагностики существенно расширяет возможности человека в борьбе не только с коронавирусом, но и с другими серьезными заболеваниями, например при лечении онкобольных.

За последние два года поменялся и подход к образованию. В апреле 2020 г. учащимся и преподавателям пришлось спешно осваивать используемые для онлайн-обучения программные продукты. И если вузы имели некоторый опыт работы с технологиями дистанционного обучения, то многие колледжи и школы столкнулись с этим впервые. К осени 2020 г. уже наблюдалась явная цифровизация образования, и теперь при необходимости временного перевода класса или учебной группы на онлайн-обучение трудности не возникают, к этому готовы цифровые сети и необходимый учебный материал. «Уже сейчас многие вузы и школы заявили, что будут активнее использовать возможности цифровых платформ. В частности, они надеются, что это поможет разгрузить аудитории, чтобы учащиеся могли соблюдать социальную дистанцию» [2]. Например, в конце 2020 г. в Иркутске запустили цифровой проект «Иркутская открытая школа» [5], реализованный на базе платформы Microsoft Teams. Фактически это платформа для дистанционного обучения, которая позволила объединить учителей и учеников, школу и родителей. Эта платформа позволила не только проводить занятия во время карантина, в настоящее время с ее помощью проводятся дополнительные консультации, занятия творческих кружков, родительские собрания, есть возможность проведения открытых уроков и мастер-классов, что позволяет обмениваться опытом учителям из различных школ, и не только Иркутской области.

Пандемия существенно усилила социальную функцию цифровизации, только благодаря цифровым технологиям появилась возможность при необходимости переводить часть работников на удаленный формат работы. Многие из тех, кто в период карантина работали дистанционно, освоили работу с новым программным обеспечением, а именно — работу в мессенджерах и видеоконференциях, а также правила и нормы поведения в интернет-среде, столкнулись с необходимостью обеспечения безопасности при обмене данными. За последнее время существенно вырос интерес к поисковым системам, появилось большое количество предложений по типу онлайн-уроки и онлайн-тренировки и т.д. По данным Всероссийского центра изучения общественного мнения, «за время пандемии

19 % опрошенных россиян прошли онлайн-курсы, 10 % получили дополнительное образование или освоили новую профессию» [6]. Во время самоизоляции социальные сети «пережили настоящий бум» [2], люди стали активно общаться с использованием различных интернет-приложений и видеочатов. После выхода из самоизоляции использование онлайн-платформ и загрузка цифровых каналов связи уменьшились не значительно, так как уже произошла цифровая трансформация знаний, население страны сделало огромный шаг вперед в использовании цифровых сервисов, прочувствовало их удобство и безопасность.

В России, особенно в Москве и других крупных городах, смартфоны активно используются для контроля распространения коронавирусной инфекции. «Приложение «Социальный мониторинг» должны были ставить на телефон те, кто имел положительный результат теста на коронавирус, но болел в легкой форме дома. Приложение следило за перемещениями людей и время от времени требовало сделать фото, подтверждающее, что человек не вышел на улицу» [2]. Для выявления больных, нарушивших изоляционный режим, также используются технологии распознавания лиц. Во многих населенных пунктах можно посетить торговые центры и развлекательные мероприятия только при предъявлении действующих QR-кодов.

Пандемия резко ускорила цифровую трансформацию государственного сектора России. Большинство государственных сервисов стали оказывать услуги в формате онлайн. Многие из этих сервисов доступны на Едином портале госуслуг. С помощью сервиса «Поступление в вуз онлайн» можно подать электронное заявление для поступления в вуз, отследить конкурсные списки, отправить согласие на зачисление. Фактически можно поступить в вуз на бюджетное место находясь в другом населенном пункте. С использованием «Социальной поддержки онлайн» можно узнать о возможных мерах социальной поддержки, что очень важно для инвалидов, пенсионеров, семей с маленькими детьми и других слоев населения. Запущен специальный сервис «Онлайн-помощь при инвалидности», с использованием которого можно удаленно оформить многие необходимые документы, вызвать на дом социального работника или волонтера. Для пенсионеров и людей предпенсионного возраста работает сервис «Пенсия онлайн», позволяющий оформить все документы удаленно, без посещения отделения пенсионного фонда. Сервис «Трудовые отношения онлайн» помогает при необходимости оформления пособия по безработице или при необходимости получения в электронном виде сведений о трудовой деятельности. В 2021 г. функциональность работающих сервисов существенно увеличилась, в начале года заработали сервисы «Цифровое исполнительное производство», «Оформление европротокола онлайн», «Мое здоровье онлайн», «Рождение ребенка». В течение года добавились сервисы «Правосудие онлайн», «Утрата близкого человека», «Уведомление и обжалование штрафов за нарушение ПДД онлайн», «Трудовая миграция онлайн» [7].

Позитивная динамика в развитии отрасли информационных технологий во время пандемии тесно связана с цифровизацией государственного сектора и мерами государственной поддержки. Фактически пандемия ускорила цифровую трансформацию экономики, усилила и изменила роль национальной программы

«Цифровая экономика». В рамках программы были приняты целый ряд законодательных актов, направленных на поддержку компаний, занимающихся разработкой и созданием новых информационных технологий. Например, был принят Федеральный закон «Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации» от 31.07.2020 г. № 258-ФЗ [8], больше известный как закон о «цифровых песочницах», который способствует ускоренной апробации новых цифровых решений. В июле 2020 г. был принят пакет мер для стимулирования развития отрасли информационных технологий. Для аккредитованных ИТ-компаний была снижена ставка налога на прибыль с 20 до 3 %, а тарифы страховых взносов — с 14 до 7,6 %. Компании были освобождены от уплаты НДС при предоставлении прав на использование программного обеспечения, включенного «в реестр российского программного обеспечения, на основании лицензионных договоров, и по модели SaaS» [9]. Была поставлена задача перед государственными компаниями и государственными органами до 2024 г. заменить используемое иностранное программное обеспечение на российские разработки.

Совместно с госкомпаниями-лидерами были запущены новые проекты. Например, по заказу ОАО «Российские железные дороги» Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики разрабатывает квантовую коммуникационную платформу связи, предназначенную для передачи конфиденциальной информации на большие расстояния. Основу платформы составляют магистральные квантовые каналы связи и квантовые ключи. Для апробации платформы в 2021 г. в качестве пилотного был выбран участок железной дороги Москва — Санкт-Петербург, первыми пользователями платформы являются — ОАО «РЖД», ПАО «Ростелеком», администрация г. Санкт-Петербург. В дальнейшем планируется создать квантовые сети на территории всей России. Потенциальными пользователями квантовой коммуникационной платформы являются государственные органы и компании, органы самоуправления, банки, транспортные компании, связь и т.д.

В 2021 г. был подготовлен новый пакет мер по поддержке компаний ИТ-отрасли. В новый пакет вошли «более 60 мер поддержки ИТ-отрасли. Над ними работали более 200 экспертов, которые представляют 150 ИТ-компаний» [9]. Предлагаемые меры обеспечат поддержку российским ИТ-компаниям, снижая их издержки, выравнивая международную конкуренцию, регулируя спрос на отечественные ИТ-разработки, стимулируя внедрение отечественных программного обеспечения и ИТ-комплексов. Новые меры поддержки позволят российским ИТ-компаниям создать еще больше новых разработок, которые помогут не только справиться с пандемией, но и дадут новый импульс цифровизации экономики.

Вопросы цифровизации экономики интересуют многих исследователей. Большинство из них отмечают, что пандемия коронавируса существенно ускорила этот процесс. В средствах массовой информации широко освещается использование средств новых цифровых технологий в борьбе с коронавирусной инфекцией. Учитывая то, что ограничительные меры в пандемию затронули в той или иной степени каждого человека, можно сделать вывод, что большинству населения пришлось научиться использовать цифровые технологии в своей повседневной жизни.

В качестве заключения можно сказать, что целенаправленная работа по улучшению условий взаимодействия в цифровой среде в России ведется постоянно и регулярно, национальная программа «Цифровая экономика» активно развивается, перестраивается под новые требования современной действительности. Курс, взятый на цифровую трансформацию экономики, является не только верным, но и очень своевременным. Можно сделать вывод, что сложившаяся в мире текущая ситуация с коронавирусом и пандемией послужила импульсом для активной цифровизации всех отраслей народного хозяйства не только в России, но и во всех странах мирового сообщества.

Список использованной литературы

1. Развитие цифровой экономики в России : программа до 2035 г. — URL: http://innclub.info/wp-content/uploads/2017/05/strategy.pdf.

2. Пивень О. Как цифровые технологии продолжают менять современный мир. — URL: https://snob.ru/entry/196939.

3. Столичный центр телемедицины оказал более 1 млн консультаций для Covid-пациентов. — URL: https://riamo.ru/article/486144/stolichnyj-tsentr-telemeditsiny-okazal-bolee-1-mln-konsultatsij-dlya-covid-patsientov.xl.

4. Харитонов Г. Пандемия ускорила цифровую трансформацию госуправления / Г. Харитонов ; Аналит. центр при Правительстве Российской Федерации. — URL: https://ac.gov.ru/comments/comment/26560.

5. Единую цифровую платформу запустили для всех школ Иркутска. — URL: https://news.mail.ru/society/45905606/?frommail=1&exp_id=902.

6. Пандемия ускоряет цифровую трансформацию территорий. — URL: https://plus.rbc.ru/news/5fccf4de7a8aa9d4e811b106.

7. Шесть новых суперсервисов запустят на госуслугах в 2021 году. — URL: https://www.irk.ru/news/20210412/new.

8. Об экспериментальных правовых режимах в сфере цифровых инноваций в Российской Федерации : федер. закон от 31.07.2020 г. № 258-ФЗ. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_358738.

9. Глава Минцифры сообщил о подписании второго пакета мер поддержки IT-отрасли. — URL: https://d-russia.ru/glava-mincifry-soobshhil-o-podpisanii-vtorogo-paketa-mer-podderzhki-it-otrasli.html.

Информация об авторе

Михайлова Елена Анатольевна — старший преподаватель, кафедра финансового и стратегического менеджмента, Иркутский государственный университет путей сообщения, г. Иркутск, e-mail: e_a_mihaylova@mail.ru.

Author

Elena A. Mihaylova — Senior Lecturer, Department of Financial and Strategic Management», Irkutsk State University of Railway Transport, Irkutsk, e-mail: e_a_mihaylova@mail.ru.

© Михайлова Е.А., 2022

УДК 339.138

Н.В. Полякова, В.В. Поляков, Е.Р. Белых

ПОИСК НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ ПРОМОУШН-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИТ-КОМПАНИИ, РАБОТАЮЩЕЙ С СУБЪЕКТАМИ МАЛОГО БИЗНЕСА

Обосновывается проблема развития деятельности ИТ-компании по продвижению на рынок субъектов малого бизнеса. Рассматриваются виды интернет-продвижения. Излагаются данные авторского маркетингового исследования, выполненного для конкретной компании с применением методов интернет-опроса конечных потребителей ИТ-продуктов и экспертного опроса. Обсуждаются результаты данного исследования. Делаются выводы относительно целесообразности использования отдельных видов интернет-продвижения, размещения рекламных материалов, разнообразия форм рекламирования и т.д. Представлены рекомендации по развитию промоушн-деятельности компании.

Ключевые слова: ИТ-компания; продвижение; интернет-продвижение; рекламная деятельность; малый бизнес; маркетинговое исследование.

N.V. Polyakova, V.V. Polyakov, E.R. Belykh

SEARCH FOR DIRECTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE PROMOTION ACTIVITIES OF AN IT COMPANY WORKING WITH SMALL BUSINESSES

The problem of the development of the activities of an IT company to promote small businesses to the market is substantiated. The types of online promotion are considered. The data of the author's marketing research carried out for a specific company using the methods of Internet survey of end consumers of IT products and an expert survey are presented. The results of this study are dis-cussed. Conclusions are made regarding the advisability of using certain types of online promotion, placement of advertising materials, a variety of forms of advertising, etc. Recommendations for the development of the company's promotion activities are presented.

Keywords: IT company; promotion; internet promotion; advertising; small business; marketing research.

В условиях современности и новых реалий постковидной жизни продвижение с помощью традиционных средств массовой информации (телевидение, радио, пресса) показывает меньшую результативность, оставаясь весьма затратным по цене. Все более привлекательным становится продвижение в интернет-среде. В последние годы в интернет-пространстве России появилось множество новых средств продвижения для разных продуктов. Для компании стала актуальной задача не «утонуть» в многообразии этих средств и научиться использовать самые необходимые и экономически выгодные. Поэтому исследование средств продвижения в интернет-среде является необходимым для маркетологов и рекламистов

компаний, работающих с широким кругом потребителей. Дополнительную сложность эта задача приобретает в случае работы ИТ-компании с субъектами малого бизнеса.

Потребители ИТ-продуктов категории «малый бизнес» традиционно считаются проблемными клиентами. Основные причины состоят в том, что в России владельцы и руководители малых предприятий, индивидуальные предприниматели чаще испытывают жесткий дефицит денежных средств для покупок инновационных продуктов. Одновременно они, как правило, обладают гораздо меньшими людскими и когнитивными ресурсами для поиска, оценки, выбора и подготовки к эксплуатации подходящего для своих нужд программного обеспечения, в силу малочисленности и недостаточного уровня информационной грамотности управленческого персонала [1, с. 57–60]. В связи с этим продвижение ИТ-продуктов на этот сектор рынка связано с дополнительными трудностями, и их преодоление актуально для любой ИТ-компании.

В настоящей статье проблемы развития промоушн-деятельности ИТ-компаний рассмотрены на примере ООО «1С-Форус». Предприятия — субъекты малого бизнеса составляют основную часть клиентов компании «1С-Форус». Компания работает с 1992 г., входит в десятку крупнейших дистрибьюторов России, является монополистом-дистрибьютором программного обеспечения на территории Сибири и Дальнего Востока, имеет 13 региональных представительств, в том числе в Монголии, имеет обширный ассортимент ИТ-продуктов, разработанных рядом ведущих вендоров России [2].

В настоящее время компания «1С-Форус» использует такие средства продвижения, как публикация рекламы в газетах и на уличных баннерах, а также вебинары. На наш взгляд, необходимо расширить рекламную деятельность за счет использования сети Интернет. В частности, продвижение компании и ИТ-продуктов в социальных сетях (Instagram, Facebook, VK, YouTube) позволит эффективнее информировать потребителей о компании и ее деятельности, воздействовать на восприятие, повышать узнаваемость бренда, формировать коммуникации с потенциальными клиентами и партнерскими компаниями, непосредственно продающими продукты потребителям [3, с. 125–126]. Однако выбор тех или иных средств интернет-продвижения требует обоснования. Маркетинговое исследование, выполненное нами, предоставило информацию для решения задачи выбора средств продвижения на рынок субъектов малого бизнеса, наиболее целесообразных для применения.

Цель: определить направления развития промоушн-деятельности компании «1С-Форус» в сети Интернет.

Задачи исследования:

1. Представить результаты авторского исследования проблем продвижения ИТ-продуктов компании.

2. Обсудить результаты опроса потребителей-субъектов малого бизнеса.

3. Рассмотреть результаты экспертного опроса.

4. Формулировать наиболее перспективные пути совершенствования интернет-продвижения для компании «1С-Форус».

В период с 20 мая по 20 июня 2021 г. нами выполнено маркетинговое исследование эффективности деятельности по продвижению компании «1С-Форус» и ее продуктов. Конечной целью исследования явился поиск наиболее актуальных для потребителей средств интернет-продвижения для совершенствования работы компании с сегментом малого бизнеса.

Тип исследования — описательный.

Использованы следующие методы получения информации:

1. Интернет-опрос потребителей ИТ-продуктов, реализуемых компанией «1С-Форус», а именно руководителей субъектов малого бизнеса. Опрос был призван выявить, какой вид медийной рекламы наиболее интересен потребителям, хотят ли они видеть интернет-рекламу компании 1С-Форус в рамках социальных сетей, какие социальные сети их привлекают больше, на какие темы и в каком формате им было бы полезно и удобно получать информацию от компании. Анкета включала 10 вопросов и была предложена респондентам из разных городов Сибири и Дальнего Востока — Иркутск, Шелехов, Хабаровск, Улан-Удэ, Тюмень, Новосибирск, Томск. Все респонденты в силу своих должностных обязанностей в той или иной степени занимаются определением потребности предприятия в ИТ-продуктах, рассмотрением вариантов последних и принятием решений о закупках, т.е. являются целевой аудиторией для продвижения продуктов и сервисов «1С-Форус».

2. Экспертный опрос. В качестве экспертов выступили 5 специалистов, работающих в сфере интернет-продвижения ИТ-продуктов от 6 до 19 лет и проживающих в г. Иркутске. Задачей опроса было получение специализированной информации об эффективности использования средств интернет-продвижения ИТ-продуктов для субъектов малого бизнеса Сибири и Дальнего Востока. Опрос проводился нами лично, включал как открытые вопросы, так и формализованную оценку средств продвижения ИТ-продуктов с применением методики «семантический дифференциал». При этом частично использовались положения методики В.М. Михайловой и Е.М. Шабаевой [4, с. 34].

Как уже показано авторами специальной литературы, к настоящему времени в России используются как традиционные средства продвижения продуктов в сети Интернет, так и инновационные. К традиционным средствам относят следующие [5, с. 115]:

1. Контекстная реклама.
2. Медийная интернет-реклама.
3. Интернет-сайт.
4. Реклама в почтовых рассылках (E-mail-маркетинг).
5. Виртуальная визитка.
6. Вирусная реклама.
7. «Продакт-плейсмент».
8. Всплывающие окна и «шпионское» программное обеспечение.
9. Рейтинги сайтов.
10. Партнерские программы.

К инновационным средствам продвижения относятся следующие, используемые с 2013 г. [6, с. 169]:

1. Реклама пазл puzzleadvertising.

2. Брендирование в динамике.
3. Поисковой ретаргетинг.
4. Реклама в блогах.

По материалам нашего исследования можно судить о том, какие именно разновидности Интернет-продвижения из всего разнообразия средств рациональнее использовать компании «1С-Форус» в работе с потребителями — субъектами малого бизнеса. Рассмотрим результаты опроса потребителей.

Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Какой вид медийной рекламы Вы считаете интересной и полезной?», % от числа ответивших

Ответы относительно привлекательности вида рекламы (рис. 1) показывают, что половина опрошенных считают наиболее интересным и полезным получать рекламную информацию об ИТ-продуктах в поисковых системах Яндекс, Google, Mail. На втором месте (45 % опрошенных) оказалась «реклама в социальных сетях» — Vkontakte, Одноклассники, Instagram, Facebook и др. «Реклама в тематических информационных ресурсах (например, на сайте 1С)» значительно уступает предыдущим разновидностям и находится на третьем месте (25 % ответивших), а на четвертом — «реклама в почтовых рассылках» (15 %). Остальные виды медийной рекламы оказались менее привлекательными.

Анализ полученной информации на вопрос «Укажите места размещения рекламы, на которую Вы обращаете больше всего внимания» с предложением вариантов ответов (рис. 2) показывает, что около половины опрошенных (45 %) указали на крупный баннер в шапке любого сайта. На втором месте по частоте указаний оказались два варианта: «Тематическая реклама в статье на каком-либо информационном ресурсе» и «Не обращаю внимания на рекламу вообще» (по 30 % респондентов). Третье место заняли такие варианты, как «Контекстная реклама» и «Почтовые рассылки» (по 25 %).

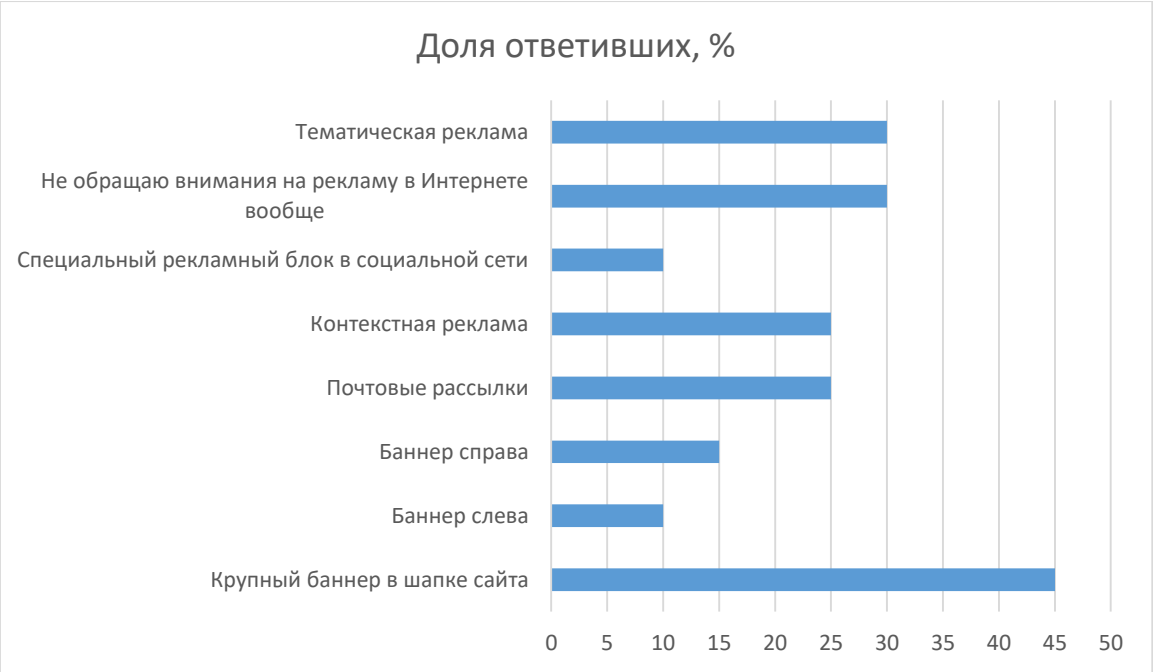


Рис. 2. Распределение ответов на вопрос «Укажите места размещения рекламы, на которую Вы обращаете больше всего внимания», % от числа ответивших

На вопрос анкеты: «Хотели бы Вы получать от компании 1С-Форус информацию о продуктах и сервисах 1С (различные предложения, лайфхаки, статьи, ролики в социальных сетях)?» — явное большинство респондентов ответили утвердительно (95 %). Следующий вопрос был призван выявить, в каком виде респондентам удобнее и интереснее получать рекламные сообщения от 1С-Форус. Ответы распределились следующим образом:

1. Лайфхаки — короткие посты в социальных сетях о том, как лучше использовать продукты и сервисы 1С (60 % респондентов).

2. Информация в рассылках по электронной почте (50 %).

3. Статьи с описанием характеристик продуктов и сервисов 1С на странице 1С-Форус в социальных сетях (35 %).

4. Новостные ролики в социальных сетях об изменениях, новшествах, новых продуктах и сервисах (35 %).

5. Информация, размещаемая на сайте 1С-Форус (18 %).

На вопрос анкеты: «В каких социальных сетях Вы бы хотели видеть информацию про продукты и сервисы 1С?» — респонденты чаще выбирали Instagram (60 %), YouTube (45 %) и ВКонтакте (25 %), другие социальные сети упомянули менее 5 %.

Опрос выявил также отношение потребителей ИТ-продуктов к вебинарам, проводимым компанией «1С-Форус». Более половины опрошенных (55 %) сообщили, что им были интересны вебинары. В то же время 35 % опрошенных сказали, что им не приходилось присутствовать на вебинарах. На открытый вопрос «Какие темы вебинаров Вас заинтересовали бы?» были получены ответы:

1. Информационная система 1С:ИТС.

2. 1С, ИТС.

3. Нововведения.

4. Технические решения, решения проблем, связанных с программными продуктами 1С.

5. 1С:Бизнес Сеть.

6. Анализ бизнес-процессов, ERP для продавцов, Документооборот.

Результаты опроса потребителей позволяют сделать следующие выводы:

1. Компании «1С-Форус» совершенно необходимо расширять применение средств Интернет-продвижения.

2. Рационально использовать одновременно несколько видов интернет-продвижения: в поисковых системах, социальных сетях, на сайте компании.

3. Следует использовать разнообразное размещение рекламных материалов: на баннере в шапке сайта, в статьях информационных ресурсов, контекстную рекламу и e-mail-рассылки.

4. Рекламные сообщение необходимо разрабатывать в разнообразных формах: лайфхаки, новостные ролики, статьи и др.

5. Вебинары, проводимые компанией, необходимо развивать.

Результаты экспертного опроса методом «семантического дифференциала» представлены в таблице.

Результаты исследования эффективности инструментов Интернет-продвижения ИТ-продуктов с помощью экспертов*

Положительные утверждения	Шкала					Отрицательные утверждения
	2	1	0	–1	–2	
Контекстная реклама побуждает к покупке	4	1	–	–	–	Контекстная реклама не побуждает к покупке
Баннерная реклама побуждает к покупке	2	2	1	–	–	Баннерная реклама не побуждает к покупке
Наличие интерактивного интернет-сайта побуждает к покупке	2	2	–	1	–	Наличие интерактивного интернет-сайта не побуждает к покупке
Реклама в почтовых рассылках побуждает к покупкам	–	1	1	2	1	Реклама в почтовых рассылках не побуждает к покупкам
Виртуальная визитка побуждает к покупке	–	1	–	1	3	Виртуальная визитка не побуждает к покупке
Тизерная реклама побуждает к покупке	–	1	1	1	2	Тизерная реклама не побуждает к покупке
Вирусная реклама побуждает к покупке	–	–	2	2	1	Вирусная реклама не побуждает к покупке
Продакт-плейсмент побуждает к покупке	2	2	1	–	–	Продакт-плейсмент не побуждает к покупке
Всплывающие окна побуждают к покупке	–	–	1	1	3	Всплывающие окна не побуждают к покупке
Реклама «пазл» побуждает к покупке	2	2	–	1	–	Реклама пазл не побуждает к покупке
Брендирование в динамике побуждает к покупке	2	1	1	1	–	Брендирование в динамике не побуждает к покупке

О. Кузнецову [15], О. Бондарскую [16], А. Антонюк, Г. Эрлих [17], В. Удалова, А. Колобова [18], С. Растворцева [19], В. Буракова6 [20] и др.

Экономика России обладает довольно высокой степенью неравномерности развития и явным разделением территорий на «центр» и «периферию», как на уровне страны в целом, так и на региональном уровне. При этом ускоряющееся проникновение цифровых информационных технологий практически во все области жизнедеятельности обеспечивают выравнивание доступа населения к информационным благам, но не приводит к сокращению разнице в уровне жизни между территориями.

Важность поиска путей преодоления подобного неравенства в нашем государстве и выявления его причин обуславливает актуальность темы настоящей статьи.

Целью исследования является определение факторов концентрации производства в экономике, порождаемых ее цифровизацией.

К задачам исследования можно отнести:

1. Выделение «центростремительных» и «центробежных» сил, анализируемых авторами существующих исследований.

2. Определение факторов концентрации, связанных с изменениями в производстве, вызванных внедрением цифровых информационных технологий.

3. Анализ изменения в уровне концентрации производства, на примере финансовой деятельности в России.

В статье использованы такие методы научного исследования, как обзор литературы, систематизация подходов, описанных в использованных публикациях и их критический анализ. Кроме того, для проверки гипотезы об усилении концентрации производства под влиянием внедрения цифровых коммуникационных технологий был проведен анализ численности занятых в финансовой деятельности в региональном разрезе и, с помощью Индекса Херфиндаля — Хиршмана (HH)[1], Индекса концентрации Кругмана (KDI)[2] и Индекса концентрации (Crn)[3] определена динамика изменения уровня концентрации в данной сфере в России.

Рассмотрим, чем качественно экономика периферии отличается от хозяйственной деятельности в центре. В целом, в литературе, выделяются следующие существенные черты периферии:

1. Основой экономики являются сферы производства, имеющие отрицательный эффект отдачи от масштаба и, зачастую, связанные с эксплуатацией местных природных ресурсов. Производство, обладающее положительной отдачей от масштаба и высоким уровнем информационноемкости продукции, как правило, стремится в центр.

2. Низкая доля затрат на НИОКР. Концентрация на ресурсоемком производстве и преобладание высокотехнологичной продукции «центра» на внутреннем рынке «периферии» приводит к тому что уровень спроса на результаты научной

[1] С помощью данного индекса определяется уровень концентрации рынка на основе рыночных долей фирм, но и для наших целей он применим.

[2] Этот показатель измеряет относительный уровень концентрации. Он показывает, насколько велик уровень специализации регионов на рассматриваемом виде деятельности.

[3] Данный индекс показывает, какую часть рынка занимают его n крупнейших участников.

деятельности и, соответственно, уровень инновационной активности является относительно низким.

3. Низкая доля затрат на развитие человеческого капитала. Высокий уровень конкурентоспособности компаний из «центра» во многом обусловлен эффективной системой производства знаний и их обмена, а также способностью превратить их в инновации. Предприятия же периферии, чья конкурентоспособность основана на доступе к ресурсам и монопольной власти, имеют гораздо меньшую мотивацию к инвестициям в образование.

4. Низкий уровень вовлеченности в формирование ведущего технологического уклада. Развитие нового технологического уклада начинается в «центре» и затем распространяется на периферию. Периферии же остается только приходится принимать новые технологии и адаптировать своей производство (и потребление) к новым «веяниям».

В ходе анализа исследований (в первую очередь классических работ П. Кругмана, и Д. Джекобс), посвященных проблеме концентрации производства, были выявлены основные «центростремительные» факторы.

В модели Кругмана и трудах его коллег стремление капитала и рабочей силы к концентрации в центре является функцией от транспортных расходов, реальной заработной платы людей, занятых в промышленных отраслях и уровня конкуренции на территории «центрального» населенного пункта. При этом в качестве главного преимущества центра для предпринимателей, ими рассматривался эффект кластеризации, т.е. повышение эффективности функционирования предприятий, связанных между собой отношениями «поставщик-покупатель», либо принадлежащих к одной отрасли. Рост эффективности в первую очередь, связан со снижением трансакционных издержек, включая транспортные1. Фактором, привлекающим в центр население, по их мнению, является более высокий уровень доходов относительно периферии. Высокая реальная в центре заработная плата обусловлена высоким спросом на рабочую силу и относительно низкими ценами на товары услуги, что вызвано более эффективным производством и сильной конкуренцией.

Д. Джекобс и другие исследователи процессов увеличения городского населения в качестве «центростремительного» фактора рассматривали эффект урбанизации, проявляющийся в выигрыше от концентрации на одной территории организаций вообще, безотносительно, существует ли между ними тематическая близость (джекобианский эффект). Источником данного эффекта является экономия на использовании общих ресурсов.

Существование производства и наличие населения на периферийных территориях является возможным за счет «центробежных сил», среди которых исследователи выделяют:

1. Низкий уровень конкурентной борьбы на местных рынках, что делает их привлекательными для некоторых предпринимателей.

2. Относительная низкая цена на объекты недвижимости на периферии.

[1] Многие авторы, в частности А. Маршалл, отмечают, что важнейшим источником роста эффективности производства при его концентрации является появление возможности обмена «явными» и «неявными» знаниями.

3. Перегруженность транспортных коммуникаций и нарастание экологических проблем в центре.

4. Высокие издержки транспортировки дефицитных ценных ресурсов, расположенных в периферии, что вынуждает промышленное производство размещаться рядом с их источником.

5. Влияние цифровизации на эти факторы.

Ключевым фактором, определяющим интенсивность движения капитала, трудовых ресурсов и товаров между центром и периферией, является уровень коммуникационных издержек. Исследования, проведенные в странах Западной Европы и США на основании эмпирических данных второй половины XX в., показали, что пока издержки высоки, процесс концентрации производства в центре идет относительно медленно (Combes, Lafourcade, Thisse, Toutain). Когда издержки начинают снижаться (например, за счет развития средств связи и транспортных путей) в течении некоторого периода процесс концентрации ускоряется, но затем начинает замеляться, а потом и вовсе прекращается. Причиной этого является снижение потребности людей и бизнеса к перемещению в центр, поскольку издержки доступа к его товарам и услугам, рынку сбыта, а также к рабочим местам и технологиям становятся незначительными.

Одной из главных тенденций XXI в., являются кардинальные изменения в экономике и других сферах человеческой деятельности, вызванные массовым внедрением цифровых коммуникационных технологий. Данные технологии позволяют резко снизить издержки взаимодействия и, в некоторых случаях, сделать из практически нулевыми. Если следовать вышеуказанной логике, то подобное падение коммуникационных издержек должно снизить разницу в эффективности производства и уровне доходов между территориями и, соответственно, уменьшить тенденцию производства к концентрации.

Действительно, такие новые формы реализации человеческого капитала, как удаленная занятость, цифровой фриланс, предпринимательство, основанное на продаже информационных товаров через цифровые платформы, снижают зависимость людей от их географического местоположения. Этому способствует снижение стоимости удаленного доступа к информации и образовательным услугам, что позволяет решить проблему информационного неравенства.

Развитие электронной коммерции привело к появлению цифровых платформ и инфраструктуры, позволяющей вовлечь жителей периферии в предпринимательскую деятельность и дать им возможность приобретать продукцию по относительно низким ценам. Кроме того, доступ к финансовым услугам, а также к государственным сервисам также все меньше зависит от местоположения его получателя.

В ходе исследования мы провели анализ изменения концентрации производства на примере финансовой деятельности. Данный вид деловой активности был выбран из-за высокого уровня его информационноемкости, что делает уровень чувствительности издержек в данной сфере к цифровизации весьма существенным. Для количественной оценки уровня концентрации были использованы индексы HH, KDI и Crn1, рассчитанные на основе данных о количестве занятых в

[1] Индексы вкратце описаны выше, в разделе «Методы исследования».

финансовой деятельности в регионах России. Их значения за период с 2011 по 2020 г. приведены в таблице.

Динамика индексов концентрации, рассчитанных для России в целом*

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Изменение, %
HHI	0,091	0,091	0,091	0,093	0,093	0,103	0,099	0,108	0,112	0,120	32
Cr3	0,364	0,366	0,367	0,369	0,370	0,389	0,383	0,400	0,410	0,420	15
KDI	0,387	0,380	0,383	0,386	0,386	0,419	0,400	0,435	0,450	0,470	21

* Расчет выполнен по данным ЕМИСС[1].

Из данных, указанных в таблице, видно, что, несмотря на резкое сокращение коммуникационных издержек в этой сфере, процесс концентрации производства не прекращается. Причем изменения в индексе KDI показывают, что наблюдается не только рост занятых в финансовой деятельности в «центральных» регионах, но и усиление их специализации на столь информационноемком производстве.

Мы считаем, что развитие цифровой экономики не приводит к нивелированию разницы между центром и периферией, а, напротив, таит в себе угрозу увеличения разрыва в экономическом развитии между ними. Этому способствуют следующие факторы:

1. Углубление процессов разделения труда вызывает все большее отделение информационного производства от материального. При этом центр, обладая сравнительным преимуществом в производстве информации и наукоемкой продукции начинает все больше специализироваться на первом, а периферия — на втором.

2. Производственные активы теряют свою специфичность из-за процессов стандартизации и распространения сетевого монополизма. В результате разработка ключевых технологических стандартов взаимодействия производится в центре, а периферия становится лишь их получателем. Например, компания 1С, фактически став стандартом в области автоматизации бухгалтерского учета, сделало почти бессмысленным создание подобных продуктов на периферии.

3. Снижение трансакционных издержек взаимодействия между производителем и потребителем снижает потребность первого находиться близко к рынку сбыта, что позволяет ему оставаться в центре.

4. Появление возможности управления производством на расстоянии. Развитие цифровых технологий и увеличение информационноемкости товаров привело к снижению роли географического фактора в коммуникационных процессах. Поэтому физическое расстояние между управляющей системой и местом создания продукции все меньше влияет на эффективность производства даже для материальных благ. Это означает, что управленческая подсистема организации будет стремиться к нахождению на территории богатой интеллектуальным человеческим капиталом и хорошими условиями для работы и проживания.

[1] URL: https://www.fedstat.ru.

5. Стремление фирм к гибким сетевым организационным структурам. Проникновение информационных технологий в бизнес приводит к ускорению взаимодействий между его субъектами и к ускорению изменений во внешней среде фирмы. В такой ситуации фирмы стремятся не «замораживать» свои активы в основных фондах и других материальных активах, а получать необходимые товары и услуги через временную сеть рыночных горизонтальных отношений с другими компаниями. В результате инновационная деятельность таких фирм, а также работа по созданию платформ для их взаимодействия осуществляется в центре, а рутинная часть цепочек создания стоимости остается на периферии.

Согласно «классическим» центр-периферийным теориям, производство, в особенности наиболее передовые его представители, стремится к концентрации в центре, что, с одной стороны негативно сказывается на экономике периферии, но с другой — ускоряет процессы создания новых знаний и распространения инноваций.

В статье показано, что развитие цифровой экономики не останавливает процессы концентрации производства и количественный анализ изменений занятости в финансовой деятельности в России подтверждает это.

По мнению автора, усилению концентрации, в условиях цифровизации экономики, способствуют следующие факторы: отделение информационного производства от материального, сетевой монополизм крупных компаний, снижение потребности производителя находится близко к рынку сбыта, появление возможности управления производством на расстоянии, стремление фирм к сетевой структуре.

Список использованной литературы

1. Тюнен И. Изолированное государство / И. Тюнен. — Москва : Экономическая жизнь, 1926.

2. Маршалл А. Принципы экономической науки / А. Маршалл. — Москва : Прогресс, 1993.

3. Перру Ф. Экономическое пространство: теория и приложения / Ф. Перру // Пространственная экономика. — 2007. — № 2. — С. 92–126.

4. Friedmann J. Regional Development Policy: A Case Study of Venezuela / J. Friedmann. — MIT Press, 1966.

5. Krugman P. Increasing returns and economic geography / P. Krugman // Journal of Political Economy. — 1991. — Vol. 99. — Pp. 483–499.

6. Venables A.J. Equilibrium Locations of Vertically Linked Industries / A.J. Venables // International Economic Review. — 1996. — Vol. 37 (2). — Pp. 341–359.

7. Fujita M. Structural stability and evolution of urban systems / M. Fujita, T. Mori // Regional Science and Urban Economics. — 1966. — Vol. 27. — Pp. 399–442.

8. Jacobs J. The economy of cities / J. Jacobs. — New York, Random House, 1969.

9. Райнерт Э. Как богатые страны стали богатыми, и почему бедные страны остаются бедными / Э. Райнерт. — Москва : ГУ ВШЭ, 2011.

10. Combes P.P. The Rise and Fall of Spatial Inequalities in France: A Long-RunPerspective / P.P. Combes, M. Lafourcade, J.F. Thisse, J.C. Toutain // Explorations in Economic History. — 2011. — Vol. 48. — Pp. 243–271.

11. Чупров С.В. Нелинейная эволюция и устойчивый рост региональной промышленности (к пятилетнему планированию экономического развития Иркутской области) / С.В. Чупров. — DOI 10.17150/25002759.2020.30(4).507-515 // Известия Байкальского государственного университета. — 2020. — Т. 30, № 4. — С. 507–515.

12. Самаруха В.И. Кластерная форма организации сельскохозяйственного производства в регионе: возможности и перспективы развития / В.И. Самаруха // Сибирская финансовая школа. — 2015. — № 5 (112). — С. 14–19.

13. Лексин В.Н. Общероссийские реформы и территориальное развитие / В.Н. Лексин, А.Н. Швецов // Российский экономический журнал. — 1999. — № 4. — С. 54–66.

14. Пилясов А.Н. Сообщества северной периферии на этапе постиндустриальной трансформации / А.Н. Пилясов // Инновационное развитие экономики. — 2007. — № 7. — С. 32–54.

15. Кузнецова О.В. Концентрация экономической активности в Москве и Санкт Петербурге: масштабы, факторы, последствия для городов / О.В. Кузнецова. — DOI 10.15838/ptd.2018.5.97.2 // Проблемы развития территории. — 2018. — № 5. — С. 26–40.

16. Бондарская О.В. Институциональные факторы совершенствования инструментария социально-экономического развития малых городов / О.В. Бондарская // Социально-экономические явления и процессы. — 2013. — № 10. — С. 21–28.

17. Антонюк В.С. Инфраструктурная обеспеченность как фактор экономического развития региона / В.С. Антонюк, Г.В. Эрлих // Вестник Тюменского государственного университета. — 2014. — № 11. — С. 116–125.

18. Удалов В.С. Система «центр-периферия» в современном политическом процессе / В.С. Удалов, А.О. Колобов // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. — 2011. — № 2. — С. 297–301.

19. Растворцева С.Н. Экономическая активность регионов России / С.Н. Растворцева. — DOI 10.15838/esc/2018.1.55.6 // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2018. — Т. 11, № 1. — С. 84–99.

20. Бураков В.И. Теоретические аспекты развития логистических технологий в промышленности России и за рубежом / В.И. Бураков. — DOI 10.17150/2411-6262.2019.10(1).5 // Baikal Research Journal. — 2019. — Т. 10, № 1.

Информация об авторе

Тагаров Бато Жаргалович — кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой государственного управления и управления человеческими ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: TagarovBG@bgu.ru.

Author

Bato J. Tagarov — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Public Administration and Human Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: TagarovBG@bgu.ru.

© Тагаров Б.Ж., 2022

УДК 338

А.Б. Тесля, А.А. Иващенко

РАЗВИТИЕ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЕГИОНОВ

В настоящее время малый бизнес является неотъемлемой частью бизнес-процессов, происходящих в регионах Российской Федерации. Учитывая переход экономики на цифровой уровень, малый бизнес вынужден цифровизировать бизнес-процессы для обеспечения выживаемости. Ввиду высокой чувствительности малого бизнеса к волатильности внешней среды возникает необходимость к измерению степени ее лояльности, в том числе при помощи мониторинга уровня цифровизации регионов. В работе проведена оценка уровня цифровизации внешней среды Иркутской области на основе расчета интегрального показателя с использованием метода нечетких множеств. Среди экзогенных переменных выделены показатели, характеризующие внешние условия функционирования малых предприятий, показатели использования внешних условий малыми предприятиями и показатели совокупного человеческого потенциала внутри региона. Определены направления дальнейших исследований.

Ключевые слова: малый бизнес; нечеткая логика; внешняя среда; цифровая трансформация; цифровая экономика.

A.B. Teslya, A.A. Ivashchenko

THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS UNDER THE CONDITIONS OF DIGITALIZATION

The small medium enterprises are considered as inevitable part of business processes taking place in different regions of The Russian Federation. Considering the transition of economy to the digital level SMEs have to digitalize their processes to survive un-der the competitive climate. Due to high sensibility of SMEs to volatility of an external environment a need to evaluate its loyalty arises which also includes keeping track of regions' digitalization level. The work provides the evaluation of digitalization lev-el of external environment for Irkutsk region based on the integral indicator with the appliance of fuzzy sets method. Endogenous variables consist of such indicators as SMEs' external environment, usage of external conditions by SMEs and intraregional human potential. The directions for further researches were determined.

Keywords: small medium enterprises; fuzzy logic; external environment; digital transformation; digital economy.

Важнейшая роль малых предприятий в Российской Федерации может быть определена на различных уровнях, включая внешнюю среду, формируемую, в том числе, и экономическими процессами, происходящими как во всем мире, так и в пределах стран и отдельно взятых регионов с их спецификой и особенностями [1]. Значение малых предприятий для национальных и региональных экономик делает

актуальной проблему поиска условий, факторов, особенностей функционирования малых предприятий в условиях перехода к цифровой экономике, что подтверждается большим количеством исследований, как отечественных [2; 3], так и зарубежных авторов [4; 5].

Не подвергая сомнению влияние уровня развития цифровой инфраструктуры региона на возможности развития малого бизнеса [6], отметим необходимость поиска новых форм взаимодействия малых предприятий с внешними стейкхолдерами [7]. Процессы цифровизации региональных экономик, с одной стороны предоставляя новые возможности для развития малому бизнесу, с другой стороны ужесточают конкуренцию и требуют быстрой адаптации предприятия к происходящим изменениям. Ограниченность финансовых, кадровых, материальных ресурсов создает дополнительные проблемы для цифровой трансформации предприятий малого бизнеса, препятствуя их встраиванию в цифровую экономику. При этом, учитывая влияние малых предприятий на инвестиционный и инновационный потенциал региона [8] утверждать, что цифровая трансформация малых предприятий повысит их конкурентоспособность [9], а в итоге повысит и инвестиционную привлекательность региона. Проблемы формирования дружелюбной цифровой среды в регионах является поднимается в работах российских исследователей [10; 11]. Отметим, что благодаря гибкости и высокой скорости принятия решений в малых предприятиях, интеграция цифровых технологий является высокоперспективной моделью развития, располагающей к открытию новых возможностей [12]. Рассматривая способы поддержки предприятий малого бизнеса, доступных региональным органам власти, можно говорить об отдаче от инвестиций в развитие цифровой инфраструктуры региона в долгосрочной перспективе.

Актуальность данного исследования обуславливается необходимостью цифровой трансформации предприятий малого бизнеса, что требует цифровизации процессов, происходящих как во внутренней, так и во внешней среде. Вследствие этого появляется необходимость в идентификации степени лояльности внешней среды к организациям в целом и предприятиям, функционирующим в секторе малого бизнеса, в частности.

Авторами исследования определена цель, заключающаяся в идентификации степени лояльности внешней среды к малым предприятиям, функционирующим в пределах отдельно взятых регионов. Задачи, которые необходимо решить для достижения поставленной цели, выглядят следующим образом:

Выбор регионов, в рамках которых будет производиться апробация результатов.

Определение метода оценки степени лояльности внешней среды.

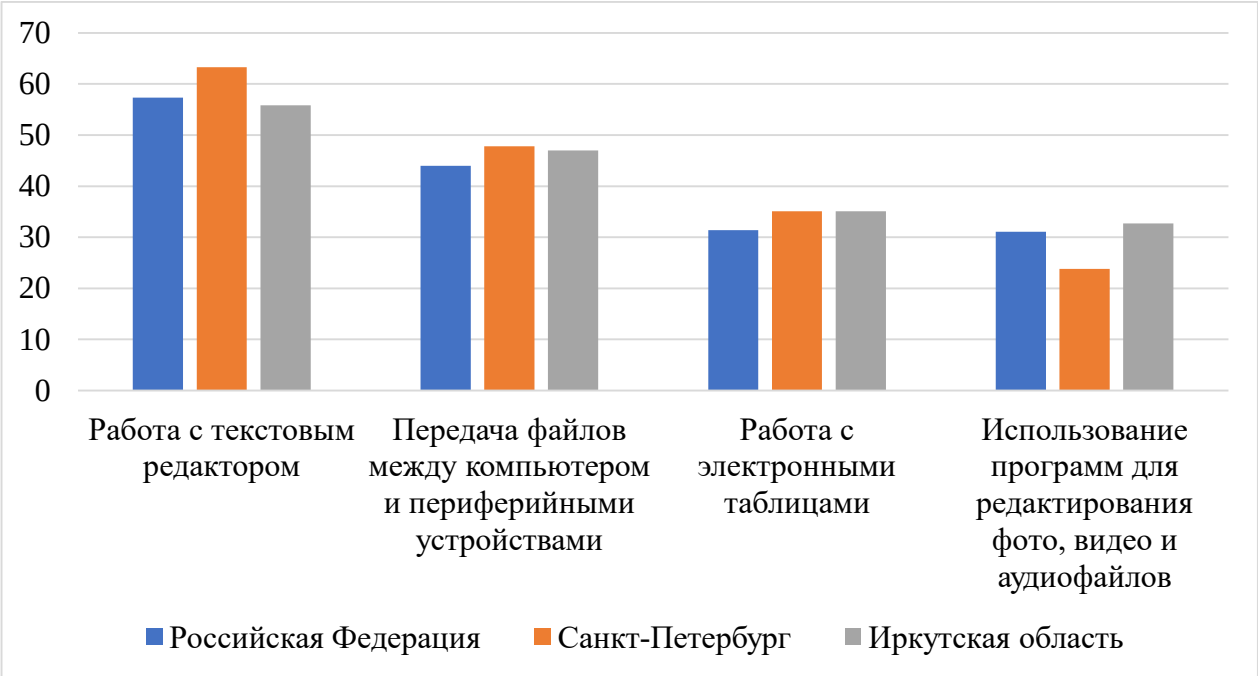
Расчет показателей при помощи выбранного метода, вычислением которых может быть идентифицирована степень лояльности внешней среды к малым предприятиям, функционирующим в пределах Иркутской области.

Использование интегрального показателя для оценки уровня цифровизации экономики региона, а также логика выбора показателей для оценки уровня цифровизации изложена авторами в [13].

Метод определения интегрального показателя оценки уровня цифровизации регионов с использованием нечеткой логики подробно описан в [14] и использован в настоящем исследовании. Метод подразумевает комплексное вычисление индикатора, включающего в себя экзогенные и эндогенные переменные. Среди экзогенных переменных мы выделим показатели, характеризующие внешние условия функционирования малых предприятий, показатели использования внешних условий малыми предприятиями и показатели совокупного человеческого потенциала внутри региона.

Вычисление интегрального индикатора становится возможным благодаря наличию статистических баз данных, упорядоченная совокупность которых позволяет производить расчеты и делать выводы об уровне развития цифровой инфраструктуры стран и регионов.

Отметим, что при расчете интегрального показателя также используется метод нечетких множеств. Американский математик Лотфи Заде предложил этот метод в качестве выхода из ситуации, в которой необходимо решить проблему неосуществимости выбора критериев для произведения вычислений ввиду абстрактности показателя, для которого производятся эти вычисления [15]. Под нечетким множеством понимается состав элементов произвольного вида возникновения, относительно которого нельзя в полной мере судить о принадлежности того или иного элемента рассматриваемой совокупности определенному множеству. В данном случае метод нечеткой логики используется для определения одной из эндогенных переменных, характеризующей уровень способности населения к переобучению. Одним из подфакторов, входящих в данный показатель, является уровень цифровых навыков населения. Значения цифровых навыков населения Иркутской области, Санкт-Петербурга и Российской Федерации продемонстрированы на рисунке.



Цифровые навыки населения по Российской Федерации, Иркутской области и Санкт-Петербургу

Помимо статистических методов и метода нечеткой логики, в исследовании также применены стандартные методы анализа и синтеза, табличный метод обработки информации, линейное масштабирование, научной абстракции, аналогии и обобщения, графический метод предоставления информации.

Результатом настоящего исследования можно считать рассчитанный уровень цифровизации Иркутской области, который сопоставим с ранее рассчитанными показателями для Санкт-Петербурга и Ленинградской области (табл.).

Уровень цифровизации Санкт-Петербурга и Иркутской области

Показатель	Санкт-Петербург		Иркутская область	
	2018	2019	2018	2019
1. Внешние условия функционирования малых предприятий	0,51	0,50	0,36	0,36
2. Использование внешних условий малыми предприятиями	0,83	0,80	0,74	0,74
3. Совокупный человеческий потенциал внутри региона	0,77	0,77	0,69	0,69
Уровень цифровизации региона	0,70	0,69	0,59	0,59

В таблице приведены экзогенные факторы, совокупность которых позволила определить итоговые значения. Данные взяты за 2018 и 2019 гг. по причине наличия наиболее полной информации в статистических базах, которая необходима для вычисления эндогенных переменных.

Видно, что уровень цифровизации Иркутской области в 2019 г. относительно 2018 г. не изменился. Это объясняется крайне малыми изменениями эндогенных факторов на 0,01–0,02 пункта как в большую, так и в меньшую сторону, в зависимости от конкретного эндогенного фактора.

Отметим, что внешние условия, созданные для цифровизации малого бизнеса, можно охарактеризовать как недостаточные. При этом можно говорить о том, что организации в достаточно высокой степени используют созданные для них внешние условия цифровизации. Показатель, определяющий совокупный человеческий потенциал Иркутской области, также выше среднего, но при этом его нельзя назвать высоким.

В настоящей статье, целью которой являлась идентификация степени лояльности внешней среды к малым предприятиям в отдельно взятых регионах, были представлены результаты расчетов уровня цифровизации Иркутской области.

Апробация на примере вышеназванного региона позволяет сделать вывод о готовности организаций использовать возможности цифровизации, предоставленные внешними условиями, но в то же время сами внешние условия не представляют в полной мере достаточных возможностей для реализации цифрового потенциала малых предприятий. Низкие значения таких показателей, как развитие цифровой инфраструктуры и нормативного регулирования, говорят о необходимости увеличения уровня информационной безопасности в использовании новых технологий, увеличения уровня объема инвестиций в цифровизацию и воспитанию новых кадров, компетентных в сфере информационно-коммуникационных технологий.

Для более полной интерпретации данных целесообразно провести анализ динамики показателей, характеризующих уровень развития малого бизнес в регионах на более длинном периоде. Последующие научные исследования в данной области могут быть посвящены более глубокой проработке проблемы лояльности внешней среды путем выявления причин и барьеров, препятствующих цифровизации малого предпринимательства.

Список использованной литературы

1. Коаччи Ф. Сопоставительный анализ итальянских и российских мер поддержки цифровизации малого и среднего предпринимательства / Ф. Коаччи, Д. Лепоре, Е.О. Шебалина // Вопросы управления. — 2021. — № 2. — С. 61–77.

2. Кошелева Т.Н. Особенности развития малых и средних предпринимательских структур в процессе становления цифровой экономики в сложных экономических условиях / Т.Н. Кошелева, Т.А. Сорвина // Петербургский экономический журнал. — 2020. — № 2.

3. Авдеева Е.А. Исследование факторов успешного развития предпринимательства за рубежом в условиях цифровой среды / Е.А. Авдеева // Цифровая и отраслевая экономика. — 2020. — № 1. — С. 87–90.

4. Akpan I.J. Small businessawarenessandadoptionofstate-of-the-arttechnologiesinemerginganddevelopingmarkets, and lessons from the COVID-19 pandemic / I.J. Akpan, E.A.P. Udoh, B. Adebisi // Journal of Small Business &Entrepreneurship. — 2020. — С. 1–18.

5. Jiang X. Digital economy in the post-pandemicera / X. Jiang // Journal of Chinese Economic and Business Studies. — 2020. — Vol. 18, № 4. — С. 333–339.

6. Хайруллина А.Р. Цифровая инфраструктура как среда принятия управленческих решений в малом и среднем предпринимательстве / А.Р. Хайруллина // Экономика, предпринимательство и право. — 2021. — Vol. 11, № 5. — С. 1151–1166.

7. Гилева Т.А. Модели кооперационных взаимодействий в цифровой среде / Т.А. Гилева // Стратегии развития предпринимательства в современных условиях. — 2020. — С. 84.

8. Капустина И.В. Инструменты институционального регулирования процессов развития экономики : коллективная монография / И.В. Капустина, Э.А. Назарова // Национальный открытый институт г. Санкт-Петербург. — Санкт-Петербург : Национальный информационный канал, 2019. — С. 35–55.

9. Волкова Н.Н. Взаимосвязь уровня развития цифровой среды и производительности труда / Н.Н. Волкова, Э.И. Романюк // Проблемы развития территории. — 2020. — № 4 (108).

10. Мехдиева С.Э. Проблемы формирования цифровой среды в регионах / С.Э. Мехдиева // Цифровое пространство: экономика, управление, социум. — 2020. — С. 217–221.

11. Тогонохов К.Х. Роль цифровой экономики в развитии малого и среднего предпринимательства: перспективы и проблемы / К.Х. Тогонохов // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. — 2020. — № 3. — С. 132–138.

12. Мальгина И. Поддержка цифровизации малого и среднего предпринимательства / И. Мальгина // Наука и инновации. — 2021. — № 2 (216). — С. 52–55.

13. Козлов А.В. Формирование системы индикаторов для мониторинга процессов цифровизации национальной экономики / А.В. Козлов, А.Б. Тесля, А.А. Иващенко // Известия высших учебных заведений. Сер.: Экономика, финансы и управление производством. — 2021. — № 1 (47). — С. 97–107.

14. Козлов А.В. Оценка уровня цифровизации регионов с применением нечеткой логики / А.В. Козлов, А.Б. Тесля, А.А. Иващенко // Управление устойчивым развитием. — 2021. — № 4 (35). — С. 21–31.

15. Zadeh L.A. Fuzzy Sets / L.A. Zadeh // Information and Control. — 1965. — Vol. 8, iss. 3. — P. 338–353.

Информация об авторах

Тесля Анна Борисовна — кандидат экономических наук, доцент, Высшая школа производственного менеджмента, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, e-mail: anntes@list.ru.

Иващенко Артем Александрович — ассистент, Высшая школа производственного менеджмента, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, e-mail: IvashchenkoArtyom@yandex.ru.

Authors

Anna B. Teslya — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Higher School of Production Management, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, e-mail: anntes@list.ru.

Artem A. Ivashchenko — Assistant, Higher School of Production Management, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, e-mail: IvashchenkoArtyom@yandex.ru.

© Тесля А.Б., Иващенко А.А., 2022

УДК 346.7

Н.М. Шипунова, А.В. Юсупова

ВНЕДРЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ВАЛЮТЫ: РЕАКЦИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Рассматриваются вопросы законодательного регулирования понятия цифровой валюты, интереса малого и среднего предпринимательства к данному институту и возможности его включения в их деятельность. Выявляются преимущества и недостатки, возникающие при использовании предпринимателями в своей деятельности криптовалютных платежей. Рассматриваются вопрос внедрения цифрового рубля и перспективы его развития, тенденции приравнивания майнинга к предпринимательской деятельности в Российской Федерации.

Ключевые слова: цифровая валюта (криптовалюта); малое и среднее предпринимательство; предпринимательская деятельность; майнинг; криптовалютные платежи.

N.M. Shipunova, A.V. Yusupova

INTRODUCTION OF DIGITAL CURRENCY: THE REACTION OF SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES

The article views issues of legislative regulation of the concept of digital currency, the interest of small and medium-sized businesses in it and the possibility of its inclusion in their business. The reveals advantages and disadvantages of using cryptocurrency payments by entrepreneurs in their activities. The issue of the introduction of the digital ruble and the prospects for its development and the trends of equating mining with entrepreneurial activity in the Russian Federation are considered.

Keywords: digital currency (cryptocurrency); small and medium-sized businesses; entrepreneurial activity; mining; cryptocurrency payments.

На сегодняшний день институт цифровой валюты является одним из самых обсуждаемых вопросов по всему миру. В частности, в России законодательное регулирование оформилось лишь в 2020 г. с принятием Федерального закона «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 31.07.2020 г. № 259-ФЗ. Данный акт содержит положение о том, что цифровая валюта не может быть средством платежа, что сейчас активно обсуждается и критикуется в силу возникновения ряда практических проблем. Субъекты малого и среднего предпринимательства массово не используют в своей деятельности цифровую валюту, но это не исключает их интереса: уже существует несколько исследований, выявляющих отношение малого и среднего предпринимательства к внедрению цифровой валюты, в частности, опрос Graft Blockchain, результаты которого сводятся к вопросу удобства использования цифровой валюты, о котором также высказывался

О.Ю. Красильников. Также проблема квалификации майнинга активно обсуждается как в научном сообществе, так и в органах власти, о чем заявлял, в частности, и А.Г. Аксаков — депутат Государственной Думы РФ.

Целью написания данной статьи является необходимость рассмотрения проблемы возникновения правового института цифровой валюты и сопутствующего вопроса об эффекте от его внедрения для представителей малого и среднего предпринимательства (далее — МСП).

Методологическую основу исследования составляют общенаучные методы (диалектический метод познания, статистический и социологический методы, анализ, синтез, дедукция, индукция и другие) и юридические методы (сравнительно-правовой анализ, формально-юридический метод).

Тенденция внедрения цифровой валюты субъектами МСП демонстрирует положительную динамику, но в малых объемах. Введение нового института цифрового рубля как одного из видов цифровой валюты наиболее вероятно и будет осуществлено в ближайшем будущем. Также существует проблема отнесения майнинга к предпринимательской деятельности, которая на данный момент активно обсуждается.

Функционирование экономики, как и других сфер жизни, может осуществляться в полном объеме, если в том числе существует законодательное регулирование того или иного вопроса. Так, возможность какого-либо изучения правового института цифровой валюты возникла относительно недавно с принятием Федерального закона «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» от 18.03.2019 г. № 34-ФЗ, так называемого Закона «О цифровых правах». В дальнейшем данный закон послужил своеобразным толчком для принятия массово обсуждаемого сегодня Федерального закона от 31.07.2020 г. № 259-ФЗ «О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (далее — ФЗ № 259), в пункте 7 статьи 14 которого содержится следующая формулировка: «В Российской Федерации запрещается распространение информации о предложении и (или) приеме цифровой валюты в качестве встречного предоставления за передаваемые ими (им) товары, выполняемые ими (им) работы, оказываемые ими (им) услуги или иного способа, позволяющего предполагать оплату цифровой валютой товаров (работ, услуг)» [1]. Указанное позволяет сделать вывод о том, что цифровая валюта не может являться средством платежа. И здесь, казалось бы, все очевидно — для МСП цифровая валюта не представляет особого интереса, потенциала представители малого бизнеса в этом не видят. Однако это далеко не так, что подтверждает ряд исследований.

Платежная экосистема Graft Blockchain проводила опрос среди 65 респондентов-предпринимателей, где аналитики пытались выявить, чего бизнес ждет от внедрения криптовалютных платежей. Предприниматели признались, что им было бы интересно внедрить криптоплатежи, потому что:

1. Криптовалюты привлекают новых клиентов (48 из 65 — 74 % опрошенных).

2. Сократятся комиссии за транзакции (46 из 65 — 74 %).

3. Бизнес будет восприниматься как сторонник инноваций (38 из 65 — 60 %).

4. Клиенты быстрее примут решение о покупке и станут больше покупать (34 из 65 — 52 %).

5. Появятся новые программы лояльности для клиентов (33 из 65 — 50 %).

6. Возрастет потребительский спрос (24 из 65 — 37 %) [2].

Если обобщить данные показатели, можно прийти к выводу, что главным стимулом для предпринимателей является получение прибыли и привлечение новых клиентов, что представляется вполне логичным. Помимо этого, для многих повышение престижа также является одним из важных факторов, поэтому они бы хотели внедрить в свою деятельность платежи в цифровой валюте: именно для того, чтобы компания на рынке показала себя как более инновационная и передовая.

Также указанное исследование включало вопрос о том, почему же все-таки предприниматели не спешат внедрять в свою деятельность криптоплатежи несмотря на все существующие преимущества и достаточно длительное существование цифровой валюты как таковой. Были указаны следующие причины:

1. Высокая комиссия за транзакции (37 из 65 — 57 %).

2. Недостаточная интеграция с платежными терминалами (37 из 65 — 57 %).

3. Чрезмерное колебание курса криптовалют (36 из 65 — 55 %).

4. Транзакции проводятся слишком долго (36 из 65 — 55 %).

5. Сложно внедрить криптовалюты и обучить сотрудников с ними работать (19 из 65 — 29 %).

6. Непонятно, кто должен оплачивать комиссию за транзакции (18 из 65 — 28 %).

7. Нет общедоступных знаний о криптовалютах и удобстве в их использовании (1 из 65 — 1 %).

8. Нет доступных устройств для операций с фиатными средствами (1 из 65 — 1 %).

9. Недоверие со стороны покупателей (1 из 65 — 1 %) [2].

Как можно увидеть, главная проблема кроется в недостаточном удобстве обращения для пользователей, а также в отсутствии у большинства достаточных знаний как в сфере финансов, так и в сфере информационных технологий. Многие предприниматели также хотят получить быстрое обналичивание средств и комфортную оплату через POS-терминалы, которые сейчас в больших масштабах отсутствуют. В этой связи высказывался О.Ю. Красильников: «Для того чтобы люди охотно пользовались цифровыми деньгами, они должны быть более удобными, чем государственные» [3].

Исходя из вышеприведенных данных, можно выявить основные преимущества и недостатки, которые могут возникнуть при использовании МСП в своей деятельности криптовалютных платежей.

Одним из главных преимуществ цифровой валюты в целом является ее децентрализация, т.е. она не имеет определенного управленческого звена или центра управления, что способствует увеличению самостоятельности субъектов. Также

еще одним «плюсом» является низкая комиссия за переводы по всему миру, поскольку она не зависит ни от скорости перевода, ни от расстояния. При использовании цифровой валюты некоторые процедуры упрощаются и отпадает необходимость взаимодействия с некоторыми видами документов, что позволяет экономить ресурсы МСП, в том числе и время. Более того, эмиссию криптовалюты невозможно увеличить, она при любых обстоятельствах не превысит 21 млн монет, а значит, она не подвержена инфляции [4].

Существенным недостатком является сложная в использовании система, в которой тяжело разобраться без специальных знаний. Отсюда вытекает следующая проблема — «слепые» инвестиции. Лица, которые не имеют отношения к миру финансов и IT-технологий часто в силу своего незнания вкладывают свои средства без определенного плана, отчего риск «прогореть» увеличивается. Например, те лица, которые вложились в токен XRP в 2018 г., когда он торговался на уровне в $3,4, теперь вряд ли смогут преувеличить свой доход от такой инвестиции, поскольку стоимость монеты упала более, чем на 90 %. Кроме того, еще одним недостатком является высокий процент комиссии при обналичивании цифровой валюты, из-за чего можно потерять немалый процент от суммы сделки с контрагентом предпринимателя. И безусловно, резкие повышение и снижение стоимости криптовалюты на рынке могут повлечь за собой нестабильность дохода, что также отрицательно сказывается на предпринимательской деятельности.

На сегодняшний день Банком России активно разрабатывается схема введения нового средства расчета — цифрового рубля и уже определены его преимущества для граждан и бизнеса [5]:

1. Доступ к кошельку через любую финансовую организацию, в которой обслуживается клиент.
2. Операции с цифровым рублем будут проходить по единым тарифам, что позволит снизить издержки на их проведение.
3. Возможность использования без доступа к Интернету.
4. Высокий уровень сохранности и безопасности средств.
5. Расширение линейки инновационных продуктов и сервисов.
6. Улучшение условий клиентского обслуживания.

Внедрение института цифрового рубля сегодня является одним из основных направлений деятельности Банка России, поэтому о его появлении уже сложно говорить как об одном из исходов событий. Скорое введение цифрового рубля в платежную систему РФ представляется вполне реальным и наиболее вероятным.

Еще одним следствием появления цифровой валюты является возникновение особого вида деятельности — майнинга, т.е. деятельности по созданию новых структур для обеспечения функционирования криптовалютных платформ, «добыча» цифровой валюты. Существует множество споров касательно отнесения майнинга к предпринимательской деятельности, поскольку на сегодняшний день он не подвергнут законодательному регулированию. Председатель комитета Госдумы по финансовому рынку Анатолий Аксаков высказался по поводу необходимости введения майнинга в реестр как вида предпринимательства [6]. Данное

предложение является целесообразным, поскольку для государства такое нововведение имеет особое значение. Сейчас некоторые добросовестные предприниматели в качестве основного вида деятельности по ОКВЭД указывают вид с номером 72.40 «Деятельность по созданию и использованию баз данных и информационных ресурсов», но это лишь малая часть. Многие, кто занимается «добычей» криптовалюты осуществляют свою деятельность без выплаты налогов, что, безусловно, приносит ущерб государству. Поэтому приравнивание майнинга к предпринимательской деятельности «выведет из тени» подобную деятельность и позволит государству в должной мере контролировать ее. Также те субъекты МСП, кто занимается подобной деятельностью, смогут, наконец, осуществлять защиту своих прав в полном объеме — как в судебном, так и во внесудебном порядке. Кроме того, проблема неотнесения цифровой валюты к средствам платежа также сказывается и на майнинге, так как такое ограничение оборота не способствует деловой активности в данной сфере.

В целом реакция малого и среднего предпринимательства на внедрение цифровой валюты является положительной, но для популяризации использования рассматриваемыми в статье субъектами в своей деятельности криптовалюты видится необходимым создание единой блокчейн-системы, дальнейшее развитие законодательства в сфере цифровой валюты. На данный момент цифровая валюта понимается законодателем скорее как финансовый актив, нежели средство платежа, поэтому внесение изменений в ФЗ № 259 в части признания цифровой валюты средством платежа также необходимо для дальнейшего развития экономики и, в частности, развития МСП. Кроме того, существующий пробел в законодательстве в сфере майнинговой деятельности также может быть решен посредством принятия соответствующих норм, что в перспективе также позволит увеличить представительство МСП в данной сфере.

Последующие научные исследования возможны в направлении более детального изучения вопроса внедрения и развития института российской цифровой валюты — цифрового рубля, а также вопроса признания майнинга одним из видов предпринимательской деятельности.

Список использованной литературы

1. О цифровых финансовых активах, цифровой валюте и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон от 31 июля 2020 г. № 259-ФЗ // Российская газета. — 2020. — № 173.

2. Платежи в криптовалюте: взгляд предпринимателей. — URL: https://happycoin.club/platezhi-v-kriptovalyute-vzglyad-predprinimateley.

3. Красильников О.Ю. Преимущества и недостатки развития криптовалют / О.Ю. Красильников // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Сер.: Экономика. Управление. Право. — 2018. — № 3. — С. 253–258.

4. 14 главных «за» и «против» биткоина : Инструкция для новичка. — URL: https://www.rbc.ru/crypto/news/5ef32adf9a794737b468126c.

5. Официальный сайт Банка России : Цифровой рубль. — URL: https://www.cbr.ru/fintech/dr.

6. ТАСС: Аксаков считает необходимым ввести майнинг в реестр как вид предпринимательства. — URL: https://tass.ru/ekonomika/12330327.

Информация об авторах

Шипунова Надежда Михайловна — студент, кафедра предпринимательского и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ndzdshipunova@gmail.com.

Юсупова Анастасия Владимировна — старший преподаватель, кафедра предпринимательского и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

Authors

Nadezhda M. Shipunova — Student, Department of Business Law and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ndzdshipunova@gmail.com.

Anastasia V. Yusupova — Senior Lecturer, Department of Business and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

© Шипунова Н.М., Юсупова А.В., 2022

УДК 331.103.32

Д.Е. Деньгина

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА КАДРОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ В ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Рассмотрены особенности аудита документационного обеспечения управления персоналом в государственных учреждениях. В рамках исследования кадровой документации на одном из бюджетных учреждений Иркутской области выявлены типичные ошибки, допускаемые в кадровых документах, а также изучены правовые нормы, регламентирующие документальное ведение управления персоналом. Материалы, представленные в данной статье, служат основой для разработки методологических рекомендаций для создания системы внутреннего аудита кадровой документации на предприятиях государственной и муниципальной формы собственности.

Ключевые слова: аудит кадровой документации; документационное обеспечение управления персоналом; государственные учреждения; внутренний аудит кадровой документации.

D.E. Dengina

FEATURES OF AUDIT OF PERSONNEL DOCUMENTATION IN PUBLIC INSTITUTIONS

The features of the audit of documentation support for personnel management in government agencies are considered. As part of the study of personnel documents at one of the budgetary institutions of the Irkutsk region, typical mistakes made in personnel documents were revealed, and the legal norms governing the documentary management of personnel were studied. The materials presented in this article serve as the basis for the development of methodological recommendations for creating a system of internal audit of personnel documentation at state and municipal enterprises.

Keywords: audit of personnel documentation; documentation of personnel management; government agencies; internal audit of personnel documentation.

Нарушение требований трудового законодательства грозит работодателю проверками государственной инспекции труда, штрафами, привлечением к административной, дисциплинарной, материальной и даже уголовной ответственности.

Кроме того, стратегия социально-экономического развития Иркутской области на период до 2036 г. в качестве одной из тактических задач выделяет обеспечение соблюдения законных прав и государственных гарантий граждан в сфере труда и занятости в Иркутской области [1]. Важную роль в этом процессе играет возможность как работника, так и работодателя доказать оспариваемые факты

трудовой деятельности. Грамотное ведение кадрового делопроизводства служит гарантом такой возможности.

Согласно федеральному закону «О некоммерческих организациях» от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 30.12.2020 г.), «государственные учреждения — это учреждения, созданные Российской Федерацией, субъектом Российской Федерации или муниципальным образованием» [2]. Как правило, такие организации создаются с целью решения задач социальной направленности: культурных, образовательных, управленческих, охраны здоровья и благосостояния граждан. Особая организационно-правовая форма накладывает множество характерных особенностей на всю деятельность организации и на политику управления персоналом, в частности. Невозможно рассматривать любую структуру управления персоналом, не признавая важность кадрового делопроизводства.

Одной из мер, позволяющих повысить качество ведения кадрового делопроизводства, а также подготовиться к проверкам надзирающих органов, может быть внедрение внутреннего аудита кадровой документации на предприятии.

Целью данного исследования является выявление и анализ особенностей, влияющих на проведение аудита кадрового делопроизводства в государственных учреждениях для дальнейшей разработки методических подходов к проведению аудита кадровой документации в государственных учреждениях.

В ходе данного исследования реализуются задачи:

1. Выявление факторов, свойственных государственным учреждениям, способных повлиять на проведение внутреннего аудита кадровой документации.

2. Описание причин влияния этих факторов на проведение внутреннего аудита кадровой документации в государственных учреждениях.

3. Разработка последовательности этапов проведения внутреннего аудита кадровой документации.

Основными методами, используемыми в данном исследовании, являются: наблюдение, анализ, сравнение, аудит.

Внутренний аудит кадровой документации — это система мероприятий, включающих диагностику соответствия кадровой документации предприятия и локальных нормативных актов требованиям действующего законодательства, а также рекомендации по устранению и предотвращению наиболее типичных ошибок.

Рассмотрим особенности, которые необходимо учитывать при разработке системы внутреннего аудита кадровой документации на государственных предприятиях:

1. Подведомственность публичному собственнику — Российской Федерации, субъекту Российской Федерации или муниципальному образованию. Она накладывает на учреждение необходимость соблюдения единой политики, в том числе в вопросах управления кадровыми ресурсами. На практике это отражается в отказе от самостоятельной разработки локальных нормативных документов в пользу унифицированных форм и типовых образцов документов (типовой трудовой договор, типовое Положение об оплате труда и др.).

2. Ограниченность денежных ресурсов и зависимость от федерального бюджета, бюджета субъекта Российской Федерации или муниципального бюджета, а, как следствие, бюджета предприятия. Зачастую это приводит к невозможности

привлечения квалифицированного аудитора или консультанта, учреждение вынуждено справляться своими силами.

3. Низкая квалификация работников кадровых служб. Несмотря на государственную политику повышения уровня реальных доходов населения, внедрение дифференциации заработных плат, а также установления различных надбавок и доплат работникам, занятым в учреждениях социальной сферы, заработные платы работников государственных учреждений зачастую ниже чем, заработные платы работников предприятий частной собственности. Например, среднемесячная заработная плата работников промышленного сектора экономики Иркутской области на 25–30 % выше, чем среднемесячная заработная плата работников образования [3]. Это приводит к тому, что зачастую в государственные предприятия поступает на работу персонал с более низким уровнем образования и квалификации. Экономия бюджета учреждения на обучении и повышении квалификации работников также выступает причиной данного явления.

4. Низкая заинтересованность работников кадровых служб. Так как внутренний аудит, как уже было сказано ранее, чаще всего приходится осуществлять силами самого учреждения, это приводит к тому, что искать и исправлять ошибки в кадровых документах приходится тем же работникам, которые их допустили. Не желая создавать себе дополнительную работу, специалисты по кадрам могут намеренно скрывать недочеты или искажать реальное состояние кадрового делопроизводства.

5. Ограниченность временных ресурсов. Создание и содержание постоянно функционирующего специального подразделения, занимающегося аудитом кадровой документации, требует больших расходов, а, значит, такие комиссии создаются стихийно, в случае необходимости решения конкретной управленческой задачи. Кроме того, в состав таких комиссий входят работники самого учреждения, которые кроме участия в комиссии по аудиту, также должны выполнять и свои основные должностные обязанности.

6. Конфликт интересов. Нередко на практике случается ситуация, когда в одном и том же учреждении работают сотрудники, имеющие родственные или дружеские связи, что мешает объективно оценить имеющуюся картину внутри учреждения.

Все вышеперечисленные факторы могут стать серьезным препятствием для внутреннего аудита, поэтому их обязательно следует учитывать при разработке такой системы. Общей процедуры внутреннего аудита кадровой документации не существует — каждая организация определяет ее самостоятельно, исходя из собственных возможностей и потребностей.

Один из возможных вариантов процедуры внутреннего аудита кадровой документации, учитывающих выявленные особенности, выглядит следующим образом:

1) Подготовительный этап:

– определяются цели аудиторской проверки;

– определяется перечень подлежащих проверке документов;

– подбирается персонал для ее проведения;

– определяется перечень подлежащих проверке документов;

– намечаются сроки, задачи, участники и исполнители проверки;

– разрабатывается план ее проведения.

2) Сбор информации, в ходе которого проводятся:

– сверка документов;

– проверка кадровой документации и отчетности;

– предварительная обработка полученных данных.

3) Обработка и анализ информации, в ходе которых:

– полученная информация обрабатывается, подвергается компьютерной обработке, формализуется в виде схем, таблиц или диаграмм;

– полученные результаты сравниваются с показателями по отрасли и других организаций.

4) Обобщение и представление оценочных результатов, выводов и рекомендаций, в ходе которых подготавливается итоговый отчет о результатах аудиторской проверки, включающий в себя предложения по совершенствованию операционных процессов [4; 5].

Как видно из проведенного исследования, государственные учреждения занимают особое место на рынке труда, так как их работа связана со специфическими особенностями и обременяющими факторами. Игнорирование данных особенностей невозможно, так как они связаны с абсолютно всеми процессами в организации. Единственный способ государственному учреждению осуществлять свою деятельность эффективно и в соответствии с действующим законодательством — действовать, учитывая все сдерживающие факторы, а также понимая свои сильные и слабые стороны, приспосабливаясь к тем условиям, которые продиктованы сложившейся ситуацией, предоставлены организацией — учредителем, ограничены финансированием со стороны вышестоящих организаций.

Список использованной литературы

1. Стратегия социально-экономического развития Иркутской области на период до 2036 г. — URL: https://economy.gov.ru.

2. О некоммерческих организациях : федер. закон от 12.01.1996 г. № 7-ФЗ (ред. от 30.12.2020 г.)

3. Анализ заработной платы работников Иркутской области. — URL: https://irkzan.ru/анализ_заработной_платы_работников_иркутской_области.

4. Кирсанова М.В. Курс делопроизводства : Документационное обеспечение управления : учеб. пособие / М.В. Кирсанова, Ю.М. Аксенов. — Москва : Инфра-М, 2017. — 256 с.

5. Васильева Е.В. Наводим и поддерживаем порядок в кадровых документах / Е.В. Васильева // Справочник кадровика. — 2014. — № 4. — С. 92–93.

Информация об авторе

Деньгина Дарья Егоровна — магистрант, кафедра государственного управления и управления человеческими ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: desushilina@mail.ru.

Author

Darya E. Dengina — Master’s Degree Student, Department of Finance and Financial Institutions, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: desushilina@mail.ru.

© Деньгина Д.Е., 2022

УДК 658:069.152

П.А. Капырин

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ И ДОСУГА НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕДВИЖНОГО МУЗЕЯ ВОЕННОЙ ИСТОРИИ

В работе рассматриваются вопросы организации предпринимательской деятельности в сфере культуры и досуга на примере функционирующего передвижного музея военной истории и на основе анализа полученного опыта даются рекомендации по организации подобного рода деятельности. Также рассматриваются актуальные на сегодняшний день проблемы, возникающие у предприятия подобного типа, и способы их преодоления. Составлен и проанализирован «Портрет потребителя» для передвижного музея военной истории и рассмотрены способы продвижения и поиска финансирования для развития и продвижения инициатив, связанных с организацией досуговой и культурно-просветительской деятельности в рамках деятельности малого предприятия или индивидуальной предпринимательской инициативы.

Ключевые слова: малое предприятие; досуговая деятельность; культурно-просветительская деятельность; передвижной музей; предпринимательская инициатива.

P.A. Kapyrin

ORGANIZATION OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE FIELD OF CULTURE AND LEISURE ON THE EXAMPLE OF A MOBILE MUSEUM OF MILITARY HISTORY

The paper discusses the issues of organizing entrepreneurial activities in the field of culture and leisure on the example of a functioning mobile museum of military history and, based on the analysis of the experience gained, recommendations are given on the organization of such activities. It also discusses the current, to date, problems that arise in an enterprise of this type of problem and ways to overcome them. The «Portrait of the Consumer» for the mobile museum of military history was compiled and analyzed, and ways of promoting and finding funding for the development and promotion of initiatives related to the organization of leisure and cultural and educational activities within the framework of a small enterprise or individual entrepreneurial initiative were considered.

Keywords: Small enterprise; leisure activities; cultural and educational activities; mobile museum; entrepreneurial initiative.

В 2016 г. автором совместно со студенческой командой была начата работа над социальным проектом по созданию общественной организации, работающей над реализацией инициатив, способствующих снижению игровой зависимости подростков и лиц старшего возраста [1].

В рамках проекта рассматривалось два основных последовательных направления:

1. Открытие секции ролевого и исторического фехтования.

2. Ведение исторических мастер-классов и групп, создаваемых на базе секции фехтования.

В рамках работы по второму направлению был сформирован передвижной музей военной истории, который на сегодняшний день реализуется как самостоятельный проект социальной направленности [2].

Целью проекта является организация и продвижение историко-культурного объекта, основанного на базе передвижной экспозиции истории оружия, для учебных заведений и массовых мероприятий, который сможет быть оперативно размещен в любой точке с возможностью транспортной доступности.

Задачи проекта:

1. Разработать программу интерактивных мероприятий по военной истории России с вовлечением в них аудитории.

2. Заключить соглашения с военно-патриотическими организациями и военно-историческими клубами с целью их привлечения к работе с учениками школ в рамках передвижного музея.

3. Постоянно расширять экспозицию музея создавая задел для его расширения до нескольких передвижных экспозиций, охватывающих конкретные исторические периоды.

4. Продвигать проект как историко-культурную инициативу, занимающуюся просветительской деятельностью и являющуюся частью проекта уменьшения игровой зависимости подростков и людей более старшего возраста.

5. Участие проекта в грантовых конкурсах, направленных на поощрение общественных и педагогических инициатив, с целью привлечения средств на расширение деятельности.

Сегодня, являясь самостоятельным проектом, передвижной музей военной истории, тем не менее все еще является частью изначального плана по созданию комплексного средства уменьшения игровой зависимости. Ввиду этого проект передвижного музея сохраняет часть черт, присущих изначальному посылу, в частности ориентирован на соответствующую аудиторию, что сказывается на условном «портрете потребителя» — условной целевой аудитории проекта [3]. За время существования музея его командой было проведено добровольное анкетирование людей, посещавших передвижную экспозицию. На основе обработки 536 анкет мы составили таблицу, характеризующую особенности людей, интересующихся данной тематикой.

Таким образом, мы можем заключить, что основная «группа потребителей» передвижного музея может быть охарактеризована, как мужчины до 25 лет. Характерной особенностью заинтересовавшихся в возможности заняться ролевым и историческим фехтованием является практически 100%-ный ответ, что они играют в компьютерные игры 2–4 раза в неделю или каждый день. Из этого можно сделать вывод, что для успешного продвижения как проекта в целом, так и отдельных его элементов было бы выгодно заключить со-

глашение между передвижным музеем военной истории и историческим клубом, практикующим нетрадиционные виды спорта, такие как ролевое фехтование или современный мечевой бой.

Результаты анкетирования
посетителей передвижного музея «Военная история»

Пол	Возраст	Была ли Вам интересна экспозиция музея?	Как часто Вы играете в компьютерные игры.	Было бы Вам интересно заняться ролевым и историческим фехтованием	Готовы ли Вы ради тренировки или посещения музейного мероприятия пропустить компьютерную игру в этот день? (из 322 заинтересованных)
М — 423	До 18 — 221	Да — 493	Не играю — 98	Да — 322	Да — 231
Ж — 113	18–25 — 138	Нет — 43	Раз в неделю или реже — 122	Нет — 214	Нет — 91
	25–35 — 84		2–4 раза в неделю — 84		
	35–45 — 78		Каждый день — 232		
	45+ — 15				

Также нельзя обойти внимание современную проблему всех предприятий, работающих в культурно-массовой сфере, — карантинные меры, связанные с пандемией COVID-19 [4]. Данную проблему уже рассмотрели многие исследователи, и нам нет нужды более подробно анализировать ее влияние на бизнес — вполне очевидно, что данное влияние крайне отрицательно. На чем нам следует заострить внимание, так это на неопределенном сроке окончания карантинных мероприятий и на очевидности того, что человечество вошло в новую эпоху возникновения и быстрого распространения новых заболеваний в результате роста численности и уплотнения населения, а также повышенной мобильности граждан, что приводит к быстрому распространению любой новой инфекции. Даже по окончании «ковидной» ситуации мы должны быть готовы к внезапному и растянутому на неопределенный срок, повторению данной проблемы — это требование новой реальности, к которому необходимо приспосабливаться.

Ввиду вышеизложенного отметим, что передвижной музей способен пережить локдауны практически без потерь [5]. Это связано прежде всего с тем, что передвижной экспозиции практически не требуется свободного места под хранение. Так, занимая в развернутом виде, до 20 квадратных метров, в «нерабочем» (разобранном) состоянии экспозиция умещается в багажнике легкового автомобиля и не требует затратного ухода и поддержания особого микроклимата. Таким образом, во время локдауна передвижная экспозиция не приносит убытков за счет необходимости оплаты помещения и коммунальных расходов.

Однако подобная модель ведения бизнеса не позволяет получать сколь-либо значительную прибыль. В данном виде проект передвижного музея скорее социальный и привлекает средства в виде грантов от государственных и частных фондов, поощряющих педагогические и социальные инициативы. Дополнительные средства предприятие может извлечь, организовывая тренировочные площадки для, например, ролевого и исторического фехтования. Однако это связано с дополнительными затратами и необходимостью привлечения нового персонала. На данный момент такая возможность прорабатывается, но ввиду пандемийной ситуации ее реализация отложена, что называется, до лучших времен. Тем не менее существует дополнительный (реализуемый в данный момент) способ привлечения средств — передвижной экспозицией заключен договор с рядом клубов исторического и ролевого фехтования о выплате небольшого процента из ежемесячных абонементов, приобретаемых клиентами, которых к ним привлек передвижной музей военной истории.

Преимущество схемы дополнительного привлечения средств передвижной экспозицией заключается в том, что мы, по-прежнему не разворачивая дополнительные площади и не привлекая новых сотрудников, получаем небольшую прибыль. Минус, очевидно, в том, что прибыль на порядок меньше, чем если бы мы реализовывали «полный цикл» самостоятельно.

Рассмотренная модель передвижной экспозиции является хорошим решением для начала собственного дела, так как не требует больших первоначальных вложений, найма персонала и аренды помещений под размещение. Однако для закрепления на рынке и создания пула постоянных клиентов необходимо будет заключить договор о сотрудничестве или самостоятельно организовать дополнительные спортивные занятия, что потребует уже больших вложений и создаст новые проблемы, решаемые, однако, рыночными методами.

Список использованной литературы

1. Спорт и физическая культура: эколого-ориентированные и социально-экономические проблемы : монография / С.Ю. Нарциссова, Н.А. Акимова, Н.М. Багновская, В.А. Толочек, П.А. Капырин и др. — Москва : Академия МНЭПУ, 2017.

2. Барсук М.А. Взаимосвязь и развитие человеческого капитала и кадрового потенциала предприятия в условиях современной инновационной экономики / М.А. Барсук, А.А. Лютина, П.А. Капырин // Вестник университета. — 2016. — № 10. — С. 122–126.

3. Шайлиева М.М. Маркетинговые аспекты продвижения образовательных услуг / М.М. Шайлиева // Маркетинг и логистика. — 2021. — № 2 (34). — С. 98–103.

4. Шайлиева М.М. Экономические аспекты генерации и развития студенческих стартапов / М.М. Шайлиева // Маркетинг и логистика. — 2020. — № 4 (30). — С. 53–57.

5. Митрофанова И.П., Захарова Ю.В. Разработка методологического обеспечения процесса развития инновационных компетенций у творческой учащейся

молодежи / И.П. Митрофанова, Ю.В. Захарова // ИННОВАТИКА-2017 : сб. материалов 13-й Междунар. шк.-конф. студентов, аспирантов и молодых ученых / под ред. А.Н. Солдатова, С.Л. Минькова. — 2017. — С. 422–425.

Информация об авторе

Капырин Петр Алексеевич — кандидат экономических наук, доцент, кафедра управления бизнесом и сервисных технологий, Московский государственный университет пищевых производств, г. Москва, e-mail: Petr.Kapyrin@mail.ru.

Author

Pyotr A. Kapyrin — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Business Management and Service Technologies, Moscow State University of Food Production, Moscow, e-mail: Petr.Kapyrin@mail.ru.

© Капырин П.А., 2022

УДК 334.012.6(510+470)

Л.Ф. Константинова, Хань Вэньци

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВМЕСТНОЙ КОМПАНИИ КЛУБ «ПАЛЛАДА» НА РЫНКЕ ОРГАНИЗАЦИИ КУЛЬТУРНЫХ И ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ «КИТАЙ — РОССИЯ»

Обосновывается целесообразность выявления стратегии развития предпринимательской деятельности на рынке организации культурных и досуговых услуг Китая и России. Предлагается раскрыть особенности разработки стратегии фирмы в сфере танцевальных услуг и досуга.

Ключевые слова: стратегия; предпринимательская деятельность; услуга; танцевальные услуги; досуг.

L.F. Konstantinova, Hun Vantsi

STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES OF THE GOINT COMPANY PALLADA IN THE MARKET FOR THE ORGANIZATION OF CULTURAL AND HEALTH SERVICES CHINA — RUSSIA

The article presents strategy for the development of entrepreneurial activity in the market for the organization of cultural and leisure services in China and Russia. It is proposed to reveal the features of the development of the company's strategy in the field of dance services and leisure.

Keywords: Strategy; entrepreneurial activity; service; dance services; leisure.

Актуальность темы обусловлена тем, что двусторонние экономические отношения между Россией и Китаем в последние годы развиваются, что находит отражение в высоких темпах роста товарооборота, расширении инвестиционного сотрудничества, активизации межрегиональных и зарубежных связей, а также значительном росте интереса России и Китая.

В настоящее время роль экономического сотрудничества между Россией и Китаем важна как никогда. Официально нынешний период российско-китайских отношений называется «новым этапом всестороннего партнерства и стратегического сотрудничества». Российско-китайские отношения, с политической точки зрения, в настоящий момент находятся в лучшем состоянии в истории.

Существующий договор о сотрудничестве и дружбе между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой значительно усиливает многовековое партнерство, дружбу между нашими народами, а также способствует углублению отношений стратегического партнерства.

Степень научной проработанности исследования. Коммерческая деятельность России и Китая зачастую является предметом исследований российских и

зарубежных экономистов, однако ее международно-правовые аспекты проработаны относительно небольшим количеством научных работ, диссертаций, монографий в современных периодических изданиях.

В частности, анализ международно-правовых аспектов членства в региональной организации, включая экономические и деловые отношения этих стран, рассматривается в диссертации Д.С. Попова «Международно-правовые аспекты членства государств в Шанхайской организации сотрудничества», монография Б.Н. Кузык и М.Л. Цитаренко» Китай — Россия 2050: стратегия совместного развития». Научные публикации Баранова «ШОС: будущее и перспективы российско-китайского сотрудничества», «ШОС: долгосрочные перспективы роста», а также диссертационное исследование Джиндасина» Международно-правовые вопросы добрососедских отношений между Россией и Китаем».

Тема данной статьи «Стратегия развития предпринимательской деятельности совместной компании клуб «Паллада» на рынке организации культурных и оздоровительных услуг «Китай-Россия». В теоретическом смысле стратегия развития бизнеса — это определение долгосрочных целей и средств их достижения, разработка концепции того, как ресурсы должны использоваться в организации для достижения целей.

Под объектом исследования рассматриваются существующие механизмы взаимодействия деловых отношений на примере организации культурных услуг Китая и России.

Предметом исследования являются теоретические, методологические и практические вопросы, непосредственно связанные с осуществлением организации культурно-досуговых услуг и сотрудничества России и Китая.

Цель данной работы — выявление стратегии развития предпринимательской деятельности на рынке организации культурных и досуговых услуг Китая и России.

Исходя из данной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты разработки стратегии международного сотрудничества в организации культурно-досуговых мероприятий.

2. Рассмотреть систему обучения танцам, классификацию по видам организации досуга.

3. Раскрыть особенности разработки стратегии фирмы в сфере танцевальных услуг и досуга.

4. Проанализировать рынок России и Китая на спрос в системе культурно-досуговых услуг.

5. Определить оценку эффективности проекта стратегического развития российско-китайской школы танцев.

Методологической основой исследования является комплекс мер научного познания, который включает анализ, синтез, системный подход, методы статистического и сравнительного анализа.

Научной новизной данного исследования является проведение комплексного изучения международного сотрудничества между странами Российской Федерации и Китайской Народной Республикой:

1. Определяются основные направления сотрудничества России и Китая.

2. Определены проблемы, препятствующие дальнейшему развитию деловых отношений между Россией и Китаем, в том числе неравенство в структуре во взаимном развитии культурно-досуговых услуг.

Наши страны переходят на новый уровень сотрудничества, цель которого состоит в том, чтобы обеспечить удовлетворение различных духовных потребностей людей. В связи с этим открываются новые театры, библиотеки, государственные и общественные музеи, культурные и развлекательные центры, дома искусства и фольклора, детские художественные школы.

Современное состояние и развитие культурной сферы требуют эффективной системы продвижения. Для учреждений культуры и развлечений рекомендуется развивать комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций (IMC) подведомственными ведомствам, тщательно изучать и координировать работу по их многочисленным каналам связи — рекламе в СМИ, личным продажам, продвижению, связям с общественностью, прямому маркетингу и т.д., для создания четкого, последовательного и убедительного впечатления от организации и услуг [2].

Были использованы методы опроса менеджеров, экспертов и потребителей в области культуры и досуга, экспертные оценки и экспериментальные методы.

Большинство культурных и развлекательных заведений используют более одного метода IMC. Два наиболее часто используемых метода — продвижение и прямые продажи. Согласно опросу, факторы, которые препятствуют внедрению данных методов, являются:

1. Отсутствие квалифицированных специалистов и отсутствие навыков для эффективной маркетинговой коммуникации.

2. Нехватка маркетинговых знаний.

3. Традиционные формы управления, которые не поддаются изменениям.

4. Психологические расстройства на протяжении поколений.

Культурно-развлекательные учреждения должны исходить из особенностей таких учреждений, объединять инструменты для воздействия на потребителей, а также формировать позитивный имидж.

Наиболее привлекательным аспектом данной концепции является метод маркетинговой коммуникации. Указанный процесс, является встроенным в деятельность организации. Это влияет не только на обязанности рекламного отдела, но и на интересы каждого отдела.

Главной целью является понимание всех коммуникационных планов и задач, определение их статус и обязанностей в осуществлении коммуникационных мероприятий.

Интеграция средств коммуникации является составной частью концепции. В конкурентной среде, благодаря использованию фирменных технологий, интеграция маркетинговых коммуникаций для учреждений культуры и развлечений наиболее эффективна.

Преимущество определения источника намерений покупки является основой для активного отделения бренда от других конкурентов. Это возможности, которыми обладает российские кинотеатры, и возможности, которых нет у других представителей категории. Конечно, данные преимущества не способны привлечь и вдохновить всю целевую аудиторию. На что еще важно обратить внимание, что

эти уникальные преимущества могут быть и не самыми значимыми для потребителей. При данных обстоятельствах стимулирование покупок потребует от потребителей определенного уровня общения и просвещения. Источники и преимущества предпочтений могут превратить культурные и развлекательные учреждения в лидеров такого рода [1].

1. Хороший учитель. Если учитель не имеет высокого уровня танца, посмеешь учить других? Тратьте деньги, чтобы нанимать учителей с высоким уровнем танца и позволить им взять на себя задачу обучения. Преподавание является практичным делом и никогда не может быть достигнуто путем обмана или ложной рекламы. Учебный класс, который мы проводим, должен быть в состоянии гарантировать, что учащиеся могут перейти на новый уровень танцевального уровня после участия в исследовании. Существует золотое правило для обучения и воспитания: «Сосредоточившись только на качестве преподавания, школа развивается медленно; только на зачислении, школа развивается быстро, но закрытие происходит быстрее». Учитель, которого мы ищем, должен быть очень хорошим учителем, и мы должны позволить ученикам многому научиться у него.

2. Имеет уникальную точку продажи. Уроков танцев недостаточно, если нет учителя высокого уровня, а также нет и уникального местонахождения. Мало того, что мы должны написать «содержание этого учебного класса более обширно, а цена регистрации более выгодна!» В рекламе обычных школ написано: «Все наши преподаватели являются выпускниками профессиональных колледжей и имеют богатый опыт преподавания!», «Мы профессионалы Учебные заведения по обучению танцам, предоставляющие студентам нулевого обучение танцам! «У нас также есть свои особенности, следуя Китайской инициативе «Пояс и дорога», мы обучаем не только русскими танцам, но и учим китайским народным танцам. По мере того, как Китай развивается и растет, все больше и больше людей любят Китай и изучать китайскую культуру. В то же время, они также очарованы китайским искусством. Мы следуем этой тенденции развития, чтобы заставить всех учиться китайскому танцу, а также распространять русский язык. Отношения между Китаем и Россией всегда были лучшими, и у нас все больше и больше контактов в искусстве. Это тенденция мира, тенденция китайско-российского сотрудничества. Мы думаем, что китайско-российское сотрудничество будет увеличиваться все больше и больше.

3. Иметь определенную популярность. С учителями высокого уровня и особенностями китайско-российского международного танца урок танцев будет иметь базовую конкурентоспособность, и следующим шагом будет завоевание популярности. Помимо высококлассных учителей и уникальных торговых точек, необходимо также обучать основной конкурентоспособности школы посредством маркетинга и продвижения по службе. Сейчас другое время: такие современные информационные инструменты, как Weibo, WeChat, веб-сайты, VK, Instagram ... могут сделать вашу танцевальную школу известной за одну ночь. Поэтому необходимо также размещать рекламу в разных местах.

4. Запись на бесплатные открытые уроки. В парке или на площади держите учеников подальше от душных классных комнат, позвольте ученикам приблизиться к природе и подышать свежим воздухом. Студенты чувствуют себя уверенными,

отдохнувшими, на свежем воздухе, окруженными толпами людей, что может значительно стимулировать желание учеников выступать, а вы уменьшаете занимаемое пространство в классе и сокращаете инвестиции в фиксированные расходы. Кроме того, на бесплатных учебных площадках вы можете вывесить большой баннер: «Некоторые бесплатные танцевальные сайты», который обязательно привлечет внимание большого количества людей.

Чтобы успешно реализовать стратегию выхода на зарубежные рынки, важно не только выбрать способ выхода на рынок и каналы продаж в стране, но и рассмотреть национальную политику в отношении международного бизнеса. Для этого необходимо оценить внешнюю среду нового рынка. Стратегия внешнеэкономической деятельности — это концепция поведения компании на внешних рынках. Концепция должна основываться на четко определенных целях не только для самой компании, но и для внешнего рынка, чтобы предоставить определенные возможности, а также выявить потенциальные риски и вероятность успеха.

С 2020 г. из-за распространения новой коронавирусной инфекции по всему миру большинство студентов начали заниматься дома. Через Интернет мы также планируем открывать занятия онлайн, чтобы не было региональных ограничений: студенты из всех регионов России и китайские студенты могут посещать занятия вместе. У интернет-маркетинга есть преимущества низкой стоимости, прямого эффекта и широкого распространения. Появление сети 5g в будущем будет более удобным для онлайн-обучения.

Список использованной литературы

1. Бутковская Г.В. Цифровой маркетинг: поведение потребителей / Г.В. Бутковская, А.В. Статкус // Вестник ГУУ. — 2019. — № 5. — С. 5–11.

2. Халалмагомедова Б.А. Особенности разработки и реализации стратегии продвижения услуг культурнодосуговых учреждений / Б.А. Халалмагомедова // РППЭ. — 2012. — № 4. — С. 1–7.

Информация об авторах

Константинова Лия Файтуловна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: konstantinovalf@yandex.ru.

Вэньци Хань — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: 1411875797@qq.com.

Authors

Liya F. Konstantinova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Lenina424@yandex.ru.

Hun Vantsi — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: 1411875797@qq.com.

© Константинова Л.Ф., Вэнци Хань, 2022

УДК 330.131

Р.Н. Фонталов, Л.Ф. Константинова

АНАЛИЗ РЫНКА ОКАЗАНИЯ УСЛУГ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ г. ИРКУТСКА

В статье представлен анализ рынка оказания услуг дошкольного образования г. Иркутска. Анализируется статистика нехватки мест в детских садах города. Выявлена и рассмотрена территориальная локализация детских садов. Перечисляются варианты решения проблемы по организации детей дошкольного возраста. Проведен количественный анализ конкурентов в сфере дошкольного образования. Доказывается необходимость организации услуг в сфере дошкольного образования.

Ключевые слова: услуги; анализ рынка; дошкольное образование; сфера оказания услуг; проблемы дошкольного образования.

R.N. Fontalov, L.F. Konstantinova

ANALYSIS OF THE PRESCHOOL EDUCATION SERVICES MARKET IN IRKUTSK

The article presents an analysis of the market for the provision of preschool education services in Irkutsk. The statistics of the lack of places in kindergartens of the city are analyzed. The territorial localization of kindergartens has been identified and considered. The author lists options for solving the problem of organizing preschool children. A quantitative analysis of competitors in the field of preschool education has been carried out. The necessity of organizing services in the field of preschool education is proved.

Keywords: services; market analysis; preschool education; service delivery; problems of preschool education.

На современном этапе развития общества особую актуальность приобретает увеличение количества частных детских садов. Перспективность открытия заведений дошкольного образования обусловлена дефицитом мест в государственных учреждениях. Спрос на такие услуги очень высок, особенно для детей от полутора лет, когда у их мам заканчивается оплачиваемый декретный отпуск [9–13].

Система дошкольного образования направлена на всестороннее развитие ребенка в процессе специфичных видов детской деятельности. Система дошкольного образования является одним из факторов развития общества, так как выполняет социальный заказ, что позволяет совершенствоваться и самой системе дошкольного воспитания [2].

Проблема дошкольного образования является актуальной на протяжении десятилетий. Эта проблема характерна не только для России в целом, но и в городе Иркутске, в частности. На данный момент в нашем городе ситуация с дошкольными учреждениями очень непростая, и на ее возникновение влияет множество

разнообразный факторов [7]. Основным фактором дефицита является рост рождаемости. Усугубление данной ситуации происходит ежегодно. Рост рождаемости не соразмерен со строительством муниципальных детских садов.

По официальной статистике, менее половины детей, достигших трех лет, имеют возможность ходить в государственный детский сад. На основании данных Минздравсоцразвития, примерно две трети семей не имеют возможности обеспечить своих детей в некоммерческие дошкольные учебные заведения. Данная ситуация приводит к недостаточной социализации и адаптации подрастающего поколения.

Частные детские сады могут являться выходом из сложившейся ситуации. В свою очередь, государство планирует экономически поддерживать заведения подобного типа [1].

Целью нашей статьи является анализ рынка оказания услуг дошкольного образования г. Иркутска.

В качестве основного метода исследования выступил количественный анализ статистических данных.

На основе анализа данных о динамике численности населения, которые были взяты с сайта федеральной службы государственной статистики, мы можем сделать вывод, что до 2016 г. идет активный прирост численности населения, благодаря чему выросла покупательная способность. С 2016 же года по 2020-й относительно стабильно держится уровень численности в г. Иркутск [8].

Несмотря на снижение рождаемости, проблема нехватки места все также остается остро актуальной.

То есть, согласно данным, в 2020 г. родилось 27 322 детей, которые в течение 2022 г. должны пойти в детские сады. Количество муниципальных детских садов в Иркутске составляет 135 ед., частных же — 121.

Согласно санитарным правилам СанПиН 2.4.3648-20, наполняемость в группах детских садов не более 20 человек. Однако по данным анализа сайтов частных детских садов г. Иркутска мы видим, что наполняемость групп в данных детских садах не более 11 человек [3].

Департамент образования комитета по социальной политике и культуре администрации г. Иркутска сообщает, что прием детей в муниципальные дошкольные образовательные учреждения (МДОУ) г. Иркутска осуществляется на основании «Порядка комплектования муниципальных образовательных организаций города Иркутска, реализующих основную общеобразовательную программу дошкольного образования», утвержденного постановлением администрации города Иркутска от 30.04.2020 г. № 031-06-235/0, в соответствии с которым по состоянию на 01.04.2021 г. в автоматизированной информационной системе «Комплектование ДОУ» зарегистрировано 17 164 ребенка, в том числе 1 493 льготника [4].

Таким образом, можно уверенно сказать, что рынок дошкольных услуг недостаточно развит в г. Иркутске. Количество муниципальных и частных детских садов находится на одинаковом уровне, и при этом все равно остро ощущается нехватка мест для детей.

Анализ локализации частных детских садов в городе позволяет сделать вывод, что больше всего детских садов находится в Октябрьском районе, в части

Правобережного района, которая расположена в центре города. А в Ленинском и Свердловском намного меньше, поэтому при открытии детского сада конкуренция в этих районах будет ниже.

Чтобы определить осуществимость и актуальность предпринимательской идеи, необходимо провести стратегический анализ взаимодействия между проектом и возможностью его практической реализации, а также оценить сильные и слабые стороны, жизнеспособность, продумать последовательность исполнения [5; 6].

Следует следить за рынком конкурентов. Этот анализ позволит вам оценить ценовую политику, наличие ассортимента, занимаемую площадь у конкурента и насколько профессионально оборудовано помещения. В табл. 1 представлен качественный анализ частных детских садов в Ленинском районе г. Иркутска, который ежегодно территориально расширяется за счет активного строительства многоэтажных домой, и соответственно поэтому именно там представлен наибольший потребительский трафик, а именно основными конкурентами являются:

1. «Умка», который находится по адресу: ул. Баумана 229/3А.
2. «Мишутка», который расположен по адресу: ул. Ледовского, 20.
3. «Ай, да Гномики», находящийся по адресу: ул. Пржевальского, 76 «А» оф. 1, 9.
4. «Центр материнства и детства», который находится на ул. Розы Люксембург, 215В.

Таблица 1

Качественный анализ конкурентов

Факторы конкурентоспособности	Название детского сада			
	Умка	Мишутка	Ай, да Гномики	Центр материнства и детства
Доступность	Шаговая	Шаговая	Шаговая	Шаговая
Сегмент рынка	Клиенты с высоким и средним доходом	Клиенты с высоким и средним доходом	Клиенты со средним доходом	Клиенты с высоким и средним доходом
Ассортимент услуг	Подготовка к школе, шахматы, логопед, психолог, репетиторы по русскому и математике, английский язык	Продленка, логопед, робототехника, хореография, подготовка к школе, английский язык, ментальная арифметика, изостудия	Нет сайта, поэтому список услуг не предоставлен в свободном доступе	Центр раннего развития, подготовка к школе, консультации психолога и логопеда; дополнительные направления: театр, изостудия, спорт, хореография, пескотерапия, бассейн
Возраст детей	От 2 лет	От 1 года	От 1 года	От 1,5 лет
Отзывы (от 0 до 5)	4,1	3,8	4,2	4,3
Информативность официального сайта	Средняя	Высокая	Нулевая, так как нет сайта	Высокая
Наличие лицензии	Есть	Есть	Нет	Есть

На основе качественного анализа конкурентов дошкольного образования видно, что «Центр материнства и детства» имеет наиболее обширный спектр услуг.

Далее проведем количественный анализ конкурентов в табл. 2, для проведения которого было выбрано 2 эксперта, которым требовалось оценить по бальной системе каждый параметр детского сада и их услуги, после чего присвоить на основе данной оценки коэффициент значимости каждому параметру.

Таблица 2

Определение степени значимости каждого фактора

Параметры	Эксперты		Среднее значение
	1	2	
Стоимость услуги	5	5	0,20
Профессионализм персонала	5	5	0,20
Современные игрушки	4	3	0,14
Дополнительные задания	4	5	0,18
Наличие лицензии у детского сада	2	3	0,10
Питание	4	5	0,18
Итого	24	26	1,00

После определения коэффициентов значимости по каждому рассматриваемому параметру можно приступить непосредственно к самой оценке конкурентов, в которой по каждому конкуренту будет проведена оценка в виде баллов каждым из экспертов по каждому из параметров (табл. 3).

Таблица 3

Оценка конкурентоспособности

Параметр	Коэффициент значимости	Конкуренты							
		Умка		Мишутка		Ай, да Гномики		Центр материнства и детства	
		Баллы	Оценка с учетом коэффициента	Баллы	Оценка с учетом коэффициента	Баллы	Оценка с учетом коэффициента	Баллы	Оценка с учетом коэффициента
Стоимость услуги	0,2	4	0,8	4	0,8	5	1	4	0,8
Профессионализм персонала	0,2	4	0,8	5	1	3	0,6	5	1
Современные игрушки	0,14	4	0,56	4	0,56	3	0,42	5	0,7
Дополнительные задания	0,18	4	0,72	3	0,54	3	0,54	5	0,9
Наличие лицензии у	0,1	5	0,5	5	0,5	3	0,3	5	0,5

Параметр	Коэффициент значимости	Конкуренты							
		Умка		Мишутка		Ай, да Гномики		Центр материнства и детства	
		Баллы	Оценка с учетом коэффициента	Баллы	Оценка с учетом коэффициента	Баллы	Оценка с учетом коэффициента	Баллы	Оценка с учетом коэффициента
детского сада									
Питание	0,18	3	0,54	4	0,72	3	0,54	5	0,9
Итого	1,00	24	3,92	25	4,14	20	3,4	29	4,8

Из количественного анализа, приведенного в табл. 3, можно прийти к выводу, что наиболее конкурентоспособным является детский сад «Центр материнства и детства».

Заключительной оценкой конкурентов является перевод полученных результатов в трехбалльную шкалу, которая будет представлена в табл. 4.

Таблица 4

Итоговая оценка конкурентов

Шкала	Оценка	Конкуренты
3,86–4,13	Низкая	Умка
4,13–4,4	Средняя	Мишутка
4,4–4,68	Высокая	Центр материнства и детства

По результатам количественного анализа приходим к выводу, что основным конкурентом является компания Центр материнства и детства.

Помимо прямых конкурентов на рынке присутствуют и косвенные, которые занимаются подобной деятельностью, такие как центры детского развития.

Таким образом, проведенное исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. Уровень численности населения г. Иркутска стабильно держится в диапазоне от 623 до 624 тыс. чел.

2. Также уровень рождаемости имеет отрицательную динамику рождаемости, но, несмотря на это, проблема нехватки мест в детских садах остается актуальной.

3. Детские сады, как частные, так и муниципальные, переполнены в Иркутской области, и часть детей остается без места в детском саду, что говорит о плохо развитом рынке услуг дошкольного образования.

4. Было выявлено, что в таких районах, как Ленинский и Свердловский, конкуренция меньше, чем в других районах.

5. Был проведен анализ конкурентов в Ленинском районе качественным и количественным способами, которые показали, что конкурентоспособным является частный детский сад «Центр материнства и детства».

Список использованной литературы

1. Агейкина А.В. Проблема нехватки мест в детских садах Приангарья на примере г. Иркутска / А.В. Агейкина, С.Е. Съемщиков // Вестник Ангарского государственного технического университета. — 2017. — № 11. — С. 243–246.

2. Еманова С.В. Педагогика и психология раннего и дошкольного возраста : учеб. пособие / С.В. Еманова. — Курган : Изд-во Курган. гос. ун-та, 2021. — 142 с.

3. Полякова Н.В. Проблемы развития услуг частных детских дошкольных учреждений / Н.В. Полякова, А.А. Петраш // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2015. — Т. 6, № 3. — С. 32.

4. Свободные места в детских садах // Официальный портал Администрации города Иркутска. — Иркутск, 2021. — URL: https://admirk.ru/sectors/obrazovanie/doshkolnoe-obrazovanie.

5. Скоробогатова Ю.А. Роль малых предприятий в социально-экономическом развитии региона / Ю.А. Скоробогатова, А.П. Шагунов // Проблемы управления производственными и инновационными системами : материалы Всерос. науч.-практ. конф. — Иркутск, 2018. — С. 178–183.

6. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: теория и практика : учебник / Е.С. Стоянова. — Москва : Перспектива, 2008. — 656 с.

7. Тертышник М.И. Производственный потенциал предприятия и оценка экономической эффективности производства / М.И. Тертышник // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2021. — Т. 10, № 1 (34). — С. 322–324.

8. Численность постоянного населения Иркутской области по муниципальным образованиям (на начало года) за 2011–2020 гг. // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области. — Иркутск, 2020. — URL: https://irkutskstat.gks.ru/storage/mediabank/post_nas_2020.html.

9. Hatch B.A New Paradigm for Early Child hood Education: Opening doorsthrough virtual kindergarten / B. Hatch // Childhood Education. — 2021. — № 97. — P. 60–63.

10. Liu L. How Do Empowered Leaders Influence the Job Satisfaction of Kindergarten Teachersin China? Evidence from Mediation Analysis / L. Liu, C. Yang, D. Huang // Frontiers in Psychology. — 2021. — № 1. — P. 1–8.

11. Papadakis J.S. Developing and Exploringan Evaluation Tool for Educational Apps (E.T.E.A.) Targeting Kindergarten Children / S. J. Papadakis, J. Vaiopoulou, M. Kalogiannakis, D. Stamovlasis // Sustainability. — 2020. — № 12 (10). — P. 1–10.

12. Purwiyanti N. The effects of learning climate and self-concept on the kindergartens' independence: an experimental study / N. Purwiyanti, V. Yumarni, L. Maula // JCR. — 2020. — № 7 (9). — P. 628–637.

13. Yulianto M. Media Literacyfor Kindergarten Teacherin Assisting Students to Learnvia Gadgets from and at Home / M. Yulianto, P. Hedi, P. Ayun, N. Lailiyah, S. Lestari. — URL: https://eudl.eu/doi/10.4108/eai.9-10-2020.2304759.

Информация об авторах

Фонталов Роман Николаевич — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: fontalov777@mail.ru.

Константинова Лия Файтуловна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: konstantinovalf@yandex.ru.

Authors

Roman N. Fontalov— Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: fontalov777@mail.ru.

Liya F. Konstantinova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Lenina424@yandex.ru.

© Фонталов Р.Н., Константинова Л.Ф., 2022

Секция «ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ
И ЧАСТНЫХ УСЛУГ»

УДК 334.021.1

В.Е. Болдырев, А.В. Юсупова

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИНЯТЫХ С 2020 ГОДА МЕР ПО ПОДДЕРЖКЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В ПЕРИОД РАСПРОСТРАНЕНИЯ НОВОЙ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ (COVID-19)

В статье анализируется влияние мер поддержки, оказанных государством в лице уполномоченных органов и элементов инфраструктуры поддержки, в период распространения новой коронавирусной инфекции. Изучаются мнения ведущих экспертов в области государственной поддержки, обобщается статистика банкротств в период 2020 и 2021 гг., а также предлагается возможное решение проблемы максимального сохранения субъектов малого и среднего предпринимательства в период нестабильной экономической ситуации путем перехода на онлайн-торговлю.

Ключевые слова: малый и средний бизнес; банкротство; меры государственной поддержки; онлайн-торговля.

V.E. Boldyrev, A.V. Yusupova

ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF MEASURES TAKEN SINCE 2020 TO SUPPORT SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES DURING THE SPREAD OF THE NEW CORONAVIRUS INFECTION (COVID-19)

This article analyses the impact of the support measures provided by the State through the authorized authorities and the support infrastructure during the spread of the new coronavirus infection. The author studied the opinions of leading experts in the field of state support, summarized bankruptcy statistics in the period 2020 and 2021, and also proposed a possible solution to the problem of maximizing the preservation of small and medium-sized enterprises in a period of unstable economic situation by switching to online trading.

Keywords: small and medium-sized businesses; bankruptcy; government support measures; online trading.

В связи с началом пандемии Covid-19 и введения по этой причине карантина в апреле 2020 г. малый и средний бизнес понес большие убытки, на грани разорения оказались различные отрасли бизнеса, которые остались без выручки, в общей сложности количество пострадавших составило 6,4 млн человек. Предпринимателям нечем было платить зарплату, а кредитные и арендные обязательства никто не отменял, что и привело к росту банкротств. К примеру, исходя из статистики

Федресурса, количество сообщений об открытии конкурсного производства в отношении юридических лиц и крестьянско-фермерских хозяйств на период с января по сентябрь 2020 г. составляло 7 392 заявления, а с января по сентябрь 2021 г. — уже 7 409 заявлений.

Количество граждан (включая индивидуальных предпринимателей), признанных банкротами, в первом квартале 2021 г. составило 40 569, что на 81,5 % больше [1], чем в первом квартале 2020 г. Возможно, статистика была бы гораздо плачевнее, но благодаря государственной поддержке удалось сдержать резкий рост банкротств и держать статистику на уровне «доковидного» периода 2019 г.

Основной целью данного исследования ставится изучение влияния предпринятых мер государственной поддержки малому и среднему бизнесу в период пандемии Covid-19.

Задачи исследования, сформулированные авторами:

1. Рассмотреть реализованные меры государственной поддержки.

2. Охарактеризовать наиболее пострадавшие от пандемии, по мнению Правительства РФ, сферы предпринимательства.

3. Изучить статистику банкротств за 2020 и 2021 гг.

Полученными результатами проведенного анализа следует считать:

1. Государство, оперативно реагируя на возникшие вызовы, ввело меры в виде выплат и субсидий, отсрочек, рассрочек, налоговых послаблений и льгот.

2. В круг нуждающихся в особом обеспечении вошли девять сфер бизнеса, как крупного, так и относящегося к субъектам малого и среднего предпринимательства.

3. Статистические данные последних двух лет характеризуют рост банкротств как незначительный: фактически количество принятых арбитражными судами заявлений о банкротстве осталось на уровне «доковидного» 2019 г.

Нормативной основой исследования послужило действующее законодательстве, касающееся правового статуса субъектом малого и среднего бизнеса, прежде всего вынужденно принятое в обстоятельствах пандемии — Постановление Правительства РФ от 03.04.2020 г. № 434. Кроме того, в качестве теоретической основы анализа автором была использована общедоступная статистика по процедурам и фактам банкротств, представленная Федресурсом, различные электронные ресурсы — новостные порталы, интервью, пресс-релизы.

Господдержка малого и среднего бизнеса в 2020 г. осуществлялась сразу по нескольким направлениям, включая бюджетные выплаты и субсидии, льготы, отсрочки обязательных платежей и налоговые послабления.

Как известно, постановлением от 3 апреля 2020 г. № 434 Правительство РФ утвердило перечень в наибольшей степени пострадавшей в результате распространения новой коронавирусной инфекции, в данный перечень были включены:

1. Авиаперевозки, аэропортовая деятельность, автоперевозки.

2. Культура, организация досуга и развлечений.

3. Физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт.

4. Деятельность туристических агентств и прочих организаций, предоставляющих услуги в сфере туризма.

5. Гостиничный бизнес.

6. Общественное питание.

7. Деятельность организаций дополнительного образования, негосударственных образовательных учреждений.

8. Деятельность по организации конференций и выставок.

9. Деятельность по предоставлению бытовых услуг населению (ремонт, стирка, химчистка, услуги парикмахерских и салонов красоты) [2].

Правительство РФ ввело следующие виды поддержки для пострадавших отраслей, в частности малого и среднего бизнеса:

Выплаты и субсидии — в данном направлении были утверждены правила безвозмездной помощи малым и средним предприятиям на выплату зарплат сотрудникам и решение других безотлагательных вопросов. Таким компаниям предоставляются средства из расчета один МРОТ на каждого сотрудника. Но в качестве условия для получения поддержки работодатель должен сохранять рабочие места на уровне не менее 90 %.

Льготы — в качестве такой меры Правительством была принята программа предоставления малому и среднему бизнесу краткосрочных целевых займов и льготных кредитов, а также упрощен процесс лицензирования за счет расширения перечня сфер, на которые распространяется принцип «лицензия автоматом» (данный принцип касается сфер разрешения на осуществление деятельности такси, сферы туризма и аттестации аварийно-спасательных служб, аварийно-спасательных формирований).

Отсрочки — такие меры введены в наиболее пострадавших отраслях. Правительство РФ, в частности, увеличило срок уплаты ранее начисленных административных штрафов для них с 60 до 180 дней.

Налоговые послабления — для арендодателей снижены имущественные налоги, а компании с «технической» задолженностью по налогам и сборам до 3 тыс. р. могут претендовать на государственную помощь [3].

Также организации и индивидуальные предприниматели получили особые меры поддержки, в частности:

1. Небольшие льготные кредиты под 0 % годовых на зарплату на 6 месяцев.

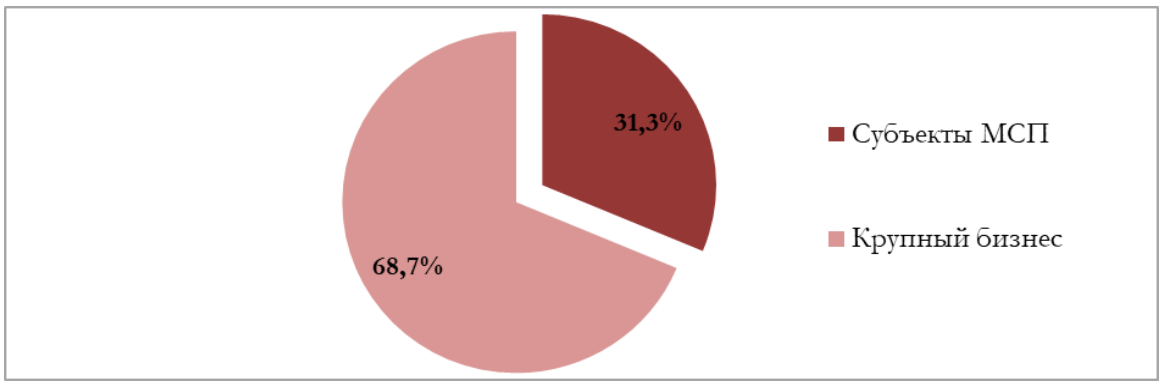
2. Для микропредприятий — перенос срока уплаты страховых взносов на полгода.

3. Для компаний и ИП, включенных в Реестр МСП, — перенос срока уплаты всех налогов, кроме НДС и НДФЛ, на полгода.

4. Для всех представителей МСП — снижение ставки по страховым взносам до 15 %, мораторий на банкротство, штрафы и проверки.

5. Для остальных представителей бизнеса, не включенных в реестр МСП, — перенос срока уплаты всех налогов, кроме НДС и НДФЛ, на три месяца.

Но, исходя из статистики Российского союза промышленников и предприятий, в основном помощь идет крупному бизнесу (68,7 %), а уровень поддержки малого и среднего бизнеса составляет только 31,3 % (рис.) [4].



Доля поддержки малого и крупного бизнеса

Позицию государства можно объяснить тем, что крупный бизнес дает больший доход в бюджет государства, нежели чем малый и средний. В этом видится противоречие государственной политики: пропагандируя развитие и поддержку малого и среднего бизнеса, на практике государственные нормативные механизмы не обеспечивают достаточный уровень такой поддержки, что ведет к стойкому формированию у представителей данного сегмента «комплекса неуверенности в завтрашнем дне», в отличие от крупных организаций.

В период наибольшей активности поддержки государства за 2020 г. статистика банкротств малого и среднего бизнеса составила 1,7 %. Сейчас же, когда меры поддержки существенно сократились и трансформировались, за 2021 г. ожидается, по мнению бизнес-омбудсмена Бориса Титова, что процент банкротства МСП составит 11 %, а то и больше [5]. С другой стороны, по мнению некоторых экспертов, господдержка держит на плаву «компании-зомби», которые с великой долей вероятности без государственной поддержки могли бы обанкротиться.

Несмотря на тот факт, что в России пандемия новой коронавирусной инфекции ожидаемо привела к ухудшению положения отечественного бизнеса, процент банкротств как таковой не привел к катастрофическому положению. К примеру, исходя из статистики Росстата, в 2021 г. ожидается банкротство 8,5 тыс. организаций, в то время как за «доковидный» 2019 год было обнаружено 11,7 тыс. банкротств [6].

Государство действительно оперативно среагировало на фактор возможного резкого роста банкротств бизнеса и предоставило помощь в этот период, что позволяет держать процент банкротств на приемлемом уровне. Однако неизвестно, какая социально-экономическая картина будет формироваться в последующие годы. Например, сейчас государство активно внедряет систему QR-кодов для вакцинированных. Это следует расценить как очень серьезное давление на бизнес, поскольку контакт с потребителем значительно ограничится, как и покупательная способность. Увы, данное решение государственного аппарата, которое повредит многим предпринимателям, можно объяснить по-прежнему высоким уровнем заболеваемости (и это при наличии вакцины) и необходимы жесткие меры для того, чтобы ослабить влияние коронавирусной инфекции на жителей страны, тем самым вернув не только привычный жизненный уклад, но и экономические показатели на уровень того периода, когда коронавирусной инфекции не существовало.

В стабильных и предсказуемых экономических условиях малый и средний бизнес привычно способен развиваться и прогрессировать. Увы, введение QR-кодов в общественных местах может существенно снизить результативность мер, которые были применены для поддержки малого и среднего бизнеса, и вновь допустимо прогнозировать увеличение числа банкротств, несмотря на тот факт, что до сегодняшнего дня подобный сценарий удалось сдерживать.

Ошибочной и бессистемной видится государственная кампания по вакцинации — очевидно, резкое ужесточение системы требований к порядку осуществления предпринимательской деятельности в условиях очередной эпидемиологической «волны» Covid-19 без упредительной и последовательной подготовки бизнеса (в особенности малого и среднего) к существующим реалиям ставит последнего на грань разорения. Рассчитывая на перманентную государственную поддержку, бизнес способен быстро разучиться действовать самостоятельно, а оперативная разработка собственного «плана спасения» зачастую требует достаточно развитой материально-технической базы.

В этой связи видится крайне выигрышным путь тех представителей бизнеса, которые вынужденно или целенаправленно, но все же избрали онлайн-путь. Например, в самый сложный период пандемии именно онлайн-маркетплейсы смогли добиться резкого роста доходов. В частности, едва ли не самый популярный онлайн-магазин Wildberries сумел получить за прошедший год прибыль в объеме 217,7 млрд р. Разумеется, высокая доходность указанного магазина объясняется и его широкой известностью в масштабах страны и ближнего зарубежья. Однако, очевидно, что данный пример следует активно воспринимать в качестве своеобразного руководства к действию едва ли не всем представителям малого и среднего бизнеса — переход на онлайн-торговлю, дистанционное предоставление услуг и выполнение работ способно обезопасить предпринимателя от неблагоприятных проявлений сложившейся экономической ситуации в стране, вызванной и усугубленной пандемией Covid-19.

Список использованной литературы

1. Банкротства в России: итоги 9 месяцев 2021 года. Статистический релиз Федресурса. — URL: https://download.fedresurs.ru/news/Банкротства%20статрелиз%20Федресурс%201-3%20кв.%202021.pdf.

2. Об утверждении перечня отраслей российской экономики, в наибольшей степени пострадавших в условиях ухудшения ситуации в результате распространения новой коронавирусной инфекции : постановление Правительства РФ от 3 апр. 2020 г. № 434 : (ред. от 16.10.2020 г.) // Собрание законодательства РФ. — 2020. — № 15 (ч. IV). — Ст. 2288.

3. Поддержка малого и среднего бизнеса в связи с коронавирусом в 2020 году. — URL: https:// ria.ru/20200428/1570683407.html.

4. Оценка бизнесом финансовых мер поддержки в условиях распространения Covid-19. — URL: https://rspp.ru/activity/analytics/-otsenka-biznesom-finansovykh-mer-podderzhki-v-usloviyakh-rasprostraneniya-covid-19.

5. В 2021 году 11 % малого и среднего бизнеса объявят себя банкротами. — URL: https://sobesednik.ru/dengi/20210225-v-2021-godu-11-malogo-i-sredne.

6. Эксперт: в России господдержка держит на плаву «компании-зомби. — URL: https://regnum.ru/news/economy/3392855.html.

Информация об авторах

Болдырев Вячеслав Евгеньевич — студент, кафедра предпринимательства и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: Boldyrev2000Yugansk@mail.ru.

Юсупова Анастасия Владимировна — старший преподаватель, кафедра предпринимательского и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, mail: yusupova.bgu@gmail.com.

Authors

Vyacheslav E. Boldyrev — Student, Department of Business and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Boldyrev2000Yugansk@mail.ru.

Anastasia V. Yusupova — Senior Lecturer, Department of Business and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, mail: yusupova.bgu@gmail.com.

© Болдырев В.Е., Юсупова А.В., 2022

УДК 338.23

А.Д. Грудинина, И.Б. Королёва

СИСТЕМА КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В РОССИИ: ЗАРОЖДЕНИЕ, РАЗВИТИЕ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

С развитием рыночных отношений все большую актуальность приобретает система корпоративного управления, которая обусловлена необходимостью обеспечения инвестиционной привлекательности, повышения конкурентоспособности корпорации, учета интересов стейкхолдеров. В статье рассматриваются этапы зарождения и развития корпоративного управления в России, дается характеристика современного состояния корпоративного сектора, выявляются особенности и наиболее актуальные проблемы, связанные с организацией и интеграцией системы корпоративного управления на российских предприятиях.

Ключевые слова: система корпоративного управления; кодекс корпоративного управления; особенности корпоративного управления; публичные акционерные общества; акции.

A.D. Grudinina, I.B. Koroleva

CORPORATE GOVERNANCE SYSTEM IN RUSSIA: GENERATION, DEVELOPMENT AND CURRENT PROBLEMS

With the development of market relations, the corporate governance system is becoming increasingly relevant, which is conditioned by the need to: ensure investment attractiveness, increase the competitiveness of the corporation, take into account the interests of stakeholders. The article examines the stages of the origin and development of corporate governance in Russia, describes the current state of the corporate sector, identifies the features and the most pressing problems associated with the organization and integration of the corporate governance system at Russian enterprises.

Keywords: corporate governance system; corporate governance code; features of corporate governance; public joint stock companies; shares.

С развитием коммерческой деятельности и интеграцией бизнеса в общественные отношения, все больше внимания уделяется вопросам открытости компаний, их эффективного управления, прибыльности и обеспечения защиты прав всех стейкхолдеров. Корпоративное управление предназначено для решения этих задач.

Тема корпоративного управления в России обсуждается с середины 1990-х гг. и с тех пор активно исследуется многими экономистами. Вопросами исторического развития корпораций в России, становления и развития корпоративного управления занимались Д. Боброва, А. Зарецкий, Т. Иванова, Е. Кудрявцева, С. Могилевский, В. Прохорова, С. Самойлов, С. Ратнер и др. Однако с развитием

рыночных отношений система корпоративного управления усложнялась и деформировалась. На данный момент отсутствуют научные труды, характеризующие современное состояние корпоративного управления, а также проблемы и трудности, связанные с функционирование корпоративного управления в России. Указанный пробел восполняется данной статьей. Базисом для проведенных исследований явились отчеты крупных корпораций и ежегодные отчеты исследовательских институтов, таких как Центральный Банк и национальный совет по корпоративному управлению.

Целью исследования является анализ зарождения, развития и выявления проблем и трудностей, возникающих в процессе становления системы корпоративного управления в России. Для достижения поставленной цели были определены следующие *задачи*: рассмотреть этапы зарождения и развития корпоративного управления в России, а также выявить наиболее актуальные проблемы, связанные с организацией и внедрением современной системы корпоративного управления на отечественных предприятиях

Исследование проводилось с использованием общенаучных методов статистического, сравнительного и структурного анализа нормативно-правовой базы, статистических и практически данных, их синтеза и систематизации, а также методов абстрактно-логического исследования.

В ходе развития экономики и системы ее регулирования в России сформировался рыночно ориентированный корпоративный сектор. С развитием рыночных отношений стали появляться новые формы собственности предприятий в России. В результате приватизации, стали появляется акционерные общества, наделенные достаточно высокой степенью свободы в принятии управленческих и корпоративных решений, чего не было при плановой экономике. Рассмотрим, как зарождалась и осваивалась система корпоративного управления в России, ключевые события представлены в виде схемы на рис. 1.

Таким образом, историю развития корпоративного управления в России можно разделить на 3 ключевых периода. Зарождение в 1996 г. после появления первой публичной компании в нашей стране. Как и в большинстве, исторических примерах история развития корпоративного управления подчинена историческому циклизму. Если ключевые моменты истории корпоративного управления изобразить графически, получится синусоида, первый пик (вершина) выпадает на 2007 г. первые нормативные постановления и рост количества публичного размещения акций на зарубежных фондовых рынках, из 80 компаний, осуществивших IPO или вторичное размещение акций (SPO), 2/3 вышли на зарубежные площадки [1, с. 86]. По данным компании Standard&Poor’s, занимающийся аналитическими исследованиями финансовых рынков, контрольный пакет акций в 2007 г. в среднем составил 58 % акций. В компаниях, акции которых представлены на зарубежных фондовых рынках, эта доля достигала почти 50 % [1]. Целью было увеличить рыночную стоимость компании, и в перспективе ее продажа на отечественный или зарубежный фондовый рынок («Коркунов», «Вимм-Билль-Данн», «РБК», АФК «Система», НПО «Иркут», «Пятерочка»). В силу ненадлежащего уровня нормативно-правовой базы в области бизнеса и саморегулировании рынка в этот период государственное регулирование практически отсутствовало, проводились

только закупки для государственных нужд. Вследствие тесного сотрудничества государства и бизнеса крупные предприятия перепрофилировались под государственные ресурсы и усилились неформальные связи бизнеса с государством.

Рис. 1. Ключевые события в истории развития корпоративного управления в России

Далее начинается второй период, а на графике это будет спад синусоиды 2008–2010 гг. Нестабильная обстановка в мире, финансовый кризис сдерживают развитие системы корпоративного управления и даже приводят к уменьшению акционерных обществ.

С 2010 г. начинается подъем как экономики в целом, так и системы корпоративного управления. Принимаются нормативные и законодательные акты, совершенствуется сама система, и в 2014 г. Банком России подготовлен и выпущен Кодекс корпоративного управления в России в целях повышения эффективности корпоративного управления в публичных акционерных обществах и бизнес-про-

цессах обществ. Соблюдение положений Кодекса помогает сократить или полностью исключить нарушения прав акционеров, однако отечественная практика все еще сильно отстает от международной.

Таким образом, до пандемии коронавирусной инфекции система корпоративного управления в России находилась на стадии развития, а синусоида росла вверх и увеличивала амплитуду. Совершенствование системы корпоративного управления на отечественных предприятиях проявлялось в привлечении независимых директоров, ведении нефинансовой отчетности, постановке и следовании корпоративным целям и сплочении коллектива.

Однако сейчас, в связи с пандемией, кризиса в системе корпоративного управления в России не избежать, что связано с адаптацией к новым условиям, актуальным проблемам и модернизацией системы корпоративного управления под актуальные задачи. Минимизации кризисных явлений способствует активное внедрение отечественными акционерными обществами в свою деятельность принципов Кодекса корпоративного управления. При этом организации вправе самостоятельно решать, какие принципы соблюдать, а какие нет.

По результатам анализа Отчетов акционерных обществ сохраняется положительная динамика уровня внедрения и качества объяснений причин несоблюдения (частичного соблюдения) принципов и рекомендаций Кодекса (рис. 2).

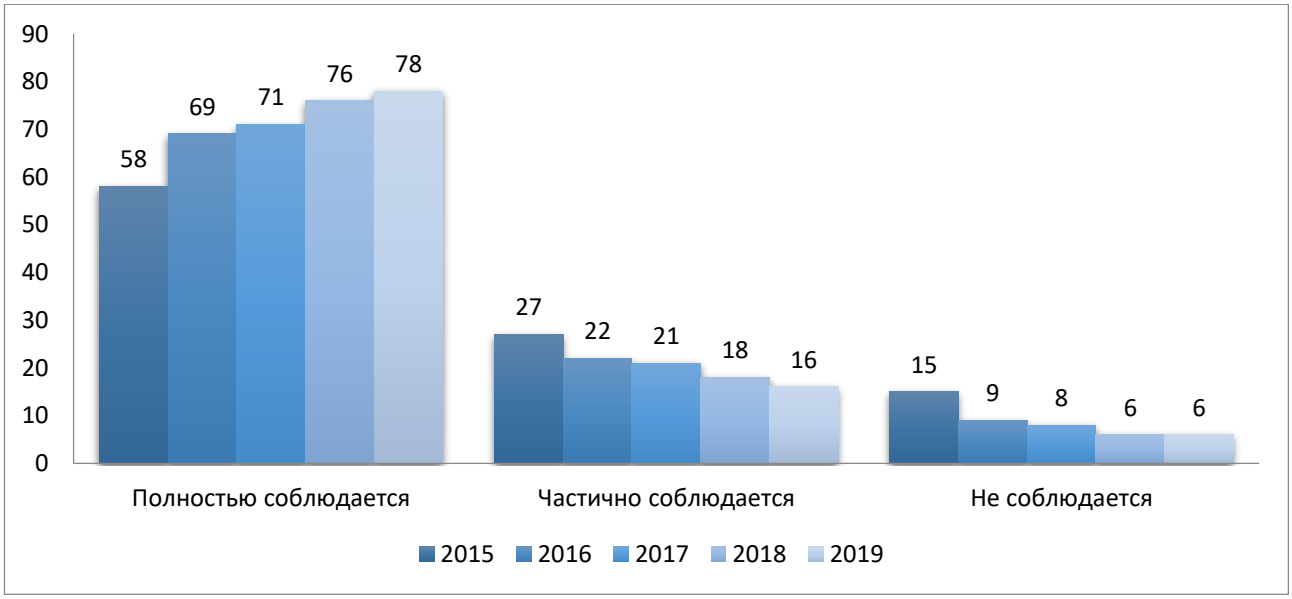


Рис. 2. Среднее число принципов кодекса, которые соблюдают, частично соблюдают и не соблюдают ПАО, % [2]

На сегодняшний день средний уровень внедрения принципов Кодекса отечественными компаниями составил 78 %, что на 2 процентных пункта выше, чем в прошлом году, рост за 5 лет составил 20 %, что говорит о положительной практике внедрения принципов и рекомендаций Кодекса. Кроме того, за весь период мониторинга доля принципов, не соблюдаемых обществами, снизилась в 2,5 раза (рис. 2). Еще одна положительная тенденция — это рост показателя информационное наполнение и содержание разъяснений причин несоблюдения (частичного

соблюдения) принципов. За весь период мониторинга средний уровень качества разъяснений вырос почти в 2 раза.

Одной из основных проблем, с которой сталкивается до 90 % предприятий, — это потребность в инвестициях, что обусловлено значительным уровнем изношенности основных средств, а также преобладанием капиталоемких отраслей в структуре экономики. В связи с этим становится важным такой аспект, как привлечение внешних источников финансирования. Многие компании прибегают к выпуску акций на рынок, преследуя следующие цели: максимизация стоимости долей акций, привлечение денег на более выгодных условиях, поглощение других компаний путем покупки акций и т.д. Важным показателем роста количества публичных компаний является показатель Initial Public Offering. Статистика за последние 10 лет показывает, что сделки IPO российских ПАО на внутренних биржах носят эпизодический характер и являются относительно мелкими, после 2011 г. годовой объем сделок не превышал 1 млрд долл., в 2020 г. объем IPO на Московской бирже составил 587 млн долл., или 0,2 % от объема классических IPO в мире.

О трудностях внутренних IPO свидетельствуют низкие, а иногда и отрицательные значения недооценки (разницы между ценой закрытия акций эмитента в первый торговый день и ценой размещения указанных акций при IPO). За последние 2 года в процессе трех крупных внутренних IPO ПАО «Совкомфлот», группы «Самолет» и «Сегежа Групп» размер недооценки составил соответственно –4,3, 0,3 и –0,4 %. Данный пример свидетельствует о том, что стоимость акций данных компаний в процессе IPO была завышена, а спрос на них со стороны участников биржевых торгов оказался недостаточно высоким. Для сравнения: в процессе двух крупнейших IPO офшорных российских структур — Ozon Group и Head Hunter Group, проведенных на фондовой бирже NASDAQ (США) в 2020 г., размер недооценки акций составил соответственно 34,3 и 24,1 %.

Основным препятствием, сдерживающим рост IPO российских компаний, является недоверие растущих частных компаний к перспективам привлечения рыночных источников финансирования, требующих высокого уровня прозрачности информации об их деятельности, в условиях неопределенностей в сфере инвестиционного климата. Кроме того, проблемы отечественной практики заключаются в правовой системе и ее недочетах, в частности это несовершенство правил и норм в области обеспечения деятельности бизнеса, а также неэффективный контроль со стороны органов государственной власти. В связи с этим необходимо разработать правовую базу для проведения IPO (SPAC) на российских фондовых биржах, преимущественно для квалифицированных инвесторов. Также необходимо усовершенствовать законодательство об инвестиционных фондах с целью упрощения проведения IPO и SPO для венчурных инвестиций и фондов прямых инвестиций, ориентированных на сделки публичного размещения акций российских компаний [3].

В таблице представлен ТОП-10 наиболее капитализированных российских эмитентов, доля которых в 2021 г. из 100 самых дорогих компаний России составила 66,85 %.

Список наиболее капитализированных российских эмитентов
за период 2015, 2019, 2020–2021 гг.

Эмитент	Капитализация, млрд р. (доля в общей капитализации, %)			
	2015	2019	2020	2021
1. ПАО «Газпром»	3 017 (25)	8 177 (19)	5 016 (15)	8 143 (20)
2. ПАО «Сбербанк России»	1 128 (9)	6 654 (16)	5 863 (18)	6 383 (16)
3. ПАО «НК Роснефть»	2 008 (16)	6 321 (15)	4 612 (13)	6 168 (15)
4. ПАО «НОВАТЭК»	1 283 (11)	5 188 (12)	3 808 (11)	5 154 (13)
5. ПАО «ЛУКОЙЛ»	1 828 (15)	4 227 (10)	3 584 (11)	4 574 (11)
6. ПАО «ГМК «Норильский никель»	1 252 (10)	3 575 (9)	3 732 (11)	3 462 (8)
7. ПАО «Газпромнефть»	647 (5)	2 554 (6)	1 595 (4)	2 495 (6)
8. Полюс Золото		1 746 (4)	2 046 (6)	1 775 (4)
9. Yandex N.V.	184 (2)	1 489 (3)	1 631(5)	1 415 (3)
10. ПАО «Сургутнефтегаз»	824 (7)	1 694 (4)	1 284 (4)	1 377 (3)
Всего	12 171	41 625	33 172	40 906

Как видно из таблицы, за 6 лет ТОП-10 практически не изменялся по составу, были только незначительные изменения в рейтинге, что говорит о высоком влияние определенного круга корпораций. Большинство компаний принадлежит таким секторам экономики как нефтегазовая и финансовая отрасли. Если в 2015 г. акции выпускались на отечественный фондовый рынок, сейчас для компаний характерно преобладание на иностранном рынке, в России же значительная доля акций принадлежит государству или компаниям. Большие скачки в денежном выражении вызваны изменением курса национальных валют, так как данные для таблицы брались в долларах.

Американский журнал Forbes ежегодно публикует рейтинг Global 2000, в который входят крупнейшие компании мира. В 2021 г. в рейтинг включены 24 российские компании (в 2019 г. этот показатель составил 23), однако есть потенциал роста, так как значение невелико, это меньше числа компаний других стран БРИК и развитых стран [5].

В целом в России складывается благоприятная инфраструктура для развития корпоративного управления, однако еще остается целый ряд нерешенных проблем, сдерживающих предпринимательскую деятельность в стране и инвестиционную активность. На рис. 3 представлены актуальные проблемы в российской системе корпоративного управления.

В отечественной практике преобладает доминирование мажоритарных акционеров, нередко уровень концентрации собственности бывает настолько высоким, что владелец управляет всеми процессами в компании, вследствие чего происходит нарушение принципа разделения собственности и управления.

В пятерку крупнейших эмитентов по капитализации вошли такие компании, как Газпром, Сбербанк, Роснефть, Лукойл, Новатэк, доля которых в капитализации 100 крупнейших компаний составила 52,9 %, что говорит об очень высокой концентрации капитала.

Рис. 3. Проблемы системы корпоративного управления в России

Одной из основных целей современной экономической политики государства является улучшение инвестиционного и делового климата в стране, а в условиях усиления санкций и пандемии короновируса — разработка мер по упрощению и поддержки деятельности корпораций в разных секторах экономики. В этих условиях необходимо совершенствовать и развивать российское корпоративное законодательство и корпоративное управление, а в методологическом аспекте стоит учесть и уделить внимание основам устойчивого развития общества.

Российские компании выходят на новый уровень развития бизнеса, когда первостепенные цели — это повышение капитализации и выход на мировые рынки. Для достижения этих целей предприятиям необходимо больше внимания уделять внутренним аспектам, таким как совершенствование дивидендной политики, внутренней информации ее открытости и прозрачности, соблюдение прав акционеров, контроль менеджеров, вовлеченность сотрудников в деятельность

компании, внедрение международных практик и т.д. Из мер, которые активно используются в иностранных компаниях, но на отечественных пока не нашли должного применения, — это участие в совете директоров представителей работников. Также необходимо отметить, что совершенствоваться система корпоративного управления должна постоянно, изменятся под условия времени.

Система корпоративного управления в России прошла путь от зарождения в процессе приватизации государственной собственности и образования акционерных компаний, их развития и модернизации в кризисные времена и их выхода на международный финансовый рынок. Сейчас система корпоративного управления приобретает особое значение, ее внедрение способствует эффективному управлению компании, повышению доверия со стороны инвесторов.

Одной из основных целей современной экономической политики государства является улучшение инвестиционного и делового климата в стране, а в условиях усиления санкций и пандемии короновируса — разработка мер по упрощению и поддержки деятельности корпораций в разных секторах экономики. В этих условиях необходимо совершенствовать и развивать российское корпоративное законодательство и корпоративное управление, а в методологическом аспекте стоит учесть и уделить внимание основам устойчивого развития общества.

Список использованной литературы

1. Дементьева А.Г. Практика принятия решений в глобальном бизнесе / А.Г. Дементьева. — Москва : Инфра-М, 2014. — 336 с.

2. Обзор практики корпоративного управления в Российских публичных обществах по итогам 2019 года // Банк России. — 2020. – № 5. — URL: https://vk.com/doc181778394_615604988?hash=b0cb5aae7fff494843&dl=fc36e632834ae50ddf.

3. Опыт и уроки публичных размещений акций на фондовых рынках США, Китая и России / А.Е. Абрамов [и др.] // Мониторинг экономической ситуации в России: тенденции и вызовы социально-экономического развития. — 2021. — № 9 (141). — С. 22–27.

4. Капитализация компаний в России // Калькулятор — справочный портал. — URL: https://www.calc.ru/Russia/kapitalizaciya.html.

5. GLOBAL 2000. How The World's Biggest Public Companies Endured The Pandemic / A. Murphy [and others] // Forbes. — 2021. — URL: https://www.forbes.com/lists/global2000/#3954803d5ac0.

6. Национальный доклад по корпоративному управлению / под ред. С.А. Поршакова. — Москва : Нац. совет по корпоратив. упр., 2020. — № 12. — 304. — URL: https://nokc.org.ru/wp-content/uploads/2021/05/nsku_2020_final1.pdf.

7. Радыгин А. Российский рынок слияний и поглощений: этапы, особенности, перспективы / А. Радыгин // Вопросы экономики. — 2009. — № 10. – С. 14–27.

Информация об авторах

Грудинина Анастасия Дмитриевна — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: nastya_grudinina@mail.ru.

Королёва Ирина Борисовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: fine-1@yandex.ru.

Authors

Anastasia D. Grudinina — Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: nastya_grudinina@mail.ru.

Irina B. Koroleva — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: fine-1@yandex.ru.

© Грудинина А.Д., Королёва И.Б., 2022

УДК 368.1

О.Н. Гудас, М.Н. Степанова

СТРАХОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

В данной статье рассматриваются и анализируются риски бизнеса в сфере торговли, особенности их минимизации посредством передачи в страхование. Исследуется рынок страховых услуг с целью поиска наиболее выгодных предложений для предпринимателя, анализируется законодательная база в сфере имущественного страхования. Данный вопрос имеет весомую актуальность, поскольку каждый предприниматель идет на риск. С одной стороны, риск может быть оправдан, с другой стороны, он может привести к неблагоприятным последствиям, которые порой влекут за собой серьезные убытки.

Ключевые слова: страхование; страховой случай; риск; страховая выплата; организация.

O.N. Gudas, M.N. Stepanova

INSURANCE AS A TOOL FOR TRADE RISK MANAGEMENT

This article considers and analyses business risks in the sphere of trade, minimisation of risks by concluding an insurance contract. The insurance market is investigated in order to find the most profitable offers, the legislative base is analyzed. This question is very topical because every entrepreneur takes a risk. On the one hand, the risk can be justified, on the other hand it can lead to adverse consequences, which sometimes entail serious losses.

Keywords: insurance; insured event; risk; insurance payout; organization.

Актуальность минимизации рисков и убытков сохранятся уже очень долгое время, так как с каждым годом количество коммерческих предприятий растет. Предпринимателей, желающих открыть свою компанию, становится все больше, а значит, что совокупность рисков тоже становится больше. По данным Федеральной налоговой службы Российской Федерации, по состоянию на 1 ноября 2021 г. на рынке работают 3 288 240 юридических лиц, из которых 2 683 213 — коммерческие организации [1], что составляет большую часть их совокупности (81,6 %). Каждая коммерческая организация в первую очередь заинтересована в получении прибыли, это означает, что компания будет искать способы снижения своих рисков для целей минимизации убытков и рано или поздно столкнется со страхованием.

Сфера торговли — очень широкая сфера хозяйства. Она включает в себя обслуживание покупателей, доставку товаров, их хранение и подготовку к продаже. В данном случае, риск коммерческой организации, предпринимателя может быть представлен как событие, которое влечет за собой убытки, связанные

с вышеперечисленными процессами в сфере торговли. Если при этом риски обладают признаками вероятности и случайности, то, согласно ст. 9 закона РФ от 27.11.1992 г. № 4015-1 (ред. От 02.07.2021) «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 10.09.2021 г.), такой риск может являться страховым риском [2]. Каждая страховая компания работает с собственным перечнем страховых рисков, поэтому условия, существующие на рынке, могут отличаться, однако часть из них является стандартным набором защиты:

1. Риск, связанный с потерей имущества в результате стихийных бедствий (пожаров, наводнений, землетрясений, ураганов и т.п.).

2. Риск, связанный с потерей имущества в результате кражи (хищения имущества работниками предприятия, хищения третьими лицами).

3. Риск, связанный с утратой имущества в результате аварийных ситуаций на производстве.

4. Риск утраты или порчи имущества во время транспортировки.

5. Риск, связанный с отчуждением имущества в результате неправомерных действий местных органов власти или других собственников.

6. Преднамеренные действия третьих лиц, направленные на повреждение застрахованного имущества.

7. Повреждение водой или другими жидкостями из систем водоснабжения, отопления, канализации или других аналогичных систем.

8. Повреждение водой из систем автоматического пожаротушения.

9. Наезд транспортных средств.

10. Воздействие дыма, звуковой ударной волны.

11. Иные риски внешнего воздействия.

Прежде чем предприниматель будет заключать договор страхования, ему необходимо оценить все факторы в пользу страхования и факторы против страхования. Среди факторов в пользу страхования можно выделить:

1. Деятельность компании приводит к наступлению страхового случая.

2. Экспортно-импортная трансграничная перевозка (CIF, CIP — обязательное условие страхования).

3. Компания работает непрерывно, страховой случай может наступить в любой момент.

4. Наличие особой ценности имущества предприятия.

5. Неблагоприятные условия, в которых работает компания и находится ее имущества.

6. Чужой положительный пример возмещения убытка за счет страхования.

7. Плановость деятельности. Затраты на страхование регулярно включаются в состав плановых бюджетных затрат — в предсказуемых объемах, в отличие от потерь.

8. Есть система «риск-менеджмента» на предприятии, которой можно активно пользоваться (см. ниже).

Среди факторов, против страхования, можно выделить:

1. Высокая склонность предпринимателя к риску.

2. Если уровень риска представляется невысоким.

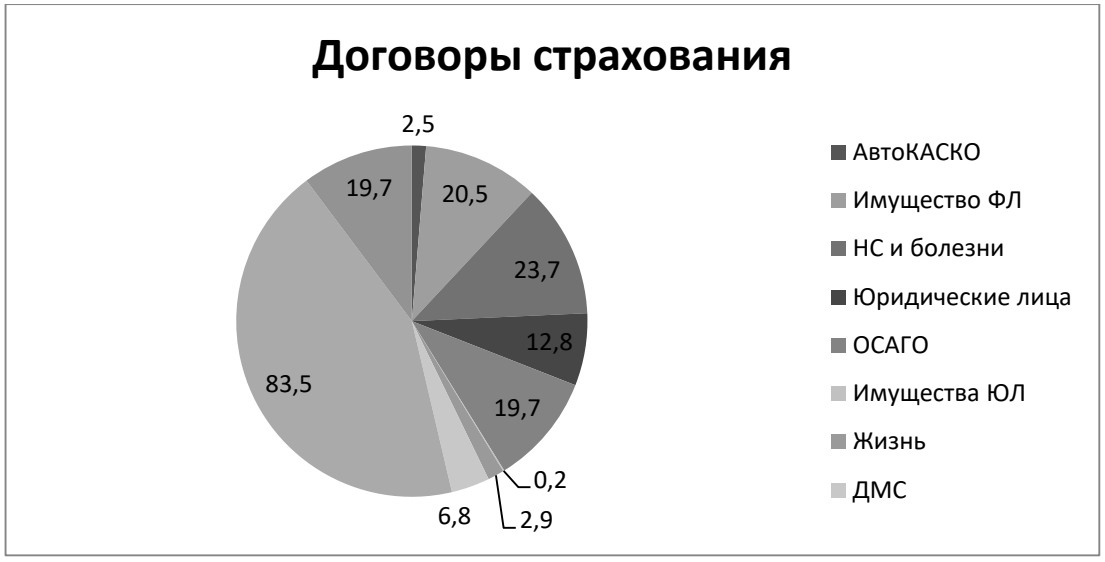
Система «риск-менеджмент» является системой управления рисками, т.е. инструментом в достижении необходимого баланса между прибылью и сокращением убытков организации.

Один из первых документов, главная цель которого — предупреждение предпринимателя о мерах и действиях, в случае, когда какие-либо риски избежать не удается, — это международный стандарт ИСО 31000:2018 «Менеджмент риска. Принципы и руководство» (ISO 31000:2018 «Risk management — Guidelines», IDT).

В отличие от Запада, в Российской Федерации внедрение данных стандартов не является обязательной процедурой, тем не менее компания, которая внедряет принципы ГОСТ Р ИСО 31000-2019, получает гарантии уверенного роста.

Возвращаясь к вопросу оценки всех возможных факторов, стоит сказать, что, наиболее важным этапом является оценка рынка страховых услуг. Непосредственно необходимо оценить количество страховых компаний, готовых предоставить соответствующие услуги, выявить лидеров рынка страхования в данной сфере, среди лидеров сравнить условия, которые компании предоставляют.

По данным Банка России, на 30.06.2021 г. зарегистрировано 149 страховых организаций (рис.), где было заключено 96,3 млн договоров страхования только за первое полугодие [3].



Структура страхового рынка по состоянию на 30.06.2021 г.

Таким образом, мы видим (очень условно, так как и ДМС, и СНС, и КАСКО тоже содержат в своей структуре договоры корпоративного страхования), что почти каждый пятый договор страхования — это договор с участием юридического лица, что позволяет сделать предположение о развитой системе страхования для юридических лиц.

Несколько главных функций уставного капитала: гарантийная функция, репутационная функция. Гарантийная функция свидетельствует о том, что если компания банкротится, то у нее будут деньги, покрыть свои долги. Суть репутационной функции в том, что связь между уставным капиталом и репутацией компании прямо пропорциональна. Чем выше уставный капитал компании, тем выше доверие к ней.

Таким образом, уставный капитал — один из главных критериев, свидетельствующих о размерах компании, доверии к ней, размере предоставляемых гарантий.

Благодаря реестру страховых компаний можно выделить лидеров рынка, беря во внимание уставный капитал (табл. 1).

Таблица 1

Лидеры рынка страхования Российской Федерации
(по данным на 2–3 квартал 2021 г.)

Компания	Уставный капитал, тыс. р.	Количество видов страхования
«СОГАЗ»	25 061 122	28
«Росгосстрах»	19 580 150	28
«Ингосстрах»	17 500 000	28
«АльфаСтрахование»	15 000 000	27
«РЕСО-гарантия»	10 850 000	26
«Югория»	8 155 430	26
«АльфаСтрахование — ОМС»	7 500 000	1
«ВТБ страхование»	5 500 000	27
«СОГЛАСИЕ»	5 390 740	26
«Капитал лайф страхование жизни»	4 100 000	8
«ВСК»	3 650 000	26

Конечно, рассмотреть только уставный капитал недостаточно, тем не менее можно выделить абсолютных лидеров рынка страхования — компании, чей уставный капитал выше 10 000 000 тыс. р. Далее предлагается, опираясь на данные статистической формы отчетности Банка России (за 1-е полугодие 2021 г.), рассмотреть отраслевое страхование в данных компаниях [4] (табл. 2).

Таблица 2

Отраслевое страхование лидирующих компаний страхового рынка
Российской Федерации, тыс. р.

Компания	Критерий сравнения				
	Имущественное страхование (всего)	Страхование имущества (всего)	Страхование транспортных средств*	Страхование грузов	Прочее имущество юридических лиц
«СОГАЗ»	61 666 653 790	44 806 471 820	1 373 619 070	8 009 816 566	34 315 805 598
«Росгосстрах»	46 527 196 861	45 853 339 629	421 245 939	151 011 693	2 550 723 262
«Ингосстрах»	21 166 182 250	10 646 024 669	964 233 120	2 335 038 488	6 156 579 809
«АльфаСтрахование»	22 348 488 147	15 959 269 708	856 526 922	6 547 322 191	7 472 757 700
«РЕСО-гарантия»	7 287 672 956	6 129 054 571	174 606 315	1 777 310 230	2 642 832 982

* «Страхование транспортных средств» включает в себя страхование всех видов транспорта: наземный транспорт, воздушный транспорт, водный транспорт. Исключением является компания «РЕСО-гарантия», так как она не проводит страхование воздушного транспорта. Каждый из представленных критериев отражает страховую сумму по договорам страхования, заключенным в отчетном периоде, т.е. 1-е полугодие 2021 г.

Из табл. 2 мы видим, что абсолютным лидером рынка имущественного страхования юридических лиц является компания «СОГАЗ», хотя сравнительным преимуществом страхования имущества обладает компания «Росгосстрах».

Выбирая страховую компанию, предприниматель будет определять не только наиболее выгодную компанию с хорошей репутацией, но и предоставляемые программы. Возможный перечень программ страхования в сфере торговли определяется из ее состава. Сфера торговли включает в себя:

1. Обслуживание покупателей.
2. Доставку товаров.
3. Хранение товаров.
4. Подготовку к продаже.

Таким образом, возможные программы страхования в данной сфере услуг: страхование грузов, товаров, перевозчиков и иные.

Среди уже упомянутых компаний можно выделить лидеров по отдельным программам. Как правило, если та или иная компания специализируется на каком-либо виде имущественного страхования, то у нее есть хорошая программа. В качестве одного из критериев можно рассматривать долю страхования имущества и грузов юридических лиц, по отношению к доле страхования физических лиц. Исходные данные — статистическая форма отчетности Банка России (за 1-е полугодие 2021 г.).

Таблица 2

Отраслевое страхование лидирующих компаний страхового рынка Российской Федерации (долевое), %

Компания	Критерий сравнения		
	Доля страхования имущества физических лиц	Доля страхования грузов	Доля страхования прочего имущества юридических лиц
«СОГАЗ»	1,7	12,98	55,64
«Росгосстрах»	91,7	0,30	5,50
«Ингосстрах»	5,6	11,00	29,00
«АльфаСтрахование»	4,3	29,30	33,40
«РЕСО-гарантия»	14,3	24,40	36,26

Было выявлено, что компания «Росгосстрах» в основном страхует имущество физических лиц, тогда как «СОГАЗ», «Ингосстрах», «АльфаСтрахование», «РЕСО-гарантия» преимущественно занимаются страхованием имущества юридических лиц.

Таким образом, рекомендация для предпринимателей, работающих преимущественно в сфере торговли, состоит в том, что при необходимости минимизации рисков стоит обязательно обратить внимание на страхование. Но прежде чем заключить договор страхования, необходимо оценить все факторы в пользу страхования и против страхования. Также необходимо тщательно изучить страховой рынок с целью выбора страховой компании и программы страхования.

Подводя итог, хотелось бы сказать, что, хоть в сфере торговли и существует множество разнообразных рисков, которые могут повлечь серьезные убытки, но также существует отличной способ защитить себя и уменьшить данные убытки. Договор страхования — один из таких способов. Как мы выяснили, компании готовы предоставить программы страхования большей части сферы торговли.

Список использованной литературы

1. Сведения о работе по государственной регистрации юридических лиц по состоянию на 01.11.2021 // Федеральная налоговая служба. — URL: https://www.nalog.gov.ru/rn77//related_activities/statistics_and_analytics/forms/10553558.

2. Об организации страхового дела в Российской Федерации : федер. закон от 27 ноября 1992 г. № 4015-1ФЗ // СПС КонсультантПлюс.

3. Реестр страховых организаций — страховщики, перестраховщики, брокеры // Страхование сегодня. — URL: https://www.insur-info.ru/register.

4. Данные статистической формы отчетности по отдельным страховщикам // Банк России. — URL: https://www.cbr.ru/statistics/insurance/report_individual_ins/?UniDbQuery.Posted=True&UniDbQuery.DtType=1&UniDbQuery.To=2019.

Информация об авторах

Гудас Олег Николаевич — студент, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: vonemaa@mail.ru.

Степанова Марина Николаевна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: StepanovaMN@bgu.ru.

Authors

Oleg N. Gudas — Student, Department of World Economy and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: vonemaa@mail.ru.

Marina N. Stepanova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of World Economy and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: StepanovaMN@bgu.ru.

© Гудас О.Н., Степанова М.Н., 2022

УДК 658

А.В. Дворников, Ю.А. Скоробогатова

ВНЕДРЕНИЕ CRM-СИСТЕМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ

Обосновывается целесообразность внедрения CRM-системы на предприятиях. В настоящее время CRM-система применяется для повышения конкурентоспособности компаний, повышения ее управленческой деятельности, а также отслеживания всех бизнес-процессов в компании. Применение данной системы позволяет компании повысить свою эффективность.

Ключевые слова: CRM-система; предпринимательская деятельность; повышение эффективности предприятий.

A.V. Dvornikov, Yu.A. Skorobogatova

THE INTRODUCTION OF A CRM SYSTEM IN AN ORGANIZATION AS A WAY TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF THE COMPANY

The expediency of implementing a CRM-system at enterprises is substantiated. Currently, the use of a CRM-system is used to increase the competitiveness of companies, improve their management activities, as well as track all business processes in the company. The use of this system allows the company to increase its efficiency.

Keywords: CRM-system; entrepreneurial activity; improving the efficiency of enterprises.

В данный момент времени внедрение инноваций в деятельность предприятий является важным процессом, который способствует не только росту конкурентоспособности предприятия, но формирует эффективные взаимоотношения с клиентами, которые обеспечивают прибыль предприятию.

Сегодня руководители большинства организаций сталкиваются с проблемой, которая заключается в том, что количество потребностей клиента постоянно увеличивается, и необходима такая услуга, которая дает возможность персонализировать потребность каждого конкретного клиента или товара, или услуги, а также которая дает возможность адаптировать их к конкретным потребностям.

Для таких ситуаций особенно важно снизить затраты, а точное планирование и активная работа с уже имеющимися клиентами будут направлены на их удержание. Без единой целостной базы данных, в которой будут собраны все данные о клиентах, а также полная информация обо всех конкретных взаимодействиях с ним, предприятие может потерять возможную прибыль из-за того, что работа предприятия организована недостаточно эффективна, и информация о заключенных контрактах и взаимодействиях может быть потеряна, при достаточно большом количестве клиентов.

В настоящее время руководители признают, что только оптимизация производства способна определить критические проблемы предприятия. Это чаще всего наблюдается на предприятиях, обслуживающих независимо от качества производимой продукции или услуг, а напрямую зависит от улучшения взаимодействия предприятия с клиентами.

Информационные технологии, вышедшие на качественно новый уровень за последнее десятилетие, значительно увеличивают способности эффективного управления, из-за того, что в распоряжении руководителей, финансистов, маркетологов, руководителей новых производственных технологий, менеджеров по экономическому анализу, подобная система будет являться незаменимой для принятия управленческих и организационных решений.

Объектом исследования рассматривается CRM-система. Предметом исследования являются теоретические и практические вопросы применения CRM-систем на предприятиях, их цели, задачи, функции и их роль.

Цель этого исследования — улучшить процесс участия клиентов на основе внедрения CRM-систем на предприятиях.

Исходя из описанной цели, следует обозначить несколько задач:

1. Рассмотреть цели, задачи, функции, виды платформ CRM-систем и определить их роль.

2. Проанализировать существующие подходы к организации CRM-систем в бизнесе и методики оценки эффективности внедрения систем.

Методологическая основа исследования — комплекс мер научного познания, включающий в себя анализ, наблюдение, методы статистического и сравнительного анализа.

Столкнувшись с резко возросшей необходимостью обработки, анализа и распространения данных, многие организации сами почувствовали последствия развития информационных технологий.

В современном мире CRM является средством управления отношениями клиентами, в том числе включает в себя множество эффективных средств, которые могут помочь и повысить эффективность работы за счет автоматизации бизнес-процессов в бизнесе. Поддержка этих бизнес-целей включает в себя обработку данных, т.е. сбор, организацию, хранение и анализ информации о потребителях и поставщиках, а также о партнерах.

CRM (Customer Relationship Management на английском языке) понимается как управление взаимоотношениями с клиентами, т.е. это своего рода программное обеспечение, которое обеспечивает стратегии автоматизации процессов для повышения качества взаимоотношений как с потенциальными, так и с существующими клиентами. Благодаря CRM повышается эффективность продаж, улучшаются программы маркетинга, а также происходит повышение качества обслуживания клиентов, хранение истории операций клиента, создания с ними бизнес-процессов, дальнейшего их анализа и улучшения.

Если подробно разобраться в понятии CRM, необходимо исходить из его названия, основное значение: Client — клиент/покупатель, Relationship — отношение, Management — управление. Так или иначе CRM-системой возможно назвать каждый вариант учета и контроля, способный улучшать взаимоотношения

с клиентами. Даже в том случае, если этот вариант находится на бумаге или в файле Excel, и оказывает помощь в контроле взаимодействия с потребителями — при этом указанные варианты можно считать своего рода CRM-системой. Необходимо отметить, что такие способы ведения учета данных уходят в прошлое, поэтому сегодня, когда говорят о CRM-системе, обычно понимают под специализированным программным обеспечением [1, с. 44–51].

В современных условиях, когда ситуация с экономикой в стране нестабильна, внедрение и адаптация CRM-системы является достаточно актуальной, так как общий спрос снижается, а необходимость работы с клиентами, которые уже имеются, повышается. В условиях нестабильной экономической ситуации в стране, внедрение и адаптация CRM-системы обладает особенной актуальность, потому что при падении общего спроса, возрастает необходимость работы уже с существующими клиентами и происходит повышение качества системы управления продажами.

Настоящая система создана для того, чтобы качество обслуживания клиентов получило возможность создать необходимую систему мотивации, которая в будущем способна раскрыть различные потенциалы людей, работающих в данной компании. Если система сможет автоматизировать процесс и сможет освободить определенный процент затрат продавцов или менеджеров, то они смогут использовать данное время для переговоров с клиентами и это время уйдет на заключение хотя бы одной дополнительной сделки и от этого уже будет возможно подсчитать экономический эффект.

CRM необходимы для тех фирм, в которых есть огромнейшая конкуренция, например, при увеличении лояльности покупателей, нужно сделать вспомогательный рычаг в конкурентной борьбе. Эта вероятность может сделать прирост покупателей на неизменной базе, а также сделать прирост численности закупок, а еще и поддерживать общение с почти всеми покупателями и не забывать о них, это станет очень важным фактором для фирм, в которых большие количество покупателей.

Таким образом, целями CRM-системы можно определить следующее:

– снижение количества управленческого персонала;
– увеличение уровня продаж;
– повышение эффективности работы с клиентами;
– сохранение истории взаимоотношений с клиентами сотрудников компании;
– улучшение внутренней работы предприятия.

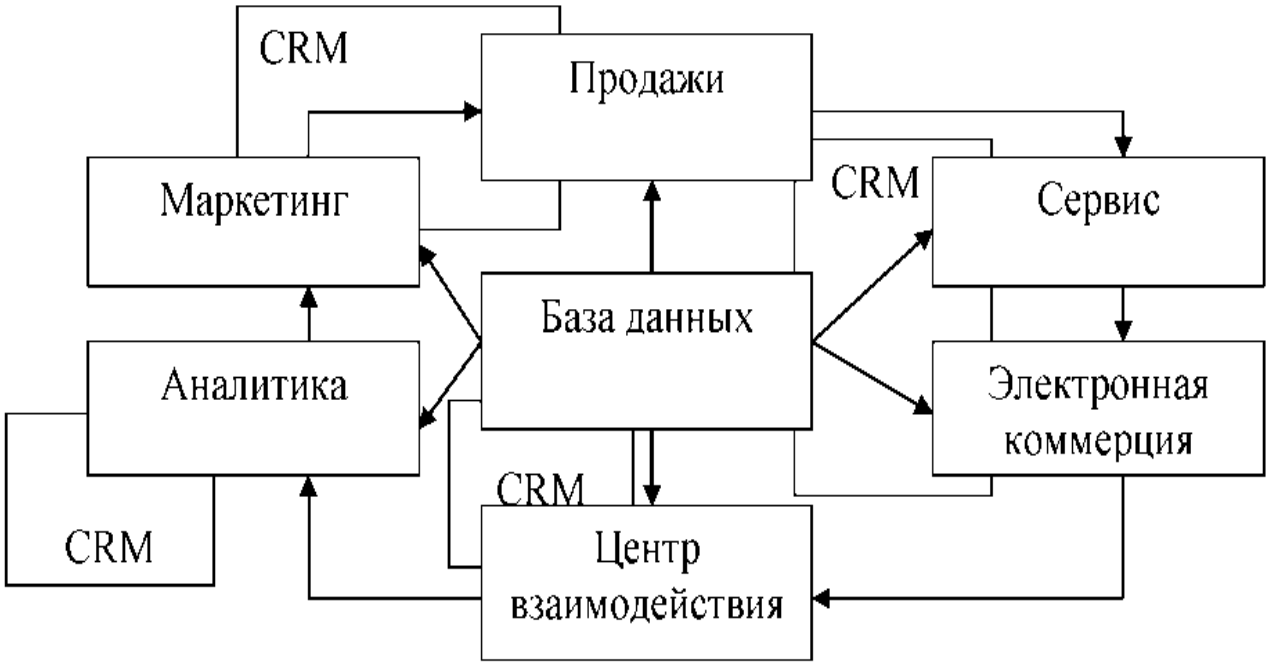
Самой важной целью внедрения CRM является создание общей экосистемы, которая способна привлечь потенциальных клиентов и поддерживать взаимоотношения с уже имеющимися клиентами, для того чтобы предприятия могли позволить себе увеличить собственные продажи, в результате чего получить дополнительную прибыль. CRM-система способна создать полное представление об управлении продаж:

– повысить прозрачность в сфере обслуживания;
– помочь предприятию разработать лояльность клиентов;

– способствует правлению совершенно новых клиентов, и сохранению существующих;

– обеспечить сбор информации о клиентах, тем самым создать улучшенную клиентскую базу.

CRM-системы включают в себя некоторые из следующих функций, отраженных на рисунке. Их можно рассматривать как управление коммуникациями, представляющее защиту информации о клиентах и истории взаимодействия с ними. CRM-системы также организуют текущие мероприятия, характеризующиеся введением бизнес-дневника и календаря в торговых целях.



Функции CRM

На современном этапе развития CRM-систем, разработчики представляют огромный ряд программных продуктов, которые направлены на автоматизацию бизнес-процессов и взаимоотношений с клиентами. Конкретно каждый решает поставленные задачи и адаптируется к определенным спецификам фирмы.

В секторе B2B (Business-to-Business) могут возникнуть такие серьезные моменты, как пунктуальность менеджеров, поиск и отправка информации о самых новых продуктах предприятия, моментальная регистрация вновь созданных заказов клиентов и др.

Несмотря на все это в процессе применения CRM становится важным вопрос, эффективны ли все эти действия и действительно ли они работают над вовлечением клиентов. К примеру, в «социальном» магазине возможно сделать дизайнерский ремонт, и это благородный шаг, но с точки зрения ведения предпринимательской деятельности он не является средством привлечения клиентов, а скорее может привести к необоснованным затратам или, возможно, к убыткам.

Таким образом, можно приводить большое количество примеров, когда желание сделать что-то из добрых намерений может обернуться потерями для бизнеса, следовательно, любые попытки повысить эффективность продаж с помощью привлечения новых клиентов или повышения лояльности клиентов должны быть проанализированы с точки зрения экономики и полученных экономических эффектов [2].

С учетом вышеизложенного, CRM-системы способствуют оптимизации маркетинговых затрат, поскольку CRM-системы помогают оценить и снизить затраты на продвижение продукции. Эти системы также автоматизируют работу менеджеров по продажам. Любая автоматизация делает работу сотрудника более эффективной, а реализация программы CRM помогает повысить эффективность работы руководителей коммерческих отделов (как в сфере продаж, так и в сфере закупок).

Подводя итог, можно сделать следующие выводы:

1. CRM помогает предприятию автоматизировать большую часть документооборота предприятия, которая включает в себя информацию о клиентах, регистрацию заключенных договоров и остальных необходимых для функционирования предприятия.

2. CRM-системы автоматизируют работу менеджеров, благодаря которой появляется возможность планирования рабочего времени и внесения информации о проведенных переговоров, способность контролировать заключенные сделки и др.

3. CRM-система благодаря единой базе объединяет историю по ведению переговоров по каждому конкретному клиенту.

На сегодняшний день внедрение CRM-системы является необходимым этапом развития предприятий любого масштаба, который позволяет преуспеть на рынке в долгосрочной перспективе. Их способность понимать и прогнозировать спрос, эффективно управлять портфелем имеющихся продуктов, принимать решения, подкрепленные глубокими знаниями потребителя, важна как для крупнейших компаний, так и для малого и среднего бизнеса.

Список использованной литературы

1. Горбунова Е.А. Поддержка клиентов в стратегии CRM / Е.А. Горбунова // Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования. — 2021. — № 6. — С. 44–51.

2. Попова Е.И. Роль CRM-систем в повышении эффективности деятельности компании / Е.И. Попова // Известия Института систем управления СГЭУ. — 2017. — № 1 (15). — С. 344–347.

Информация об авторах

Дворников Александр Владимирович — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: foxirk@gmail.com.

Скоробогатова Юлия Александровна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности,

Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

Authors

Alexander V. Dvornikov — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: foxirk@gmail.com.

Yulia A. Skorobogatova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

© Дворников А.В., Скоробогатова Ю.А., 2022

УДК 336.14:353(57)

А.А. Логачева, А.Ф. Шуплецов

СЕТЕВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ И ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

На сегодняшний день сфера общественного питания является одним из самых распространенных видов предпринимательской деятельности в сфере оказания услуг населению. В сферу общественного питания входят услуги кафе, ресторанов, столовых, баров, буфетов, закусочных, предприятий быстрого обслуживания (фаст-фуд) и др. Современный рынок предпринимательской деятельности характеризуется высокой конкуренцией в большинстве сфер хозяйственной деятельности, в частности это касается и рынка общественного питания. В данных условиях реализация мероприятий по повышению конкурентоспособности фирмы становится наиболее перспективным направлением развития деятельности большинства компаний.

Ключевые слова: сетевое предпринимательство; сфера общественного питания; конкурентоспособность сетевых предприятий; сеть предприятий; конкурентоспособность в сфере общественного питания.

A.A. Logacheva, A.F. Shupletsov

NETWORK FOOD SERVICES OF THE IRKUTSK REGION AND THEIR COMPETITIVENESS

Today the catering sector is one of the most common types of entrepreneurial activity in the provision of services to the population. The public catering sector includes the services of cafes, restaurants, canteens, bars, canteens, snack bars, fast food service establishments (fast food), etc. The modern business market is characterized by high competition in most areas of economic activity, in particular, this applies to the public catering market. In these conditions, the implementation of measures to improve the competitiveness of the company is becoming the most promising direction for the development of the activities of most companies.

Keywords: network entrepreneurship; the sphere of public catering; competitiveness of network enterprises; network of enterprises; competitiveness in the field of public catering.

В качестве направления повышения конкурентоспособности все чаще реализуют сетевую систему ведения бизнеса. В концепции сетевого ведения бизнеса каждый субъект рынка реализует свою деятельность в тесной связи и взаимодействии с другими автономными субъектами рынка с целью обмена опытом, снижения транзакционных издержек, совместного использования ресурсов и взаимопомощи [1, с. 18].

Такие условия обеспечивают наиболее эффективное ведение хозяйственной деятельности, способствуют эффективному распределению и использованию ресурсов, а также позволяют использовать опыт и существующие системы ведения бизнеса в других функционирующих компаниях — элементах сетевой структуры.

Целью исследования является анализ конкурентоспособности сетевых предприятий общественного питания на примере заведений, функционирующих на территории Иркутской области. Задачи исследования: провести анализ конкурентоспособности сетевых предприятий в сфере общественного питания и сформировать полученные результаты.

В сфере общественного питания все чаще развиваются сетевые формы ведения бизнеса. Преимущественно, сеть компаний общественного питания представляет собой заведения, представленные единым стандартом ведения бизнеса, однотипным форматом оформления помещений и набором блюд, общую систему закупок и стандарты качества.

Основными преимуществами ведения бизнеса на основе сетевого взаимодействия являются:

1. Наличие различного опыта. На основе существующего опыта можно спрогнозировать наиболее оптимальную модель работы предприятия в сложившихся условиях в сфере общественного питания в области, благодаря которой станет возможным минимизировать существующие риски и определить для себя наиболее выгодных партнеров.

2. Централизованная система качества и ведения бизнеса позволяет поддерживать высокий уровень сервиса и соблюдать единые стандарты во всех фирмах сети.

3. Сетевое взаимодействие позволяет использовать единый бренд фирмы, который может стать важным фактором завоевания дополнительной доли рынка за счет уже сложившейся репутации компании на рынке общественного питания.

4. Фирмы при организации бизнеса на основе сетевого взаимодействия имеют возможность распределять ресурсы между предприятиями группы, что значительно повышает эффективность деятельности, сокращает время на поиск необходимых ресурсов, позволяет экономить финансовые средства, в случае если на одном из активов есть необходимый ресурс и он может им поделиться [3, с. 21].

В рамках изучаемой темы конкурентоспособности сетевых предприятий общественного питания в Иркутской области, проведем анализ основных игроков, который заключается в сравнительных характеристиках данных заведений (табл. 1). Для анализа конкурентоспособности представленных заведений на рынке общественного питания г. Иркутска проведем оценку с помощью факторного анализа.

Таблица 1

Общая характеристика крупных сетей общественного питания, функционирующих в г. Иркутске

Организация	Основные характеристики
SubWay	Сеть ресторанов быстрого обслуживания, работающая по принципу франчайзинга. Главной фишкой заведения является полезная еда, несмотря на то

Организация	Основные характеристики
	что оно относится к категории фаст-фуда. Ресторан предлагает своим гостям сэндвичи, начинку которых они могут собрать сами из предлагаемых продуктов (различного вида мяса, колбасных изделий, курицы, зелени и овощей)
KFC	Международная сеть ресторанов общественного питания, специализирующаяся на блюдах из курицы. Бренд обладает широкой известностью. Основным преимуществом сети является сильная маркетинговая политика
RedRock	Ресторанный холдинг включает в себя заведения, которые объединили самые разные вкусы: например, европейская кухня в гастропабе «Жадина Говядина», узбекская кухня в чайхане «Два Барашка» и домашние пельмени в «Энибени». В меню ресторанов включаются заказные и фирменные блюда

Для начала выберем наиболее важные факторы, влияющие на потребительский спрос на услуги общественного питания: цена, качество и вкус блюд, качество обслуживания, узнаваемость бренда, атмосфера заведения.

С помощью экспертов была установлена важность каждого параметра (табл. 2). В качестве экспертов выступили посетители заведений общественного питания г. Иркутска, с которыми провели небольшое анкетирование.

Таблица 2

Определение степени значимости каждого фактора

Факторы	Эксперты					Среднее
	1	2	3	4	5	
Цена	5	4	5	5	4	0,2
Качество блюд	4	5	4	4	5	0,19
Качество обслуживания	4	5	5	5	4	0,2
Узнаваемость бренда	4	5	3	3	5	0,19
Атмосфера помещения	5	4	5	4	5	0,2
Всего	22	23	22	21	23	1

Далее каждому параметру конкурентных преимуществ для всех конкурентов присваивается балльная оценка. На данном этапе происходит корректировка полученной балльной оценки путем учета коэффициента значимости (табл. 3).

Таблица 3

Обобщающий показатель конкурентоспособности

Факторы конкурентоспособности	Коэффициент значимости	«KFC»		«SubWay»		«RedRock»	
		Балл	Значимость	Балл	Значимость	Балл	Значимость
Цена	0,20	5	1,00	5	1,00	4	0,80
Качество блюд	0,19	5	0,95	3	0,57	4	0,76
Качество обслуживания	0,20	4	0,76	3	0,60	5	1,00
Узнаваемость бренда	0,19	5	1,00	3	0,57	4	0,76

Факторы конкурентоспособности	Коэффициент значимости	«KFC»		«SubWay»		«RedRock»	
		Балл	Значимость	Балл	Значимость	Балл	Значимость
Атмосфера помещения	0,20	4	0,80	3	0,60	4	0,80
Всего	1	23	4,51	17	3,34	20	4,12

Среднее значение по фактору определяется путем деления суммы оценок по фактору на произведение наивысшего балла, поставленного корреспондентами и количество корреспондентов.

В результате проведенного анализа быстрого обслуживания «KFC» получил максимальное значение показателя конкурентоспособности.

Заключительным этапом необходимо провести оценку конкурентоспособности по трехбалльной шкале (табл. 4).

Таблица 4

Шкала конкурентоспособности фирм

Шкала	Оценка	Конкуренты
3,34–3,51	Низкая	«SubWay»
3,53–3,9	Средняя	–
3,9–4,25	Высокая	«RedRock», «KFC»

По результатам данного анализа можно сказать, что из представленных заведений наибольший показатель конкурентоспособности имеет ресторан быстрого обслуживания «KFC». Данный факт обуславливается узнаваемостью мирового бренда, каждый опрошенный респондент был посетителем данного заведения и большинство из опрошенных предоставили положительные отзывы.

В результате вышеизложенного можно отметить, что сетевая структура ведения бизнеса имеет большое количество преимуществ, которые значительно увеличивают конкурентоспособность компании в условиях высокой конкуренции. Компании, которые ведут свою деятельность в рамках сетевого взаимодействия с другими участниками рынка, имеют возможность делиться накопленным опытом и системой ведения бизнеса и стандартами качества. В Иркутской области существуют крупные сетевые компании в сфере общественного питания и, по результатам проведенного анализа конкурентоспособности, наибольший показатель имеет сеть ресторанов быстрого обслуживания «KFC». Сеть имеет высокую степень узнаваемости среди потребителей, и любая компания, которая станет частью данной сети, сможет сразу получить достаточное количество клиентов с учетом того, что бренд имеет мировую известность.

Список использованной литературы

1. Кашин А.В. Сетевые предприятия общественного питания и их конкурентоспособность / А.В. Кашин, А.А. Никульшина // Российское предпринимательство. — 2011. — № 1 (2). — С. 14–20.

2. Ли Г.С. Анализ тенденций к повышению конкурентоспособности предприятий общественного питания в России / Г.С. Ли, А.М. Пучкова // Молодой ученый. — 2019. — № 2. — С. 242–243.

3. Светунько М.Г. Предпринимательские сети как экономическая категория: направления современных исследований / М.Г. Светунько // Теория и практика общественного развития. — 2011. — № 2. — С. 15–23.

Информация об авторах

Логачева Анна Алексеевна — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: Urasova.anya@mail.ru.

Шуплецов Александр Федорович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

Authors

Anna A. Logacheva — Master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Urasova.anya@mail.ru.

Alexander F. Shupletsov — D.Sc. in Economics, Professor, Head of Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

© Логачева А.А., Шуплецов А.Ф., 2022

УДК 338.46:640.43

А.А. Михайлов, О.Б. Ямбаева

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В статье рассматриваются проблемы отрасли общественного питания в мировой и российской практике в связи с распространением пандемии коронавируса (COVID-19). Изучается статистика деятельности предприятий общепита в 2020 и 2021 гг., анализируются факторы, оказывающие наибольшее воздействие на развитие ресторанного бизнеса в современных условиях, оцениваются прогнозы и благоприятные тренды для развития предприятий общепита.

Ключевые слова: пандемия; коронавирус; COVID-19; общественное питание; предприятия общепита.

A.A. Mikhailov, O.B. Yambaeva

THE INFLUENCE OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE DEVELOPMENT OF PUBLIC FOOD ENTERPRISES

The article examines the problems of the public catering industry in world and Russian practice in connection with the spread of the coronavirus pandemic (COVID-19). The statistics of the activities of catering enterprises in 2020 and 2021 are studied, the factors that have the greatest impact on the development of the restaurant business in modern conditions are analyzed, forecasts and favorable trends for the development of catering enterprises are assessed.

Keywords: pandemic; coronavirus; COVID-19; catering; catering establishments.

Пандемия коронавируса, впервые проявившаяся в декабре 2019 г. в китайском городе Ухань, быстро распространилась на весь мир и привела к необратимым социально-экономическим последствиям, которые связаны не только с высокой заболеваемостью и смертностью людей, но и с глобальными изменениями в мировой экономике, приостановкой деятельности многих предприятий и целых отраслей бизнеса. Одной из наиболее пострадавших отраслей экономики в период пандемии стала отрасль общественного питания, так как первоочередными мерами по снижению распространения пандемии стало закрытие всех предприятий общепита и запрет на массовые скопления людей. Благодаря вакцинации и мерам дезинфекции предприятия ресторанного бизнеса в наши дни продолжают свою работу, однако, в условиях появления новых штаммов коронавируса деятельность общепита уже не может быть прежней, необходимо осваивать новые форматы обслуживания посетителей.

Целью исследования является анализ влияния пандемии Covid-19 на развитие предприятий общественного питания.

Задачи:

1. Изучить современное состояние отрасли общественного питания в мире и в России.

2. Проанализировать последствия воздействия пандемии коронавируса на деятельность ресторанного бизнеса.

3. Оценить прогнозы развития предприятий общепита.

Методами исследования является изучение разнообразных источников информации по проблемам развития пандемии Covid-19, деятельности предприятий общественного питания на современном этапе; анализ статистических данных; анализ полученных сведений; прогнозирование.

Пандемия COVID-19 (ковид) — эпидемия коронавируса SARS-CoV-2, охватившая все страны мира с декабря 2019 г. Начавшись в Китае в городе Ухань, эпидемия довольно быстро распространилась на остальные страны, и в настоящее время является самой опасной и смертоносной вспышкой заболевания за всю историю человечества. На середину ноября 2021 г., т.е. почти через 2 года после начала пандемии, общее число заболевших в мире составило 253,7 млн человек, подтверждено 5,1 млн летальных исходов заболевания. В России подтвержденные случаи ковида составили 9 031,8 тыс. человек, а число летальных случаев превысило 254,1 тыс.[1]

Вирус ковида передается преимущественно воздушно-капельным путем, при тесном контакте людей, при прикосновении руками с частицами вируса к лицу и слизистым оболочкам. Соответственно, чтобы снизить распространение пандемии, необходимо увеличить дистанцию между людьми, препятствовать массовому скоплению людей, усилить дезинфекцию помещений и поверхностей, рекомендовано ношение масок.

Пандемия COVID-19 стала причиной серьезных социально-экономических последствий в каждой стране, вызвала мировую рецессию, временную приостановку (локдаун) работы предприятий во многих странах, необходимость принятия мер для изоляции и рассредоточения людей. Были запрещены массовые спортивные, культурные, религиозные мероприятия, власти большинства стран стараются максимально дистанцировать граждан друг от друга. В этих условиях наиболее пострадали такие отрасли, как туризм и гостиничный бизнес, культура и организация досуга, кинопрокат, физкультурно-оздоровительная деятельность и спорт. Сегмент общественного питания также находится в списке наиболее пострадавших от пандемии ковида областей, так как даже в тех странах, где не ввели жесткие ограничения на работу предприятий общепита, в разы сократилось число посетителей.

В наибольшей степени в сегменте общественного питания пострадали рестораны, кафе, которые принимают посетителей в закрытых помещениях, фудкорты в торговых центрах, столовые. Для исключения массового скопления людей эти заведения были принудительно закрыты весной-летом 2020 г., и в 2021 г. продолжаются ограничительные меры на работу предприятий общепита, не допуская полного заполнения залов.

[1] Коронавирус в мире: данные по странам и регионам. URL: https://www.bbc.com/russian/news-51706538.

Несмотря на то что в настоящее время в странах, где вакцинировано свыше 30 % граждан, смягчаются меры по проведению массовых мероприятий и работа предприятий общественного питания возобновлена, тем не менее на их работу накладывается ряд ограничений: разрешена работа кафе преимущественно на верандах и открытом воздухе; вход в стационарные кафе и рестораны разрешен только вакцинированным по предъявлению QR-кода; общепиту рекомендовано переформатировать свою деятельность на доставку и «на вынос».

Для того чтобы поддержать деятельность общественного питания, во многих экономически развитых странах ввели пособия для владельцев и сотрудников предприятий, наиболее пострадавших от локдауна и ограничительных мер. Это явилось и негативным фактором: когда летом 2021 г. было разрешено открыть рестораны и кафе, многие такие заведения в Европе и США ощутили нехватку в сотрудниках, которые предпочли жить на пособие вместо работы в секторе общепита, где высоки риски заражения новыми штаммами коронавирусной инфекции [1].

Нехватка сотрудников для работы является не единственной проблемой заведений общепита: в Европе и США многие кафе и рестораны так и не открылись, или регулярно приостанавливают работу, оставляя лишь возможность поесть на открытых площадках или заказать доставку. К примеру, сети McDonald`s и Chick-fil-A обещали начать полноценно работать к сентябрю этого года, однако, до сих пор большая часть заведений этой сети работает только на вынос и доставку.

Из-за распространения нового дельта-штамма коронавируса люди менее активно ходят в рестораны и кафе, поток посетителей в заведениях общепита в мире сократился в разы, в Европе эта отрасль пострадала больше других из-за существенного снижения потока туристов.

В России сегмент общественного питания вошел в число наиболее пострадавших отраслей экономики в 2020 г., и в 2021 г. эта ситуация не стала лучше. В 2020 г., по официальным данным Федеральной службы государственной статистики, оборот заведений общественного питания в нашей стране составил 1,35 трлн р., снизившись по сравнению с 2019-м на 20,7 %. Однако, по мнению аналитиков INFOLine, этот показатель по итогам 2020 г. следует оценивать на уровне 2,1 трлн р. при падении не менее 22,5 %[1].

Существенное снижение трафика в российских кафе и ресторанах началось еще в марте 2020-го, до объявления локдауна, в условиях активного распространения информации о неизученном уханьском коронавирусе. Уже тогда посещаемость некоторых заведений общественного питания сократилась на 50 и более процентов. Весной и летом 2020 г. только треть российских заведений общепита смогли организовать свою деятельность в формате доставки и еды навынос.

Снижение продаж у организаций общепита в России достигло максимума за последние 20 лет, в апреле-мае 2020 г. выручка рестораторов снизилась на 60 %, в июне — свыше 50%. Во втором полугодии 2020 г. ситуация в этом сегменте улучшилась, однако, по сравнению с 2019 г. выручка рестораторов оказалась ниже

[1] INFOLine: доля заведений общепита, осуществляющих доставку еды, выросла с 60% до 75% за год. URL: https://infoline.spb.ru/news/?news=210418.

на 15–20 %. После отмены общероссийского локдауна в мае 2020 г. и передачи на усмотрение региональных властей полномочий по регулированию деятельности предприятий общепита многие субъекты Российской Федерации ограничили деятельность рестораторов в вечернее и ночное время, сократив при этом количество допустимых посетителей до одной трети. В отдельных регионах существенные ограничения на работу кафе, ресторанов, баров и фудкортов сохранялись до конца 2020-го и продолжились в 2021 г.

В 2020 г. ресторанную отрасль в России признали наиболее пострадавшей от пандемии коронавируса, и городские и федеральные власти приняли ряд законодательных актов, по которым сфера общественного питания могла получить господдержку. Основным критерием для ее получения было соответствие ОКВЭД 56.10.1 («Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания»). Меры государственной поддержки включали льготное кредитное кредитование, субсидии на заработную плату персоналу, регулирование арендных ставок, снижение доли взносов на социальное страхование сотрудников, мораторий на увеличение налогов, контроль за ростом тарифов на энергоресурсы и цен на топливо.

В период пандемии государственными и региональными властями было выплачено около 90,3 млрд р. владельцам предприятий общепита в качестве субсидий на зарплаты. Отсрочка по налогам и страховым взносам была предоставлена почти на 128 млрд р. Еще 298,4 млрд р. предприниматели сэкономили на пониженных с 30 до 15 % ставках страховых взносов [2].

Отложенный спрос и запуск доставки блюд помогли рестораторам выстоять в кризисный период. Для того чтобы повысить выручку и не закрываться в период пандемии, предприятия общепита сменили формат работы и организовали доставку и продажу блюд навынос. Более подготовленными к кризису были операторы рынка, развивающие стратегию бизнеса с несколькими каналами продаж. Эти компании имеют сайты с возможностью заказа доставки, мобильные клиентские приложения, позволяющие заказывать и оплачивать блюда удобным для клиента способом, кроме того, у них уже была сформирована клиентская база, которая позволяла через специальные предложения стимулировать заказы.

Например, компания «DODO Brands», осуществляющая доставку еды через собственную службу доставки, не только не показала падения оборотов, но и продемонстрировали значительный рост. Общая выручка сети за 2020 г. выросла на 27,1 %, было открыто 103 новых предприятий сети, а сопоставимые продажи в Евразии (Россия, Казахстан, Беларусь) выросли за весь год на 5,3 %.

Валовая стоимость заказов сервиса «Яндекс.ЕдаЦ во втором квартале 2021 г. выросла на 53 % по сравнению с аналогичным показателем предыдущего периода и составила 11,1 млрд р. Выручка Delivery Club во II квартале 2020 г. увеличилась на 42 % год к году до 3,6 млрд р., а число заказов выросло на 30 % и составило 20,8 млн. Таким образом, крупнейшие предприятия общепита, осуществляющие доставку еды из ресторанов, показывают существенный рост заказов и выручки, и в ближайший год эта тенденция сохранится.

Наличие доставки еды в России у крупнейших предприятий общественного питания за 3 года выросло почти в 2 раза, а число предприятий, у которых вообще нет доставки еды снизилось до 25 % (рис. 1).

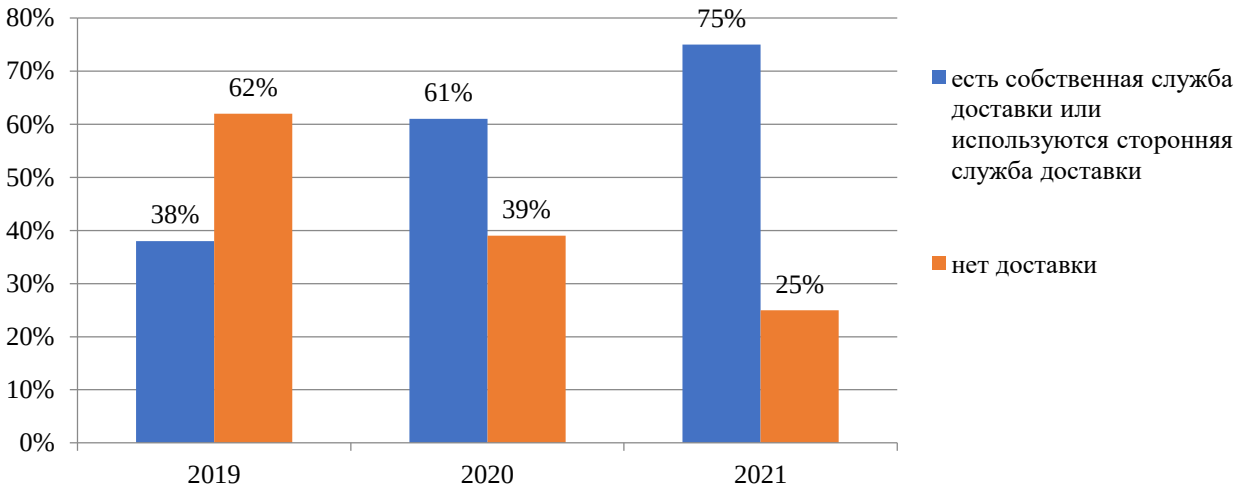


Рис. 1. Наличие доставки в крупнейших сетях общественного питания в 2019–2021 гг. [2]

Благодаря изменению формата предприятий общественного питания, вводу новых форм обслуживания посетителей, оборот российского рынка общепита за январь – июль 2021 г. составил 154,5 млрд р., он вырос на 30,8 % по сравнению с предыдущим годом и составил 1 трлн р.[1]

Тем не менее в секторе общественного питания в России до сих пор действуют негативные факторы:

1. Остается неясной ситуация с QR-кодами, когда рестораны и кафе обязали принимать только вакцинированных посетителей при наличии подтверждающего кода, однако, потом и эту возможность отменили, а предприятия общественного питания обязали снова приостановить свою деятельность. Несмотря на то, что заведениям общепита вновь разрешили работу во многих регионах, тем не менее, предсказать развитие пандемии и действия властей пока невозможно.

2. В ресторанном бизнесе наблюдается острая нехватка кадров: оставшись в 2020 г. без привычных заработков, многие сотрудники в отрасли уволились и не желают возвращаться из-за неясной ситуации и страха перед новыми штаммами коронавируса.

3. В Москве из-за оттока трудовых мигрантов наиболее дефицитными специалистами являются уборщик, котломойщик, коренщик (занимается очисткой и нарезкой овощей). Россияне считают эту работу непрестижной и низкооплачиваемой и, как правило, игнорируют такие вакансии.

4. У 40 % заведений общепита в России с начала пандемии коронавируса сменились владельцы, часть бизнесменов разделили свою долю, кто-то продал предприятия, а кто-то отдал бизнес за долги.

[1] Оборот общепита в России за январь – июль вырос на 31 %. URL: https://tass.ru/ekonomika/12274559.

5. Большинство предприятий общественного питания в России до сих пор испытывают трудности, связанные с недостаточным количеством посетителей, необходимостью постоянной дезинфекции помещений, сокращением времени работы, снижением потребления алкогольной продукции в ночное время. В этих условиях рестораторы вынуждены увеличивать стоимость блюд, что еще больше отпугивает посетителей.

В условиях коронавируса и продолжения пандемии на неопределенный срок предприятия общественного питания должны внедрять в свою практику новые форматы обслуживания, использовать новые технологии. Наиболее эффективными трендами развития бизнеса в сегменте общепита являются следующие:

1. Доставка еды и продажа еды на вынос. В настоящее время электронные сервисы доставки еды, социальные сети, интернет-магазины упрощают процессы заказа еды на дом и позволяют рестораторам эффективно работать в данном формате.

2. В условиях нехватки сотрудников и необходимости снижения затрат на оплату труда развивается тренд автоматизации обслуживания посетителей и приема заказов: внедрение систем автоматизации ресторанов, использование планшетов, десктопных систем заказов, киосков самообслуживания.

3. Увеличивается число франшиз, когда предприятия общественного питания начинают работать по франчайзингу под известным, успешным брендом и внешним руководством.

4. В связи с выросшим спросом на здоровые продукты и правильное питание рестораны и кафе стараются заполнить эту нишу, предлагая продукцию местных фермеров, крафтовые напитки, диетическую еду.

5. Для привлечения посетителей рестораны предлагают новые тренды: дополненная реальность, иммерсивные рестораны, использование возможностей воздействовать на разные чувства людей. В таких заведениях еда — это не только аромат и вкус, но и звук, изображение, тактильные ощущения.

6. Применяются новые контейнеры и формы упаковки еды, которые позволяют сохранить свежей еду на более длительное время.

Однако, если крупнейшие предприятия и сети общественного питания способны сохранить и даже нарастить свои обороты в период кризиса, то малые предприятия этого сегмента могут не справиться с вызовами пандемии. В связи с этим необходима помощь государства сектору малого бизнеса, чтобы сохранить рабочие места, занятость населения, количество предприятий общепита. Необходимо продолжить предоставление льготных кредитов, субсидий, применять снижение налоговых ставок для предприятий данной отрасли, предоставлять предпринимателям автомобили для доставки еды по льготным кредитным ставкам или с адекватной арендной платой, развивать цифровые платформы для доставки еды на государственном и региональном уровне, внедрять бесплатные электронные площадки для возможности осуществление заказов доставки еды или бронирования места в ресторане и кафе.

Проведя анализ влияния пандемии коронавируса на деятельность предприятий общественного питания, был сделан вывод, что данная отрасль сильно пострадала в 2020 г. Однако, благодаря предложениям доставки и блюд на вынос,

развитию электронных технологий приема заказов, внедрению новых форм обслуживания посетителей, ресторанный бизнес в 2021 г. демонстрирует положительный тренд развития, прирост заказов и выручки. Тем не менее, этот бизнес до сих пор остается рисковым, в связи с чем требуются меры государственной поддержки этой отрасли.

Список использованной литературы

1. Федотова Е. В российском ресторанном бизнесе жесточайший дефицит кадров / Е. Федотова. — URL: https://www.vedomosti.ru/management/articles/2021/08/18/882492-kafe-vse-trudnee-nanimat-sotrudnikov.

2. Подцероб М. Как российские предприниматели готовятся к новой волне коронавируса / М. Подцероб. — URL: https://www.vedomosti.ru/management/articles/2021/10/04/889663-rossiiskie-predprinimateli.

Информация об авторах

Михайлов Анатолий Алексеевич — магистрант, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: murazzor01t13@yandex.ru.

Ямбаева Оксана Бакасовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятий и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

Authors

Anatoly A. Mikhailov — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: murazzor01t13@yandex.ru.

Oksana B. Yambaeva — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: yambaeva.oksana@mail.ru.

© Михайлов А.А., Ямбаева О.Б., 2022

УДК 658

Е.А. Нестеренко, А.Ф. Шуплецов

МЕСТО И РОЛЬ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИИ (ГУДВИЛЛА) В ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОМПАНИИ

В публикации определяется отношение деловой репутации (гудвилла) к финансовой устойчивости компании. Проведен анализ существующих подходов и методик определения финансовой устойчивости и ее составляющих. Было выявлено отсутствие единого понимания определения финансовой устойчивости. В этой связи в работе предложено использовать комплексное понятие финансовой устойчивости и определяются факторы, влияющие на нее. По итогу проведенного исследования показано место и роль деловой репутации (гудвилла) в финансовой устойчивости компании.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; деловая репутация; гудвилл; влияние гудвилла; анализ баланса.

E.A. Nesterenko, A.F. Shupletsov

THE PLACE AND ROLE OF BUSINESS REPUTATION (GOODWILL) IN THE FINANCIAL STABILITY OF THE COMPANY

The publication defines the relationship of business reputation (goodwill) to the financial stability of the company. The analysis of existing approaches and methods for determining financial stability and its components. There was a lack of common understanding of the definition of financial stability. In this regard, the paper proposes to use a complex concept of financial stability and identifies the factors influencing it. Based on the results of the study, the place and role of business reputation (goodwill) in the financial stability of the company is shown.

Keywords: financial stability; business reputation; goodwill; goodwill impact; balance sheet analysis.

В современных условиях экономики для развития и укрепления позиций компании на рынке ее руководство должно находить эффективные источники финансирования, а также проводить на постоянной основе оценку темпов и уровня развития компании с позиции финансового обеспечения. В этом нуждается как сама компания, так и ее партнеры. Оценка финансовой устойчивости помогает определить финансовые возможности контрагента на долгосрочную перспективу, в современных условиях — главная характеристика финансово-экономической деятельности компании.

Понятие «финансовая устойчивость» отличается от таких, как «платежеспособность» и «кредитоспособность», тем, что является более широким и включает в себя всестороннюю оценку деятельности компании.

В отечественной литературе существуют различные определения сущности финансовой устойчивости, в подтверждение этого рассмотрим некоторые из них.

Например, финансовая устойчивость трактуется как положение, в котором находятся счета компании, и их состояние гарантировать непрерывную платежеспособность [1]. Это определение интересно тем, что ежедневно проводимые хозяйственные операции действительно являются раздражителем определенного состояния финансовой устойчивости компании и могут стать причиной перехода компании из одного типа в другой. То есть финансовая устойчивость компании может улучшиться, ухудшится, но также может остаться неизменной. Определив верхние и нижние пределы, в которых меняются источники средств финансирования деятельности, компания сможет создавать такие хозяйственные операции, которые приведут ее, во-первых, к улучшению материальной состоятельности, во-вторых, повысят ее финансовую устойчивость.

Также финансовую устойчивость можно рассмотреть как неотъемлемый элемент, возникающий в ходе успешной жизнедеятельности компании, когда статьи доходов превалируют над статьями расходов, обеспечивая свободное использование денежных средств, безостановочную хозяйственную деятельность. Согласно такому определению, главной составляющей общей устойчивости компании выступает именно финансовая устойчивость.

Некоторые авторы рассматривают финансовую устойчивость через финансовые ресурсы, их использование, распределение и состояние. Так как именно они дают возможность организации развиваться в условиях роста прибыли и капитала, но оставляя платежеспособность и кредитоспособность в условиях приемлемого уровня риска [2].

Оценивая подобный подход к показателю «финансовая устойчивость», отметим, что в настоящее время в экономической литературе этот термин продолжает быть неоднозначным. Эта неопределенность возникла вследствие того, что анализ баланса можно проводить двумя способами, в зависимости от выбранного способа анализа баланса, финансовая устойчивость будет интерпретироваться поразному. Первый способ — традиционный, здесь финансовая устойчивость будет подвержена влиянию правил, действия которых сводятся к обеспечению состояния равновесия финансовых структур и избеганию рисков для инвесторов и кредиторов [3].

Традиционный анализ ликвидности баланса рассматривает правила финансового стандарта и включает следующие:

1. Правило максимального финансирования. Согласно этому правилу, размер заемного капитала не может быть выше обозначенного значения объема средств всех планируемых вложений, меняющихся от условий кредитования [4].

2. Правило минимального финансового равновесия. Для его выполнения ликвидность должна быть положительна. Это правило предусматривает наличие запаса финансовой прочности «положительного сальдо объема текущих активов и обязательств, связанных с риском появления расхождений в периоде оборачиваемости краткосрочных статей актива и пассива баланса и объемах времени».

3. Правило максимальной задолженности. Определяют лимит покрытия задолженности собственными средствами компании, т.е. долгосрочные и среднесрочные долги не должны превышать половины постоянного капитала.

Вторым способом анализа баланса выступает функциональный анализ. Финансовая устойчивость в рамках использования этого вида анализа включает:

1. Поддержку финансового равновесия за счет включения в его состав стабильных размещений средств, покрываемых за счет постоянного капитала. Из указанного следует вывод, что стабильные ресурсы являются собственным капиталом и приравненные к нему средства должны полностью покрывать стабильно размещенные активы. Соотношение меньше 100% свидетельствует о том, что часть размещенных средств финансирована нестабильными ресурсами, выступающими в форме краткосрочных обязательств, а значит компания подвержена финансовой уязвимости [3].

Краткосрочное финансирование подразумевает изменение потребности в оборотных активах в течение отчетного периода, что может привести к:

– краткосрочному появлению свободных источников собственных оборотных средств в результате излишней обеспеченности оборотными активами;

– необходимости привлечения новых заемных средств из-за нехватки оборотных активов.

2. Оценку общей задолженности проводят путем соотнесения величины всех заемных средств с величиной собственных.

Только исполнив вышеуказанные требования, компания обеспечит основное уравнение бухгалтерского учета (равенство денежных средств). Основываясь на проведенном анализе, уточнено определение финансовой устойчивости. Это — комплексное понятие, возникающее в результате ведения бизнесом экономической деятельности, вбирая внешние формы проявления, одновременно находясь под влиянием большого количества условий.

Финансовая устойчивость компании постоянно подвергается влиянию внешней и внутренней среды. Традиционно среди внешних факторов влияния выделяют: уровень научно-технического прогресса; покупательную способность населения; геополитическое положение страны на международной арене, ее конкурентоспособность; состояние политики (стабильность), а также ее направления внутри страны; привычки, традиции и нормы потребления населения.

В настоящее время политическая ситуация в мире, инфляция и общеэкономический спад негативно сказываются на финансовом положении множества российских компаний. Компания может уменьшить негативное влияние общего спада благодаря проведению гибкой внутренней политики. Отметим, что внутренние факторы, которые помогают компании развиваться, являются результатом ее работы. Их можно объединить в четыре группы: стратегия компании; принципы деятельности компании; ресурсы компании и их использование; уровень и качество маркетинговой стратегии компании. Каждая группа, в свою очередь включает в себя ряд других конкретных факторов, которые действуют избирательно.

На ухудшение финансовой устойчивости компании могут повлиять такие внутренние изменения, как:

1. Возникновение убытков, связанных с неудовлетворительной работой на рынке, несвоевременным обновлением товарного ассортимента или неконкурентоспособным товаром.

2. Рост расходов по продажам, как следствие, лишних работников и применение дорогостоящих технологий и предметов труда.

3. Падение культуры производства, что подразумевает под собой утрату квалифицированного персонала, комфортной психологической атмосферы на рабочем месте, снижение результативности работы.

4. Отсутствие мотивации у сотрудников.

5. Непроработанные миссия и философия компании.

Совместное действие внутренних и внешних факторов приводит к банкротству предприятий. В странах со стабильным политическим строем и развитой рыночной экономикой около 30 % случаев банкротства организаций связано с внешними факторами, а остальные 70 % — с внутренними. При любом соотношении внешних и внутренних факторов в устойчивом развитии производства бесспорно одно — лучшие предприятия по организационно-технологическому уровню, финансово-экономическому состоянию имеют и высокую деловую репутацию. Противоположное утверждение отнюдь небесспорно, поскольку деловая репутация в значительной мере может определяться монопольным положением производителя, агрессивной рекламой и другими субъективными факторами [6].

Поэтому для того чтобы экономические ограничения не оказывали критического негативного воздействия на устойчивость компании, ей необходимо поддерживать на высоком уровне свою деловую репутацию. Положительная деловая репутация поможет не только с минимальными потерями преодолеть негативные последствия, но и увеличить количество контрагентов за счет ухудшения финансовой устойчивости либо банкротства подобных компаний, работающих на рынке.

В современной литературе деловая репутация (гудвилл) трактуется как, в первую очередь, мнение о компании как внешних контрагентов, так и работников компании, во вторую — как желание контрагентов вести совместные дела, основанное на доверии и лояльности к целям и стратегии деятельности компании.

Термин «гудвилл» имеет множество синонимов, например, таких как «бренд», «известность», «имидж», но они характеризуют гудвилл только с одной стороны и используются для обобщенной, эмоциональной оценки. Сам же термин «гудвилл» представляет компанию как субъект определенного вида деятельности.

Гудвилл основывается на оценке, проводимой уполномоченными лицами, результатов и последствий деятельности компании. Обобщенно оценка гудвилла складывается из количественной оценки стоимости компании участника рынка и общей оценки состояния компании.

Оценка содержания гудвилла может вызывать во внешней среде положительные или отрицательные реакции, связанные с принятием или отрицанием оценок. Та или иная реакция внешней среды обусловлена тем, что разными заинтересованными лицами рассматриваются разные факторы, влияющие на гудвилл. Инвесторы оценивают гудвилл компании по динамике ее развития и способности приносить доходность от вложенных средств, уровню прозрачности и доступно-

сти организации, кредиторы оценивают гудвилл по ее кредитной истории, а государство — по уровню социальной ответственности и своевременности, и полноте оплаты налогов.

Потребители оценивают гудвилл относительно качества выпускаемой продукции или оказываемой услуги, ее цены и доступности, а сотрудники — по системе работы с персоналом и мотивации деятельности. Считается, что компания располагает гудвиллом в том случае, если она имеет какие — либо преимущества, которые обеспечивают ей прибыль, превышающую средний уровень, прибыли по рынку в конкретной отрасли. Гудвилл, выступая в роли индикатора финансового положения организации на рынке, может быть положительным или отрицательным. Положительный гудвилл означает превышение стоимости компании над стоимостью ее чистых активов (собственного капитала). Отрицательный гудвилл означает, что стоимость чистых активов (собственного капитала) выше стоимости компании.

Любая компания, совершающая коммерческую и хозяйственную деятельность, должна иметь положительный гудвилл, такой гудвилл делает более простым путь доступа к ресурсам (кредитным, материальным, финансовым и т.д.), оберегает от поглощения другими компаниями и обеспечивает защиту интересов во внешней среде [5]. Гудвилл является неотъемлемой частью компании и непосредственно влияет на ее финансовую устойчивость, его нельзя экспроприировать, учитывать и управлять отдельно от компании, нельзя передать или продать другой компании, как бренд.

Список использованной литературы

1. Канке А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие / А.А. Канке, И.П. Кошевая. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИД ФОРУМ : НИЦ Инфра-М, 2017. — 288 с.

2. Баграмян В.Ю. Концепции и этапы развития финансовой устойчивости в российской и зарубежной практике / В.Ю. Баграмян // Актуальные проблемы экономики, социологии и права. — 2016. — № 3. — С. 18.

3. Пучкова А.О. Аналитический обзор современных трактовок и сущности финансовой устойчивости в России и за рубежом / А.О. Пучкова // Учет и статистика. — 2012. — Т. 1, № 25. — С. 43.

4. Михаленок Н.О. Финансовая устойчивость как фактор экономического развития хозяйствующего субъекта / Н.О. Михаленок, Е.В. Смирнова // Вестник СамГУПС. — 2015. — № 3 (29). — С. 84–89.

5. Филатова В.А. Исследование факторов, влияющих на формирование деловой репутации предприятий сферы услуг / В.А. Филатова // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. — 2014. — № 6. — С. 69–71.

Информация об авторах

Нестеренко Екатерина Алексеевна — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ekatnesterencko@yandex.ru.

Шуплецов Александр Федорович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

Authors

Ekaterina A. Nesterenko — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ekatnesterencko@yandex.ru.

Alexander F. Shupletsov — D.Sc. in Economics, Professor, Head of Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

© Нестеренко Е.А., Шуплецов А.Ф., 2022

УДК 336.22

М.А. Сатин, Ю.А. Скоробогатова

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В статье рассмотрены действующие в настоящий момент времени специальные режимы налогообложения. Произведено сравнение действующих специальных режимов налогообложения, применяемых субъектами малого и среднего предпринимательства, по элементам налога, с учетом регионального законодательства. Произведен анализ поступлений платежей в связи с применением спецрежима налогообложения и количества лиц, их применяющих, на территории Иркутской области за 2016–2020 гг. Сделаны выводы о изменении данных показателей.

Ключевые слова: специальный налоговый режим; единый сельскохозяйственный налог; упрощенная система налогообложения; патентная система; налог на профессиональный доход; субъекты МСП.

M.A. Satin, Yu.A. Skorobogatova

PECULIARITIES OF APPLICATION OF SPECIAL TAX REGIMES IN THE IRKUTSK REGION FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS ENTITIES

The article considers the current special regimes of taxation. The comparison of existing special taxation regimes, applied by the subjects of small and medium-sized businesses, by tax elements, taking into account regional legislation. The analysis of receipts of payments in connection with the application of special tax regimes and the number of persons who apply them in the Irkutsk region for 2016–2020 was carried out. The conclusions about the changes of these indicators are made.

Keywords: special tax regime; unified agricultural tax; simplified taxation system; patent system; tax on professional income; SME subjects.

С давних времен налоги являлись одним из основных элементов доходной части бюджета государства. Для пополнения казны государство вводит различные налоги и сборы, облагая ими многие виды имущества, источника их заработка, доходы предприятия и многие другие аспекты. Государство с целью помощи и поддержки только созданным и только начинающим свой предпринимательский путь организациям создало специальные режимы налогообложения, которые значительно снижают налоговую нагрузку на предприятие, позволяют им официально осуществлять свою деятельность в рамках налогового законодательства, сократить перечень уплачиваемых налогов и оставить часть средств в распоряжении самой организации. Однако в большинстве случаев многие организации не заду-

мываются о применении специальных налоговых режимом, так как их использование связано с дополнительными рисками в плане соблюдения критериев соответствия данным режимам. Именно из-за критериев соответствия в течении отчетного периода большинство организаций и остаются на общем режиме налогообложения, при этом теряя довольно внушительные сумму при уплате налога.

Актуальность темы исследования заключается в том, что применение специального режима налогообложения для предприятия, только формирующегося или только начинающего свою деятельность, может значительно снизить траты его на уплату различных налогов и платежей, при этом продолжая свою деятельность в рамках действующего налогового законодательства. Нормативной базой исследования служат нормативно-правовые акты федерального и регионального уровня, Налоговый кодекс Российской Федерации и другие документы. Налоговое законодательство имеет свои особенности в зависимости от региона, осуществления деятельности, поэтому производиться мало исследований касательно особенностей специальных налоговых режимов, применительно к Иркутской области, также большинство проведенных исследований уже потеряли свою актуальность, так как налоговое законодательство по данной тематике претерпело в последние годы существенные изменения.

Целью данной работы является анализ действующих в Иркутской области специальных режимов налогообложения и оценка динамики поступления платежей по данным режимам в Иркутской области.

Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть понятия специального режима налогообложения.

2. Проанализировать составляющие элементы специальных налоговых режимов, применяемых с учетом законодательства Иркутской области.

3. Проанализировать и оценить динамику поступления платежей по специальным режимам налогообложения в Иркутской области.

В рамках данного исследования, применялись следующие методы: сравнительного анализа, систематизации и сопоставления, статистико-экономический метод и другие.

Общие положения, касающееся специальных налоговых режимов, закреплены в ст. 18 Налогового кодекса Российской Федерации. Так, согласно положениям данной статьи, специальный режим налогообложения [1] — это режим налогообложения, при котором может предусматриваться особый порядок определения элементов налогообложения, а также освобождение от обязанности по уплате отдельных налогов и сборов.

В настоящее время существует 5 специальных режимов налогообложения:

1. Система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей (единый сельскохозяйственный налог, ЕСХН).

2. Упрощенная система налогообложения (УСН).

3. Система налогообложения при выполнении соглашения о разделе продукции (СРП).

4. Патентная система налогообложения (ПСН).

5. Налог на профессиональный доход (НПД).

Специальный режим налогообложения СРП это пожалуй единственный режим налогообложения, который не могут применять только вновь созданные организации и организации относящиеся к малому и среднему предпринимательству (МСП) в виду специфики его деятельности, так как он затрагивает деятельность в области недропользования, в горнодобывающей сфере и при этом необходимо наличие у организации российских и (или) иностранных инвесторов, а также необходимо долевое участие государства в деятельности предприятия.

В данной статье не будет уделено внимание такому специальному налоговому режиму, как единый налог на вмененный доход для отдельных видов деятельности, так как с 1 января 2021 г. данный специальный налоговый режим, согласно п. 8 ст. 5 ФЗ от 29 июня 2012 г. № 97-ФЗ, автоматически прекращает свое существование [2]. В соответствии с этим п. 69 ст. 2 ФЗ от 2 июля 2021 г. № 305-ФЗ глава 26.3 Система налогообложения в виде единого налога на вмененный доход для отдельных видов деятельности со 2 августа 2021 г. утратила силу [3].

В большинстве случаев организации малого и среднего предпринимательства ввиду специфики деятельности или в силу своих финансовых возможностей могут применять только 1 из специальных налоговых режимов — ЕСХН, УСН, ПСН и НПД, хотя при этом законодательно закреплено, что возможно совмещение применения ПСН с общим режимом налогообложения (ОСНО), УСН, ЕСХН.

Каждый из перечисленных режимов налогообложения имеет свои отличия в элементах налогообложения. Сравнение 4 специальных налоговых режимов по элементам налога представлено в табл. 1.

Таблица 1

Специальные налоговые режимы,
применяемые в Иркутской области*

Показатель	УСН	ЕСХН	ПСН	НПД
Общие условия применения	Количество сотрудников < 130 чел. (п. 4 ст. 346.13). Доход за год < 200 млн р. (п. 4 ст. 346.13). Остаточная стоимость имущества < 150 млн р. (подп. 16 п. 3 ст. 346.12)	Доход от сельскохозяйственной деятельности составляет 70 % от общей величины (п. 2, 5 ст. 346.2)	ИП, средняя численность наемных работников не превышает 15 чел. (п. 5 ст. 346.43)	Осуществление деятельности без наемных работников и работодателя (п. 7 ст. 2 [6])
Дополнительные условия применения	Доля участия других организаций меньше 25 % (подп. 14 п. 3 ст. 346.12). Отсутствие филиалов (подп. 1 п. 3 ст. 346.12).	Дополнительные условия при осуществлении рыболовства рыбохозяйственной организацией или ИП	Спецрежим введен в действие на территории региона (п. 1 ст. 346.43 [5])	Регион участвует в проведении эксперимента по применению НПД (п. 1 ст. 2 [6], [7])

Показатель	УСН	ЕСХН	ПСН	НПД
	Доходы за 9 месяцев < 112,5 млн р. (п. 2 ст. 346.12)	(подп. 2 п. 2.1 ст. 346.2)		
Кто применяет специальный налоговый режим	Организации и ИП (п. 1 ст. 346.11)	Организации и ИП (п.2 ст. 46.1)	ИП (абзац 2 п. 1 ст. 346.43)	ИП и ФЛ (п. 1 ст. 2 [6])
Наличие ограничений	Присутствуют — по форме организации и виду деятельности (п. 3 ст. 346.12)	Присутствуют — по форме организации и виду деятельности (п.6 ст. 346.2)	Возможно оказание 80 видов услуг (п. 2 ст. 346.43); дополнительные ограничения по некоторым видам деятельности (п. 6 ст. 346.43)	Присутствуют — по виду деятельности и максимальный размер годового дохода < 2.4 млн р. (п. 2 ст. 4 [6])
Налоговая база	Доходы (п. 1 ст. 346.18) Доходы, уменьшенные на величину расходов (п. 2 ст. 346.18)	Доходы, уменьшенные на величину расходов (п. 1 ст. 346.6)	Потенциально возможный к получению годовой доход (п. 1 ст. 346.48)	Доход (п. 1 ст. 8 [6])
Налоговая ставка	6 %; 15 % (8 %; 20 %) — (п. 1, 1.1, 2, 2.1 ст. 346.20). 0 %; 1 %; 5 %; 7,5 % [4]	6 % (п. 1 ст. 346.8)	6 % (п. 1 ст. 346.50); 0 % — по 24 видам услуг	4 %, 6 % (ст. 10 [6])
Налоговый период	Календарный год (п. 1 ст. 346.19)	Календарный год (п. 1 ст. 346.7)	Срок патента, но не более календарного года (ст. 346.49). В 2021 г. — календарный месяц.	Календарный месяц (ст. 9 [6])
Предоставление налоговой декларации	По итогам календарного года (п. 1 ст. 346.23)	По итогам календарного года (п. 1 ст. 346.10)	Не предоставляется (ст. 346.52)	Не предоставляется (ст. 13 [6])

* Составлена по: [1; 4–7].

Как следует из информации, представленной в табл. 1, действующие в Иркутской области специальные налоговые режимы имеют существенные различия по всем элементам налога.

Для того чтобы оценить степень востребованности у субъектов малого и среднего предпринимательства в применении специальных налоговых режимов, необходимо проанализировать динамику их поступления в Иркутской области.

Данные по поступлению платежей в бюджетную систему Российской Федерации, в связи с применением специальных режимов налогообложения на территории Иркутской области отражены в табл. 2.

Таблица 2

Величина поступлений платежей, в связи с применением специальных налоговых режимов в Иркутской области за 2016–2020 гг., млн р.*

Налоговый режим	2016	2017	2018	2019	2020
УСН	4223	5253	6141	7062	7529
ЕСХН	107	95	111	76	109
ПСН	23	28	34	44	53
НПД	0	0	0	0	3

* Составлена по: [8].

По данным табл. 2 становится ясно, что величина поступлений, при применении ПСН и УСН, имеет стабильную положительную динамику, а по платежам, в связи с применением ЕСХН, наблюдается нестабильная динамика роста. В связи с тем что в Иркутской области только с 1 июля 2020 г. был введен в действие специальный налоговый режим — налог на профессиональный доход на территории Иркутской области, провести анализ платежей не представляется возможным.

За пять лет величина поступлений платежей, в связи с применением УСН, неуклонно росла, так их величина выросла на 3,3 млрд р. (на 78 %), в среднем рост составлял 16 % годовых. Платежи в связи с применением патентной системы налогообложения также имеют тенденцию к росту, так за 2016–2020 гг. величина платежей выросла на 30 млн р. (на 130 %), в среднем рост составлял 23 % в год.

Единственный специальный режим, который имеет нестабильную динамику роста — это система налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей. Так, сравнивая показатели 2016 и 2020 гг., величина поступлений выросла на 2 млн р. (на 1,87 %), а среднегодовой рост составил 4,38 %. Однако стоит заметить в 2017 и 2019 гг. по данным платежам наблюдаются сильные отрицательные колебания относительно среднего значения в 99,6 млн р., так, показатели 2017 г. были ниже относительно среднего значения на 4,6 млн р., а в 2018 г. — на 23,6 млн р. Следует уделить внимание данному аспекту, так как в дальнейшем по данному специальному режиму возможна стагнация или может наблюдаться отрицательная динамика поступлений.

Еще одним показателем, который может помочь в определении востребованности специального налогового режима, служит показатель количества налогоплательщиков, применяющих данный режим. Величина налогоплательщиков, применяющих специальный налоговый режим на территории Иркутской области, отражена в табл. 3.

Таблица 3

Количество налогоплательщиков, применяющих специальные налоговые режимы в Иркутской области за 2016–2020 гг., чел./ед.*

	2016	2017	2018	2019	2020
Количество лиц, применяющих ЕСХН	1307	1421	1474	1377	1290
Количество лиц, применяющих УСН	45477	48777	53017	53747	56276
Количество лиц, применяющих ПСН	669	907	1 155	1 443	1 635

* Составлена по: [9–11].

Как видно из данных, представленных в табл. 3, число лиц, применяющих патентную систему налогообложения и упрощенную систему налогообложения, неуклонно растет, однако количество налогоплательщиков единого сельскохозяйственного налога сокращается, несмотря на рост численности в 2017–2018 гг.

За 2016–20202 гг. количество лиц, применяющих ПСН, выросло на 966 единиц (на 144,4 %), в среднем рост составлял 25,2 % ежегодно. Если сравнивать показатели количества налогоплательщиков, применяющих упрощенную систему налогообложения, то видно, что рост составил 10 799 ед. (на 23 %), в среднем по 5,5 % ежегодно.

В свою очередь число лиц, применяющих ЕСХН, сократилось на 17 ед. (на 1,3 %), в среднем наблюдалось сокращение на 0,11 % годовых количества лиц, применяющих данный специальный режим налогообложения.

Отдельно стоит отметить, что по специальному режиму налогообложения — НПД, отсутствует официальная статистика по числу лиц, находящемуся на данном режиме, поэтому не представляется возможным анализ его востребованности на основе данного показателя.

Исходя из данных, полученных входе анализа становиться ясным, что существующие специальные режимы налогообложения охватывают все сферы деятельности предприятий малого и среднего предпринимательства. В Иркутской области действуют все специальные налоговые режимы, предусмотренные законодательством, однако регион не пользуется возможностью, предусмотренной п. 2 ст. 346.8 Налогового кодекса Российской Федерации, в части установки дифференцированных ставок единого сельскохозяйственного налога, что в свою очередь могло сильно повлиять на величину поступлений и количеству предприятий, применяющих данную систему.

По патентной системе и упрощенной системе налогообложения в Иркутской области стоит прекрасная перспектива использования, за рассматриваемый период величина поступлений и количество лиц, применяющих данные режимы, неуклонно растут, показывая внушительную динамику роста.

Делая выводы стоит отметить, что предприятия, относящиеся к субъектам малого и среднего бизнеса в Иркутской области, уделяют большее внимание только 2 специальным режимам. По специальному режиму — налог на профессиональный доход, только предстоит рассмотрение его дальнейших перспектив, так как он находиться еще только в начале своего применения в масштабах не только Иркутской области, но и России в целом.

По единому сельскохозяйственному налогу в Иркутской области необходимо проводить серьезные изменения в части предоставления льгот, ведь в дальнейшем мы можем лишиться целого ряда предприятий, относящихся к агропромышленности, что, в свою очередь, подорвет продуктовую независимость региона и лишит регион части доходный платежей на уровне 100 млн р. ежегодно.

Список использованной литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации : федер. закон РФ от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

2. О внесении изменений в часть первую и часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации, и статью 26 Федерального закона «О банках и банковской деятельности : федер. закон РФ от 29 июня 2012 г. № 97-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

3. О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации : федер. закон РФ от 2 июля 2021 г. № 305-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

4. Об особенностях налогообложения при применении упрощенной системы налогообложения : обл. закон Иркут. обл. от 30 нояб. 2015 г. № 112-ОЗ // СПС «КонсультантПлюс».

5. О применении индивидуальными предпринимателями патентной системы налогообложения на территории Иркутской области : обл. закон Иркут. обл. от 29 нояб. 2012 г. №124-ОЗ // СПС «КонсультантПлюс».

6. О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» : федер. закон РФ от 27 нояб. 2018 г. № 422-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс».

7. О введении в действие специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» на территории Иркутской области : обл. закон Иркут. обл. от 29 мая 2020 г. №45-ОЗ // СПС «КонсультантПлюс».

8. Отчеты о начислении и поступлении налогов, сборов и иных обязательных платежей в бюджетную систему Российской Федерации № 1 — НМ за 2016–2020 гг. : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://www.nalog.gov.ru/rn38/related_activities/statistics_and_analytics/forms/9646723.

9. Отчеты о налоговой базе и структуре начислений по единому сельскохозяйственному налогу № 5 — ЕСХН за 2016–2020 гг. : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://www.nalog.gov.ru/rn38/related_activities/statistics_and_analytics/forms/10999218.

10. Отчеты о налоговой базе и структуре начислений по налогу, уплачиваемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения № 5 — УСН за 2016–2020 гг. : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://www.nalog.gov.ru/rn38/related_activities/statistics_and_analytics/forms/9646723.

11. Отчет о количестве индивидуальных предпринимателей, применяющих патентную систему налогообложения, и выданных патентов на право применения видов предпринимательской деятельности № 1 — Патент за 2016–2020 гг. : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://www.nalog.gov.ru/rn38/related_activities/statistics_and_analytics/forms/9948924.

Информация об авторах

Сатин Максим Андреевич — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: maksim-satin@mail.ru.

Скоробогатова Юлия Александровна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

Authors

Maxim A. Satin — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: maksim-satin@mail.ru.

Yulia A. Skorobogatova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

© Сатин М.А., Скоробогатова Ю.А. 2022

УДК 339:371

О.В. Солдаткина

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОСИСТЕМЫ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматривается деятельность торговых предприятий в условиях распространения коронавирусной инфекции. Выявляются проблемы, с которыми столкнулись торговые предприятия и те решения, которые позволили им сохранить свои позиции на рынке. Изучается формирование экосистемы торгового предприятия. Обосновывается целесообразность развития электронных торговых площадок — маркетплейсов. Определяются тенденции развития экосистем торговых предприятий в России.

Ключевые слова: экосистема; торговые предприятия; маркетплейс; коронавирусная инфекция; онлайн магазины.

O.V. Soldatkina

FORMATION OF THE ECOSYSTEM OF A TRADING ENTERPRISE

The article examines the activities of trade enterprises in the context of the spread of coronavirus infection. It identifies the problems faced by trade enterprises and the solutions that allowed them to maintain their positions in the market. The formation of the ecosystem of a trading enterprise is being studied. The expediency of the development of electronic trading platforms — marketplaces — is substantiated. The trends in the development of ecosystems of trade enterprises in Russia are determined.

Keywords: ecosystem; trade enterprises; marketplace; coronavirus infection; online stores.

Общеизвестно, что торговля играет огромную роль в экономике Российской Федерации, обеспечивая население страны товарами и услугами. Благодаря ей формируется значительная доля поступлений в региональные и федеральные бюджеты, а именно десятая часть всех налоговых поступлений в бюджет нашей страны. Таким образом, торговля обеспечивает финансовую стабильность регионов и создает условия для развития социальной сферы: здравоохранения, образования, культуры и спорта.

Главным изменением в потребительских предпочтениях в период распространения коронавирусной инфекции стала склонность к интернет-магазинам, ведь в этот период был введен режим самоизоляции и люди стали избегать лишних контактов с обществом.

Скачок в динамике открытия новых интернет-магазинов связан с переходом предприятий, компаний, магазинов с офлайн-продаж на онлайн-продажи. Плюсы для предпринимателей в данном переходе заключаются в расширение ассортимента, в отсутствие необходимости использования складов, в уменьшение затрат. Для потребителя главным критерием выбора в пользу онлайн-покупки является

выгода, свобода выбора, скорость и безопасность обслуживания, ассортимент, удобство поиска товара и оформления заказа [1].

Пандемия поспособствовала прогрессивному развитию онлайн-бизнеса. Ключевым фактором, определяющим успешность и рентабельность бизнеса в формате онлайн, является выбор актуальной и популярной сферы.

Еще одним из популярных и развивающихся направлением бизнеса стала служба доставки. Именно в этот период компании активно стали подстраивать под доставку свои сайты и создавать удобные приложения. Особенно часто у покупателей стала пользоваться спросом бесконтактная доставка, эта услуга появилась благодаря новой потребности покупателей, вызванной пандемией COVID-19. Ведь, именно уменьшение контактов является одним из действующих способов профилактики вируса. Число заказов у сервисов доставок резко выросло, следовательно, потребители положительно относятся к такой услуге. На сегодняшний день большое количество известных компаний предоставляют такую возможность своим клиентам, наиболее популярные из них, такие как Delivery Club, Яндекс.Еда, Wildberries, Ozon и др.

Лидерство в создании экосистем принадлежит США и Китаю. Появившиеся здесь глобальные экосистемы, такие как Google, Apple, Facebook, Amazon, Alibaba, Tencent, работают на гибридной модели и обеспечивают основные сферы жизнедеятельности и интересов потребителей (финансы, информационные технологии, электронную коммерцию и образ жизни). Российские экосистемы предпочитают формироваться вокруг банков и технологических компаний, например Яндекс, Mail.ru Group, МТС и др.

Активное развитие экосистем может привести к тому, что к 2025 г., по мнению экспертов McKinsey, их доля может составить около 30 % перераспределения глобального ВВП, а это до 60 трлн долл. [3].

Вопросами формирования экосистем в торговых предприятиях в настоящее время занимаются такие авторы, как: Л.Ю. Александрова [3], В.А. Карпинская [2], Г.Б. Клейнер [2], А.Ю. Мунши [3], В.А. Карпинская [2], Н.М. Олейник [4], О.В. Солдаткина [6], В.В. Стаценко [5], Е.В. Шестакова [6] и др.

Цель данного исследования направлена на изучение тенденций развития торговых предприятий в России и на формирование их экосистемы, позволяющей сохранить свои позиции на рынке.

Определим следующие задачи:

1. Изучить тенденции развития торговых предприятий в России.
2. Рассмотреть формирование экосистемы торгового предприятия.
3. Определить направления развития торговых предприятий.

Работая над данной статьей, автор использовал различные методы исследования: структурно-логический, динамический, системный анализ; и методы сравнения, которые основаны на логических выводах и имеют общенаучный характер.

Анализ данных Росстата позволяет сделать вывод о том, что в настоящее время в секторе торговли занято около половины малых предприятий, зарегистрированных в России, в которых работает более 3 млн человек. Оборот розничной торговли в России в апреле 2020 г. упал на 22 %, а в мае 2020 г. — на 17,5 %. По

итогам 2020 г. показатели розничной торговли в Российской Федерации снизились на 3,2 %. Если сравнить данные Росстата, с до пандемийным маем 2019 г., то можно заметить, что розничная торговля в мае 2021 г. выросла примерно на 4,9 %. В январе — мае 2021 г. оборот розничной торговли в РФ увеличился на 10 % к соответствующему периоду 2020 г. и составил 14 трлн 905,1 млрд р. Таким образом, можно сделать вывод, что в 2021 г. ретейл стал постепенно восстанавливаться. При этом онлайн и офлайн торговые каналы стали дополнять и усиливать друг друга [3].

Под экосистемой в торговле понимается площадка товаров и услуг (marketplace), т.е. площадка, на которой предлагаются различные бесшовно интегрированные продукты и услуги, которые могут покрыть максимально широкий спектр клиентских потребностей одного профиля. Можно сказать, что экосистема — цифровая площадка, где клиенту дается возможность приобрести различные товары и услуги (в том числе сторонних поставщиков) и получить синергетический эффект при их одновременном использовании (в том числе с продуктом «центра экосистемы») [2].

Во время распространения COVID-19 у потребителей произошло переосмысление своего образа жизни. В современном обществе произошли изменения, в нем появились новые тренды, без которых жизнь стала невозможной, так, например, сократилось посещение общественных мест, уменьшилось количество социальных взаимодействий, произошло увеличение доли домашнего потребления. Многие потребители стали заниматься, чем-то новым для себя, появились новые интересы, новые паттерны поведения, а также новые модели потребления информации и соответственно и новые потребности. Все эти изменения в потребительских предпочтениях повлияли на ряд индустрий.

Число онлайн-заказов продуктов питания в 2020 г. увеличилось по сравнению с 2019 г., а средний чек, наоборот, уменьшился. В этот период многие потребители стали заказывать еду онлайн, чтобы не посещать магазины с большим количеством людей, в которых есть риск заразиться вирусом [1].

Таким образом, самоизоляция повлияла на рост покупок в сети Интернет, в связи с этим онлайн-продажи значительно увеличились. В большей части это коснулось сферы шопинга, продуктов питания и продовольственных товаров. Но и про офлайн-магазины потребители не забывают, и некоторые категории товаров предпочитают покупать в таких магазинах, ведь есть возможность оценить качество, свежесть, внешний вид товара.

Любой бизнес, как динамично развивающийся проект, состоит из множества взаимосвязанных деталей и создает продукт в условиях окружающей его среды — и это тоже искусственная экосистема.

Отличным примером экосистемы в сфере Интернет-торговли является китайская Alibaba Group. Входящие в нее подразделения направлены на удовлетворение потребностей покупателей и продавцов. Alibaba Group работает в сфере торговли между компаниями по схеме b2b и розничной онлайн-торговли, также в нее входят финансовое подразделение Ant Financial, облачные сервисы Aliyun, логистическая сеть Cainiao, сервис онлайн-рекламы Alimama, киностудия, браузер, видеопортал и операционная система [5].

В «Яндекс.Маркет» есть три основные бизнес-линии, которые начали быстро развиваться в период коронавируса [4]:

1. «Яндекс.Маркет» как маркетплейс, основная функция данной бизнес-линии заключается в сравнении цен, причем не только в онлайн, но и в офлайн-торговле.

2. Маркетплейс — «Беру», эта бизнес-линия имеет свои склады, собственную доставку и является аналогом «Амазона».

3. Кроссбордерный маркетплейс «Брингли», бизнес-линия имеющая витрину, на которой представлены товары из зарубежных торговых площадок.

Все вышеперечисленные проекты развиваются самостоятельно, т.е. каждый в своем темпе, но они формируют единый бизнес, так как являются одной командой и делятся между собой данными, клиентами и всем остальным.

Отметим общие тенденции, которые в настоящее время можно выделить в развитии торговых предприятий России, такие как:

1. Увеличение объемов онлайн-кредитования.

2. Развитие категории FMCG — онлайн-торговли продуктами питания, бытовой химией и остальными товарами.

3. Активное инвестирование в автоматизацию бизнес-процессов.

4. Развитие направленияO2O, online-to-offline, или омниканальности.

5. Развитие онлайн-шопинга товаров.

6. Применение искусственного интеллекта в оказании услуг торговли (роботизация обслуживания клиентов, информационная поддержка).

7. Развитие цифрового маркетинга, цифровых промо-решений в сфере оказания услуг [6].

На основании проведенного исследования в рамках темы «Формирования экосистемы торговых предприятий» можно выделить следующие перспективные направления развития предприятий торговли:

1. Введение персонифицированного обслуживания клиентов на основе данных интегрированных цифровых платформ.

2. Развитие рынка электронного сервиса.

3. Создание условий для многоуровневого взаимодействия с клиентом, персонификация по клиентскому профилю.

4. Использование технологий Big Data для сбора и анализа данных.

5. Развитие в сфере оказания услуг технологий VR [6].

Таким образом, экосистемы в торговле должны активно развиваться в будущем. Торговые предприятия, которые в настоящее время работают в таком формате, т.е. не замыкаются на собственных клиентах и ресурсах, а активно с помощью партнерств и сетей покрывают максимальное число потребностей клиента — будут процветать.

Список использованной литературы

1. Баева Л.А. Исследование изменения потребительских предпочтений в условиях пандемии / Л.А. Баева, О.В. Солдаткина // Научные исследования современных проблем развития России: цифровая трансформация экономики : сб. науч. тр. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых, С.-Петерб. гос.

экон. ун-т, 15 февр. 2021 г. ; под ред. Е.А. Горбашко. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2021. — С. 526–530.

2. Клейнер Г.Б. Развитие экосистем в финансовом секторе России / Г.Б. Клейнер, М.А. Рыбачук, В.А. Карпинская // Управленец. — 2020. — Т. 11. — № 4. — С. 2–15.

3. Мунши А.Ю. Оценка состояния и тренды развития розничной торговли России / А.Ю. Мунши, Л.Ю. Александрова, А.Ш. Мунши // Вестник Российского университета кооперации. — 2020. — № 2 (40). — С. 78–84.

4. Олейник Н.М. Цифровая трансформация российского рынка электронной розничной торговли / Н.М. Олейник // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2021. — № 3 (129). — С. 92–97.

5. Стаценко В.В. Экосистемный подход в построении современных бизнес-моделей / В.В. Стаценко, И.И. Бычкова // Индустриальная экономика. — 2021. — № 1. — С. 45–61.

6. Шестакова Е.В. Тенденции развития предприятий торговли Оренбургской области / Е.В. Шестакова, О.В. Солдаткина // Современные тенденции и технологии развития потенциала регионов : сб. ст. Нац. науч.-практ. конф., Санкт-Петербург, 29 апр. 2021 г. — Санкт-Петербург : С.-Петерб. ун-т технологий упр. и экономики, 2021. — Ч. 1. — С. 169–177.

Информация об авторе

Солдаткина Ольга Валерьевна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра управления персоналом, сервиса и туризма, Оренбургский государственный университет, г. Оренбург, e-mail: olg_sold@mail.ru.

Author

Olga V. Soldatkina — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Personnel Management, Service and Tourism, Orenburg State University, Orenburg, e-mail: olg_sold@mail.ru.

© Солдаткина О.В., 2022

УДК 338.467

А.П. Шагунов, Ю.А. Скоробогатова

ОРГАНИЗАЦИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ИНДУСТРИИ ПИТАНИЯ ПО ТЕХНОЛОГИИ ФРАНЧАЙЗИНГА: ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ

При создании новых предприятий в индустрии питания часто используется франчайзинг. Это обусловлено спецификой отрасли и рядом преимуществ, которые предоставляет франчайзинговая модель. В данной статье рассмотрены основные теоретические аспекты франчайзинга, проведен краткий анализ его текущего развития, определены его преимущества и недостатки, а также дана оценка эффективности использования данного инструмента при создании малых предприятий в индустрии питания.

Ключевые слова: малое предпринимательство; франчайзинг; индустрия питания; общественное питание; услуги; организация предприятия.

A.P. Shagunov, Yu.A. Skorobogatova

ORGANIZATION OF SMALL ENTERPRISES IN THE FOOD INDUSTRY BY FRANCHISING TECHNOLOGY: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

Franchising is often used to create new businesses in the food industry. This is due to the specifics of the industry and a number of advantages offered by the franchise model. In this article the basic theoretical aspects of franchising are considered, a brief analysis of its current state, its advantages and disadvantages are identified, and the effectiveness of using this tool in the creation of small enterprises in the food industry is assessed.

Keywords: small business; franchising; food industry; catering; services; enterprise organization.

Индустрия общественного питания в условиях современного мира постоянно развивается и по-прежнему остается одной из самых привлекательных сфер деятельности, в особенности для малого предпринимательства. Франчайзинговая модель создания и развития бизнеса становится все более распространенной, это заметно во многих отраслях, но особенно отчетливо это прослеживается именно в индустрии питания. В связи с этим необходимо определить, насколько хорошо франчайзинг подходит для организации малых предприятий в индустрии питания, какие он дает преимущества и какими недостатками обладает.

Целью данной статьи является оценка франчайзинга в качестве инструмента для организации малых предприятий в индустрии питания. В связи с этим необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть теорию франчайзинга.
2. Проанализировать его текущее развитие.

3. Определить его преимущества и недостатки.

4. Дать оценку франчайзингу как инструменту для создания малых предприятий в индустрии питания.

Теоретической основой статьи является учебно-методическая и научная литература отечественных и зарубежных авторов в области предпринимательства в сфере общественного питания, а также материалы периодических изданий по данной теме. Эмпирическую базу исследования составляют следующие методы: наблюдение, статистика.

Полученные результаты. Одним из наиболее эффективных и популярных на данный момент способов создания и развития субъектов малого бизнеса является франчайзинг.

Франчайзинг — это основанная на договоре система отношений и сотрудничества между франчайзером (продавцом) и франчайзи (покупателем). Объектом таких отношений является франшиза [1].

Франшиза — это право на использование, как правило, уже известной торговой марки, технологий производства продукции или оказания услуг и прочих бизнес-технологий, включая систему материально-технического обеспечения, систему продаж, маркетинга, ценообразования. Понятие «франшиза» и «франчайзинг» часто приравнивают друг к другу.

Франчайзером называют компанию, которая продает права на франшизу. Это может быть, как юридическое лицо, так и индивидуальный предприниматель. Обычно это довольно известная компания, имеющая собственный запатентованный товарный знак, репутацию и опыт на определенном сегменте ранка. Обычно часть предприятий внутри сети принадлежит непосредственно франчайзеру, а другая часть принадлежит его партнерам — франчайзи.

Франчайзи — это покупатель франшизы, он также может быть юридическим лицом или ИП. Франчайзи за плату и на определенных условиях приобретает у другой компании право использовать ее технологии и наработки, вести деятельность под ее товарным знаком и получает доступ к ее информационным ресурсам.

Договор франчайзинга по своей сути является договором коммерческой концессии, определение которого закреплено в ГК РФ. Этот документ регулирует взаимоотношения сторон-участников франчайзинга, в нем обязательно описываются права и обязанности франчайзи после покупки франшизы, а также права и обязанности франчайзера, после продажи франшизы.

Также важным понятием является «пакет франшизы». Пакет франшизы (франчайзинговый пакет, франшиза) — это совокупность все того, что франчайзер предоставляет франчайзи по условиям договора. Наполнение пакета франшизы отличается у разных компаний, но всегда подробно прописывается в договоре.

Наполнение пакета франшизы напрямую влияет на стоимость франшизы и ее конкурентоспособность. Именно поэтому его разработка является важным этапом при подготовке франшизы к продаже. Пакет франшизы может включать в себя:

1. Множество различной документации — правового характера, регламенты, стандарты, технологические карты, схемы, руководства по бизнес-процессам, рекомендации, базы данных.

2. Бизнес-план.

3. Ноу-хау, технологии, доступ к информационным системам.
4. Помощь при организации предприятия («команда запуска»).
5. Бренд-бук, дизайн, готовые макеты, изображения и другие промоматериалы.
6. Маркетинговое и информационное сопровождение.

Еще одним важным моментом в содержании франшизы является система материально-технического обеспечения. У франчайзера уже имеется готовый список необходимого оборудования, ресурсов, материалов и требований к ним. Он помогает с поиском поставщиков и налаживанием хозяйственных связей или же уже имеет необходимых партнеров, снимая тем самым с франчайзи необходимость решения множества задач в этой области.

Также практикуются общие закупки для всей сети с поставками в регионы присутствия. Это особенно характерно для общественного питания, где сырье и различные ингредиенты играют значительную роль в успехе продукта и предприятия. Кроме этого, франчайзеру за счет масштаба выгодно заниматься внедрением различных информационных систем, помогающих в организации материально-технического снабжения и отслеживании потребности в ресурсах, что в конечном итоге положительно сказывается на эффективности деятельности франчайзи [2, с. 11].

Помимо фиксированной платы за приобретение франшизы, ее договор может включать в себя условие уплаты франчайзи в пользу франчайзера роялти. Как правило, оно выплачивается раз в месяц, это может быть фиксированная сумма или процент от прибыли, оборота, продаж франчайзи. Роялти является своего рода платой за использование товарного знака, технологий и сопровождение. Существуют также рекламные отчисления, они могут включаться в роялти или выплачиваться отдельно. Так как франчайзер берет на себя задачу по продвижению и рекламе всей сети под своим торговым знаком, то франчайзи компенсирует ему часть этих расходов.

В России история франчайзинга началась в 1990-х гг., это связано с приходом на рынки крупных иностранных компаний, таких как «Kodak», «McDonald’s» и др. На данный же момент Россия входит в число мировых лидеров по темпам развития франчайзинга. Одним из направлений развития франчайзинга в России по планам Российской Ассоциации франчайзинга (РАФ), является увеличение к 2025 году количества точек, открытых по франшизе до 200 тыс., это повысит количество открытых по такой форме сотрудничества рабочих мест с 500 тыс. до 2 млн [3]. На Рис. 1 показан рост количества франшиз на российском рынке за последние годы. Можно выделить 4 наиболее популярных направления, по которым открывают франшизу, — это розничная торговля, общественное питание, сфера услуг и производство.

В России около 55 % от всех франшиз работают в розничной торговле, это небольшие супермаркеты, магазины у дома, магазины бижутерии и аксессуаров, электроники, одежды и обуви, товаров для дома, строительные магазины и интернет-магазины.

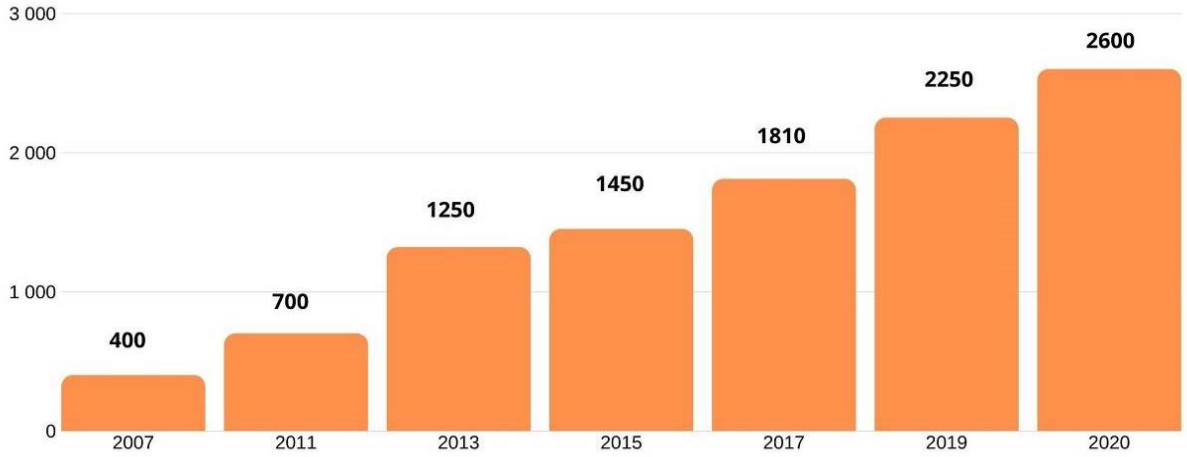


Рис. 1. Динамика количества франшиз в России (на начало года)

На втором месте находится общественное питание — около 20 % франшиз. Среди них наиболее популярными форматами являются фаст-фуд, кафе и рестораны, пекарни, кофейни, столовые.

Оставшуюся часть занимают сфера услуг (15 %) и производство (10 %).

Необходимо отметить, что в зарубежной практике франшизы общественного питания более популярны, чем франшизы в розничной торговле.

Развитию франшиз в индустрии питания способствует рост доходов населения, который приводит к большому росту доли расходов на питание вне дома и ускорение темпа жизни современного человека, в которой не находится время на приготовление пищи самостоятельно.

К успешным и популярным франшизам можно отнести зарубежные «KFC», «BurgerKing», «SubWay», «Papa John's», а из отечественных «Dodo Pizza», «Теремок», «Coffee Machine», «Даблби», «Шоколадница», «One Price Coffee», «Капибара», «Сушишоп», «Гриль Хаус» и другие. В каждом сегменте рынка общественного питания есть свои франшизы — от маленьких кофеен и баров до крупных ресторанов.

Популярность франчайзинга в общественном питании объясняется большим уровнем спроса, разнообразием ниш и форматов заведений, быстротой оборачиваемости капитала, достаточным уровнем рентабельности, относительной простотой управления протекающими процессами.

В качестве итога необходимо выделить основные плюсы и минусы франчайзинга со точки зрения франчайзи.

Основные причины популярности франшиз среди начинающих и уже опытных предпринимателей заключаются в следующем (рис. 2):

1. Сложности при создании и развитии собственного бизнеса с нуля приводят к тому, что среди впервые открывшихся предприятий высока доля банкротства, по статистике из них около 85 % прекращают свою деятельность в течение 5 лет, а среди предприятий, созданных по франшизе, этот показатель составляет около 14 % [4, с. 38].

2. Готовый бизнес-план.

3. Возможность использовать известную и популярную торговую марку, бренд.

4. Поддержка со стороны франчайзера — информационная, аналитическая поддержка, помощь с запуском бизнеса, обучение персонала.

5. Налаженные бизнес-процессы и связи у франчайзера — нет необходимости в самостоятельном поиске поставщиков, оборудования, разработке с нуля планов обустройства точек, создании регламентов и т.п.

6. Маркетинг — как правило, проведением рекламных компаний, маркетинговых исследований занимается франчайзер, он же разрабатывает дизайн, макеты, промо-материалы и передает их франчайзи.

7. Доступ к ноу-хау, технологиям, информационным системам.

8. Налаженная система материально-технического обеспечения, оптовые поставки по всей сети.

9. Готовые корпоративные стандарты и культура — на их создание и внедрение с нуля потребуется много усилий.

10. Отсутствие конкуренции внутри сети на региональном уровне, возможность стать региональным представителем крупного бренда.

11. Франчайзер может стать поручителем в банке, если предприятие открывается за счет заемных средств.

Рис. 2. Основные причины популярности франшиз среди предпринимателей

Но несмотря на преимущества франчайзинга, с точки зрения предпринимателя у него есть и свои недостатки, к ним можно отнести (Рис. 3):

1. Обязательство соблюдать прописанные в договоре франчайзинга условия, правила, нормативы — это ведет к ограничению свободы в принятии решений, так как многие моменты, например список поставщиков, оборудования, требования к помещению, цены на продукцию или услуги, могут быть заранее определены франчайзером [5, с. 335].

2. Крупные первоначальные инвестиции, как правило, больше, чем при самостоятельном открытии бизнеса.

3. Необходимость выплачивать роялти, отчисления на рекламу.

4. Штрафные санкции за несоблюдение условий договора, за выход из франшизы.

5. Вероятность расторжения договора в одностороннем порядке со стороны франчайзера.

6. Потеря торговой марки, бренда в случае прекращения договора.

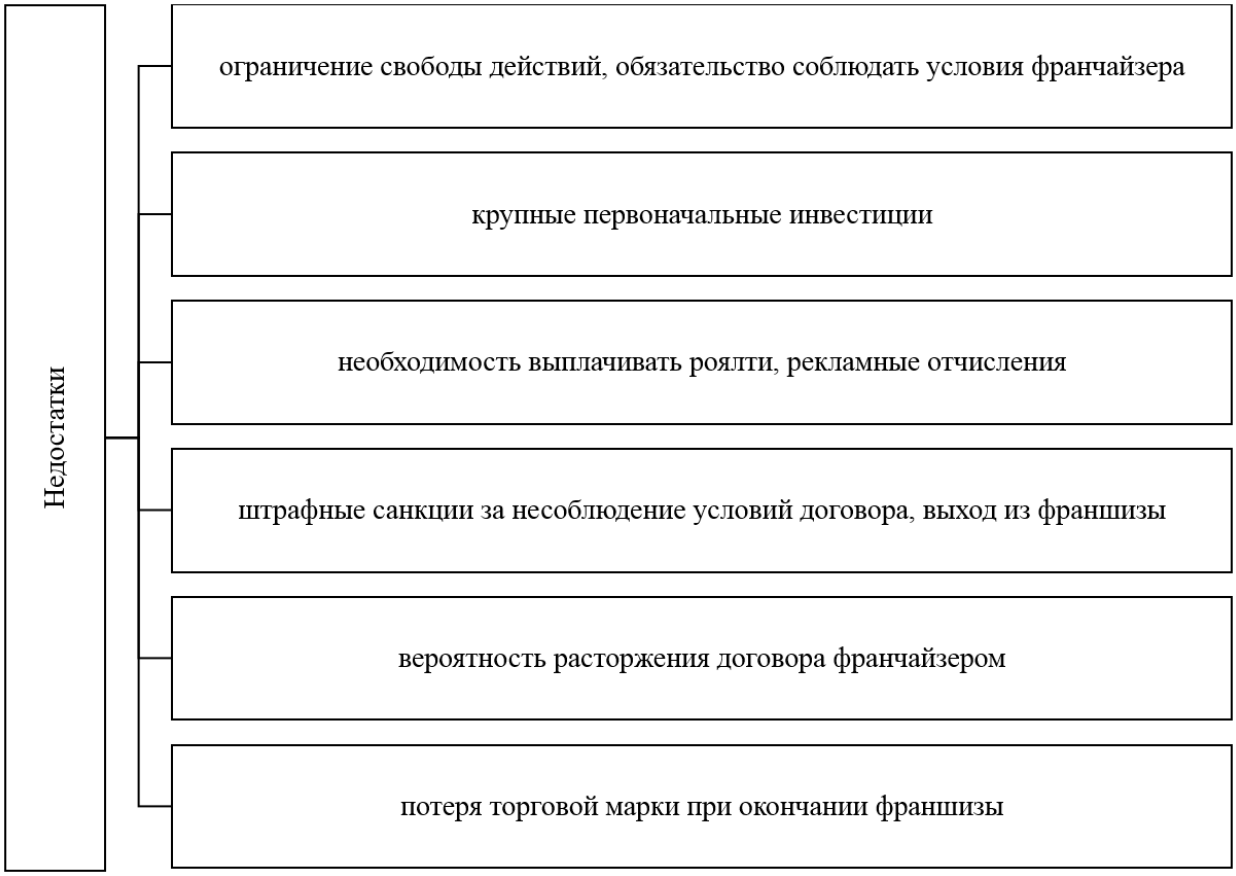


Рис. 3. Недостатки франчайзинга для предпринимателя

Основные результаты. По итогам изучения теоретических особенностей организации малых предприятий в индустрии питания по технологии франчайзинга, анализа его текущего развития и выявления всех достоинств и недостатков можно сделать следующие выводы.

Несмотря на сравнительно небольшие масштабы деятельности, организация даже малого предприятия в индустрии питания требует подготовки и значительных организационных, трудовых и денежных ресурсов. А для эффективной работы и устойчивого развития предприятия необходимо наладить и связать между

собой множество производственных процессов, протекающих как во внутренней, так и во внешней среде. Создать эффективное малое предприятие с хорошо отлаженной системой МТО и другими процессами действительно может помочь франчайзинг. Этот вид взаимодействия предпринимательских структур давно укрепился на рынке общественного питания, у него есть как свои преимущества, так и недостатки, но в целом это стабильный и рабочий инструмент для создания новых и развития уже действующих предприятий.

Список использованной литературы

1. Богомолов Ю. Термины франчайзинга / Ю. Богомолов // Businessmens, 2019. — URL: https://businessmens.ru/franchise/article/clovar-franchayzinga (дата обращения: 15.11.2021).

2. Вишневская Е.В. Актуальные направления развития индустрии общественного питания региона (на примере Белгородской области) / Е.В. Вишневская, Т.Б. Климова, И.В. Семченко [и др.] // Сервис в России и за рубежом. — 2018. — № 3 (81). — С. 11–12.

3. Российская академия франчайзинга : офиц. сайт. — URL: https://www.rusfranch.ru (дата обращения: 15.11.2021).

4. Зеленько Н.И. Развитие института франчайзинга в России и за рубежом / Н.И. Зеленько // Научный журнал. — 2020. — № 9 (54). — С. 37–42. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-instituta-franchayzinga-v-rossii-i-za-rubezhom (дата обращения: 01.11.2021).

5. Жуков В.Б. Проблемы развития франчайзинга в России и возможные пути их решения / В.Б. Жуков // Инновации и инвестиции. — 2019. — № 10. — С. 333–336. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-razvitiya-franchayzinga-v-rossii-i-vozmozhnye-puti-ih-resheniya (дата обращения: 21.11.2021).

Информация об авторах

Александр Павлович Шагунов — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: anna.masovecz.98@mail.ru.

Скоробогатова Юлия Александровна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

Authors

Alexander P. Shagunov — Master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: shagunoff@yandex.ru.

Yulia A. Skorobogatova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: skorobogatova.ya@gmail.com.

© Шагунова А.А., Скоробогатова Ю.А., 2022

УДК 3608.025

П.А. Швардова, М.Н. Степанова

ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ И ЗАКОННЫХ ИНТЕРЕСОВ ПОЛУЧАТЕЛЕЙ СТРАХОВЫХ УСЛУГ

В настоящей статье рассматриваются основные проблемы защиты прав потребителей на рынке страховых услуг Российской Федерации. Приводится краткий обзор и анализ некоторых изменений в страховом законодательстве, а также практики их применения. Автор приходит к выводу о недостаточном развитии механизмов защиты прав потребителей и обосновывает необходимость разработки дополнительных регулирующих мер для повышения качества защиты прав и законных интересов получателей страховых услуг.

Ключевые слова: защита прав потребителей; договор страхования; страхователь; страховая организация; страховое возмещение; ОСАГО.

P.A. Shvardova, M.N. Stepanova

PROBLEMS OF PROTECTING THE RIGHTS AND LEGAL INTERESTS OF THE RECIPIENTS OF INSURANCE SERVICES

This article examines the main problems of consumer protection in the insurance market of the Russian Federation. Provides a brief overview and analysis of some changes in insurance legislation, as well as the practice of their application. The author comes to the conclusion about insufficient development of consumer rights protection mechanisms and substantiates the need to develop additional regulatory measures to improve the quality of protection of the rights and legitimate interests of insurance recipients.

Keywords: consumer protection; insurance contract; policyholder; insurance organization; insurance compensation; OSAGO.

Защита прав потребителей, рассматриваемых в качестве более слабой стороны деловых отношений, находится в самом центре внимания регулирующих органов как на национальном, так и на международном уровне. Ее актуальность для российского рынка определяется тем фактом, что уровень защиты интересов страхователей в стране до сих пор относительно невысок. Насущность проблемы определяет достаточно большое количество исследований и их разнообразие. В том числе Ю.В. Лысова, рассматривая конкретные примеры из судебной практики, поднимает вопрос принуждения потребителей к приобретению страховых услуг при кредитовании в условиях цифровизации услуг [1]. В своей работе Н.В. Огорелкова приходит к выводу о существовании информационной диспропорции между получателем страховой услуги и ее поставщиком, возникающей из-за недостаточного регулирования вопроса нераскрытия страховыми организациями полных сведений о предоставленных услугах [2]. М.Н. Степанова поднимает вопрос об избыточности ограничений, устанавливаемых в отношении получателей страховых услуг как

субъектов страховой сделки [3]. Е.Ф. Быстрова анализирует функции института финансового уполномоченного в России и результаты его деятельности [4].

Задача исследования — выявить и сформулировать актуальные проблемы защиты прав российских потребителей страховых услуг для дальнейшего поиска направлений совершенствования деятельности надзорных органов в данной сфере. Для решения поставленной задачи был проведен анализ научной литературы и исследовательских отчетов, а также законодательных и нормативно-правовых актов, изучена и обобщена судебная практика, проанализированы статистические данные.

Несмотря на постоянное совершенствование системы защиты прав страхователей, их интересы по-прежнему нарушаются. На практике достаточно часто возникают ситуации, которые подтверждают неправомерность и необоснованность занижения размера страховой выплаты или незаконный отказ в компенсации — они ставят под вопрос смысл страхования, заключающийся в защите материальных интересов физических лиц, подрывая их доверие к страховой организации и в итоге приводит к сокращению спроса на страховые услуги и, соответственно, сокращению рынка, а также к другим достаточно серьезным проблемам [5].

Основные трудности, с которыми часто сталкиваются получатели страховых услуг в РФ — это составление договора страхования и толкование его условий, несмотря на то, что отдельные страховщики работают с формами, основанными на стандартных правилах. С одной стороны, стандартизация условий страхования является необходимостью, позволяющей упорядочить условия предоставления страховой защиты, а с другой стороны, она ограничивает возможности по подбору индивидуальных условий, основываясь на собственных интересах клиента. Кроме того, имеют место недобросовестные оговорки, допускаемые в тексте договора, которые могут повлечь за собой уменьшение размеров страховых выплат, нарушение сроков их осуществления или отказ в страховом возмещении. Чаще всего страхователь не обладает специальными знаниями и компетенцией, чтобы разобраться в сложных формулировках условий договора, что не позволяет ему верно оценить предоставляемую услугу, справедливость условий предоставления страховой защиты и ее эффективность.

Закон РФ «О защите прав потребителей» и Базовые стандарты оказания страховых услуг предусматривают обязанность страховщика предоставить страхователю полную и достоверную информацию о продуктах, что дает возможность потребителю сделать правильный выбор. Однако зачастую страховые компании не заинтересованы в ее прозрачности и не готовы объяснять все условия страхования, порядок получения страховой выплаты, возможные варианты урегулирования споров.

Проведенный Минфином России мониторинг показал, что страховой рынок в настоящее время не вызывает доверия потребителей. Основное недовольство получателей страховых услуг касается неготовности страховых компаний предоставлять «полное, правдивое и доступное объяснение всех условий договора страхования» [6].

Одной из основных задач, которую ставят перед сбой надзорный орган и иные заинтересованные стороны, является повышение финансовой грамотности

населения на рынке страхования. Очень многие отмечают необходимость унификации терминологии и структуры правил страхования, совершенствование механизма защиты прав и интересов получателей страховых услуг, многие из которых недостаточно или вовсе не осведомлены о своих правах, не знают порядка действий в случае их нарушения. Часто страхователи стараются избегать помощи судов в разрешении конфликта, поскольку предугадывают риски и затраты, связанные с этим. Рассмотрение споров зачастую превращается в длительный и сложный процесс, требующий времени и соответствующих моральных затрат. В подобной ситуации потребители чаще отказываются от возможности отстаивать свои права. Для решения этой проблемы необходимо усовершенствование порядка рассмотрения споров, возникающих из договоров страхования. Создание службы финансового уполномоченного в соответствии с вступившим в силу с 3 сентября 2018 г. Федеральным законом «Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг» стало серьезным шагом на пути к эффективному решению вышеперечисленных проблем. Однако, исходя из судебной практики, внушительная часть обращений со стороны получателей страховых услуг не принимается к рассмотрению или оказывается неудовлетворенной. Кроме того, за невыполнение страховщиком в добровольном порядке решения финансового уполномоченного, в соответствии с Законом № 123-ФЗ с нее может быть взыскан только штраф в размере лишь 50% суммы удовлетворенного требования потребителя — это также ставит под вопрос эффективность деятельности системы омбудсмена [7].

Аналитики отмечают, что одной из основных проблем и важной причиной недовольства потребителей, является навязывание дополнительных страховых услуг при оформлении кредита или ипотеки. Практических примеров, когда банки настаивают на приобретении страховки, очень много. Например, зачастую заемщик вынужденно становится страхователем при получении рассрочки, одним из условий которой является оформление страховки на покупаемый товар. При несогласии с условием покупки страхового полиса потребителю будет отказано в предоставлении займа. Кроме того, часто заемщики вынуждены заключать договоры страхования, так как перед ними ставят условие одобрения кредита или снижения процентной ставки только в случае приобретения дополнительных страховых услуг.

В связи с распространением практики принуждения потребителей к приобретению дополнительных услуг по страхованию было разработано указание Центрального банка РФ, вступившее в силу с 02.03.2016 г., в соответствии с которым было введено понятие «периода охлаждения». Теперь потребитель имеет право отказаться от договора страхования в течение 14 рабочих дней с момента его заключения и потребовать возврата страхового взноса. Благодаря этому проблема урегулировалась, но не полностью, так как в случае с ипотекой банки все же оставили за собой право повышать процентную ставку в случае отказа от заключения договора страхования, поэтому потребители по-прежнему вынуждены оформлять страховой полис, чтобы сохранить более низкий процент.

Нередко получатели страховых услуг сталкиваются с проблемой включения в договор страхования условий, ущемляющих права потребителей. Международная конфедерация обществ потребителей (КонфОП) в отчете за 2018 г. подняла

проблему дискриминации и ущемления прав социально-уязвимых категорий потребителей, в частности, в ситуациях, когда страховые компании устанавливают множество ограничений, чтобы отказать в заключении договора страхования в отношении инвалидов, больных онкологическими и некоторыми другими заболеваниями, лиц, состоящих на учете в противотуберкулезном диспансере и др., или для непризнания наступления страхового случая, например, событий, произошедших в результате заболевания СПИД или ВИЧ-инфекцией, а также вследствие заболеваний, связанных с беременностью и родами и т.д. [8]. Существует необходимость проведения проверки правил страхования и их редактирования, исключая из них и из договоров страхования положений, которые могут ограничивать права социально-уязвимых категорий граждан. Такая рекомендация была дана Банку России совместно с Минфином России и при участии общественных объединений, ассоциаций потребителей по итогам заседания президиума Госсовета по вопросу развития национальной системы защиты прав потребителей еще в 2017 г. [9]. Однако никаких изменений и положительных результатов к данному моменту так и не появилось.

Одна из основных функций Банка России — защита прав потребителей страховых услуг, что является необходимым условием функционирования финансового рынка России. По итогам III квартала 2021 г. в Банк России поступило более 186 тыс. жалоб (рис. 1), в числе которых важное место занимают жалобы, направленные в отношении субъектов страхового дела — их количество достигло 32,8 тыс. (был продемонстрирован рост в 20,4 % по сравнению с аналогичным периодом с января по сентябрь 2020 г.). В структуре жалоб на некредитные финансовые организации и участников корпоративных отношений субъекты страхового дела занимают почти половину (43,6 %). Из чего можно сделать вывод о все еще существующих нерешенных противоречиях на рынке страховых услуг, требующих новых мер для усиления защиты потребителей страховых услуг.

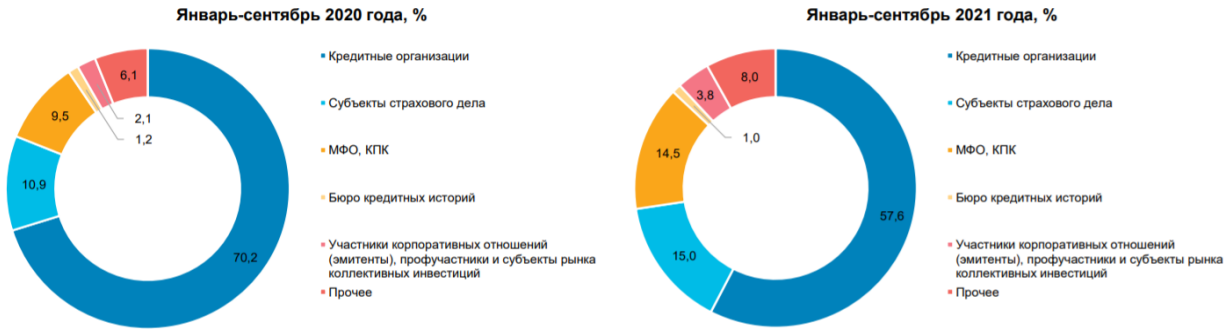


Рис. 1. Распределение общего количества жалоб
(Источник: URL: https://cbr.ru/protection_rights/statistic)

Из рис. 2 и 3 несложно заметить, что наибольшая доля в общем объеме жалоб принадлежит проблемам, связанным с ОСАГО, — 76,5 %. В январе — сентябре 2021 г. количество таких жалоб увеличилось на 16,4 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года и составило 22,3 тыс.

Рис. 2. Распределение жалоб в отношении субъектов страхового дела

(Источник: URL: https://cbr.ru/protection_rights/statistic)

В наибольшей степени они касаются тарификации, т.е. применения коэффициента «бонус-малус» при заключении договоров страхования (56,1 % всех жалоб). В целом можно наблюдать заметное ухудшение показателей по сравнению с 2020 г.

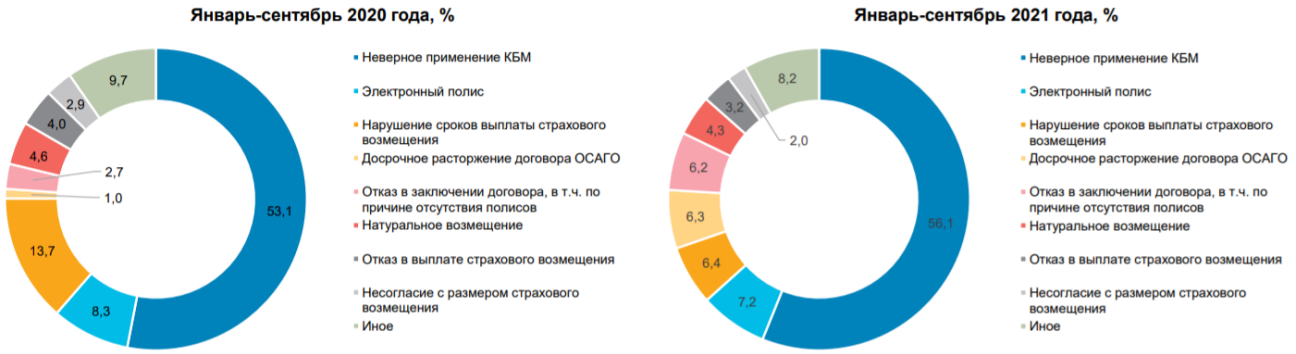


Рис. 3. Распределение жалоб по тематике «ОСАГО»

(Источник: URL: https://cbr.ru/protection_rights/statistic)

В исследовании Финансового университета при правительстве РФ были названы и другие причины жалоб в сфере ОСАГО: неполные выплаты и попытки страховых компаний уменьшить суммы страхового возмещения, отказы в выплате, длительные сроки проведения рассмотрения дел и др. Кроме того, больше всего недовольства вызывают сложности процедур и длительность оформления полиса ОСАГО, а также отказ страховых организаций предоставлять страхователям скидки [11].

Одной из проблем в сфере ОСАГО является дискриминация некоторых категорий потребителей, которым не предоставляется право выбора при наступлении страхового случая. Страховое возмещение в ОСАГО может производиться в

виде выплаты денежной суммы или оплаты страховой организацией восстановительного ремонта поврежденного транспортного средства. Однако граждане, в собственности у которых находятся легковые автомобили, не имеют этого права выбора страховой услуги (ст. 15.1 Закона об ОСАГО) и могут получить страховое возмещение только в виде ремонта транспортного средства. Эти получатели страховых услуг могут выбрать способ страховой выплаты только в случаях причинения тяжкого вреда здоровью или вреда средней тяжести, а также при присвоении инвалидности. Однако необходимо обеспечивать право выбора страховой услуги в равной степени потерпевшим всех категорий.

Кроме того, возникает вопрос о необходимости обязательного привлечения независимой технической экспертизы для определения размера страховых убытков при наступлении страхового случая, чтобы гарантировать объективную оценку страхового возмещения.

Несмотря на разработку и постоянное введение новых правовых мер, которые должны способствовать усилению защиты прав и законных интересов получателей страховых услуг, все еще наблюдается рост возникающих проблем и жалоб от страхователей. В данной ситуации необходимо усиление роли государственных органов власти при решении проблем защиты интересов страхователей, а также дальнейшее совершенствование законодательно-правовой базы страховой деятельности [10]. Невозможно отрицать, что в последние годы имело место большое количество преобразований в данной сфере [12; 13], однако наличие нерешенных проблем, в том числе описанных выше, подчеркивает неспособность существующей законодательной базы в полной мере обеспечить защиту прав потребителей страховых услуг, поэтому целесообразно продолжать деятельность в направлении ее совершенствования.

Список использованной литературы

1. Лысова Ю.В. Актуальные проблемы защиты прав потребителей при выдаче кредита и его страховом обеспечении / Ю.В. Лысова // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА). — 2020. — № 1 (8). — С. 45–65. — URL: https://vestnik.msal.ru/jour/article/view/1184/1205.

2. Огорелкова Н.В. Асимметрия информации между потребителем страховой услуги и страховщиком при заключении договора страхования / Н.В. Огорелкова // Вестник Омского университета. Сер. : Экономика. — 2018. — № 2 (62). — С. 110–120. — URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=35395357.

3. Ограничения в страховании и их влияние на интересы сторон страховой сделки // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2020. — Т. 9, № 1 (30). — С. 326–330.

4. Быстрова Е.Ф. Актуальные вопросы защиты прав потребителей финансовых услуг на современном этапе / Е.Ф. Быстрова // Вестник Саратовской государственной юридической академии. — 2020. — № 1 (132). — С. 213–218. — URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=42478116.

5. Колесников Ю.А. О защите прав потребителей страховых услуг / Ю.А. Колесников // Общество: политика, экономика, право. — 2016. — № 8. — С. 74–78. — URL: https://elibrary.ru/item.asp?id=26561680.

6. Отчет о результатах независимого мониторинга «Состояние защиты прав и интересов потребителей на рынке оказания страховых услуг» / Минфин России : офиц. сайт. — М., 2015. — URL: https://minfin.gov.ru/ru/press-center/?id_4=33166-press-reliz.

7. Об уполномоченном по правам потребителей финансовых услуг : федер. закон РФ от 4 июня 2018 г. № 123-ФЗ // ЭПС «Система ГАРАНТ».

8. О состоянии защиты прав потребителей в финансовой сфере в 2017 году : доклад / Мин-во финансов Рос. Федерации. — М., 2018. — 376 с. — URL: https://www.rospotrebnadzor.ru/upload/iblock/096/doklad-2017.pdf.

9. Перечень поручений по итогам заседания президиума Госсовета по вопросу развития национальной системы защиты прав потребителей от 25 мая 2017 г. №Пр-1004ГС) // ЭПС «Система ГАРАНТ».

10. Отчет о работе с обращениями, январь — сентябрь 2021 г. / Банк России. Служба по защите прав потребителей и обеспечению доступности финансовых услуг : офиц. сайт. — М., 2021. — URL: https://cbr.ru/Collection/Collection/File/39309/2021_3.pdf

11. Аналитический отчет по итогам проведения ежемесячного социологического исследования «Отношение автомобилистов к состоянию рынка ОСАГО» / Финансовый университет при Правительстве РФ : офиц. сайт. — М., 2019. — URL: http://www.fa.ru/science/index/SiteAssets/Pages/Zubets_Pubs/2019_12_MTPL.pdf.

12. Степанова М.Н. Развитие системы досудебного урегулирования страховых споров / М.Н. Степанова // Известия Байкальского государственного университета. — 2016. — Т. 26, № 4. — С. 622–628.

13. Степанова М.Н. Особенности возникновения и рассмотрения споров по вопросам обязательного социального страхования / М.Н. Степанова // Бизнес. Образование. Право. — 2018. — № 4 (45). — С. 191–198.

Информация об авторах

Швардова Полина Андреевна — студент, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: Shvardova20@mail.ru.

Степанова Марина Николаевна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: StepanovaMN@bgu.ru

Authors

Polina A. Shvardova — Student, Department of World Economy and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Shvardova20@mail.ru.

Marina N. Stepanova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Finance and Financial Institutions, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: StepanovaMN@bgu.ru

© Швардова П.А., Степанова М.Н., 2022

УДК 338.439.62

А.М. Клюев, М.И. Тертышник

ВЛИЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА ИЗМЕНЕНИЯ В МАСЛОЖИРОВОЙ ПРОДУКЦИИ

В данной статье рассматривается изменение потребительского спроса в сфере масложировой продукции. Рассмотрены изменения взглядов среди населения насчет причин ожирения и представлены современные тенденции в производстве пищевых масел и жиров. Рассмотрены причины распространения жиров. Представлены причины появления новых видов пищевых жиров. Частично рассмотрен рынок органических пищевых масел и его сегментация на период 2019–2023 гг.

Ключевые слова: масложировая продукция; современные тенденции; пищевые жир; жиры; милленити.

A.M. Klyuev, M.I. Tertyshnik

INFLUENCE OF CONSUMER DEMAND ON CHANGES IN FAT AND OIL PRODUCTS

The article examines the change in consumer demand in the field of fat and oil prod-ucts. We examined the changing attitudes of the population on the causes of obesity. The current trends in the production of edible oils and fats are presented. Also, we studied the causes of the spread of fats. In addition, the reasons for the emergence of new types of edible fats are given. Furthermore, we partially reviewed the organic edible oils market and its segmentation for the period 2019–2023.

Keywords: fat and oil products; modern tendencies; edible fat; fats; milliliters.

Использование масел и жиров среди населения проходит постоянное развитие, изменяясь под нужды потребителей. Исследования по развитию спроса в сфере масложировой продукции, проведенные аналитиками из New Nutrition Business, показало такие результаты: 34 % людей в возрасте от 25 до 44 лет хотят есть больше полезных жиров. И напротив, среди потребителей в возрасте 55–64 лет, выросших в эпоху, когда правилом о питании было «низкое содержание жира — лучше всего», только 23 % стараются есть больше полезных жиров [1].

Распространение жиросодержащей продукции связано также с тем фактом, что за последнее время, люди стали считать углеводы и сахар большими источниками для ожирения. По опросу американцев, только 16 % считают жир питательным веществом, которое с наибольшей вероятностью может вызвать увеличение

веса, по сравнению с 48 %, обвиняющими углеводы и сахар. Это большой переворот, если сравнивать данные десятилетней давностью, когда 70 % американцев пытались всеми силами снизить потребление жира в своей жизни [2].

По словам Джулиана Меллентина, директора консультантов по здоровью научно-популярного журнала New Nutrition Business: «Жир — друг разработчиков продукта, улучшающий текстуру, вкусовые ощущения, структуру и содержание влаги. Во всех категориях со временем будет меньше причин производить продукты с низким содержанием жира. Задача компаний состоит в том, чтобы использовать жиры хорошего качества там, где они могут указать на хороший натуральный источник». Изменение взглядов в пользу насыщения жиров неизменно приводит к изменению категорий. Многие исследования демонстрируют, что крупные бренды, собственные торговые марки, а также марки розничных магазинов получают значительную выгоду благодаря снижению страха потребителей перед жиром [3].

В Великобритании продуктовый ретейлер Marks & Spencer, благодаря снижению страха перед жиром, продает греческий йогурт 10%-ной жирности под собственной торговой маркой наряду с линейками продуктов с нулевым содержанием жира и 5 % жира. То есть он смог расширить свой ассортимент товаров путем расширения видов продукции по жирности. Благодаря этому шагу он был отмечен этикеткой продавца «EatWell», призванной «помочь покупателям сориентироваться в правильном питании».

DeliciouslyElla's — бренд-претендент, популярный среди заботящихся о своем здоровье миллениалов, особенно среди тех, кто придерживается растительной диеты, предлагает чашки с ореховым маслом, подслащенным финиковым сиропом и кокосовым сахаром. Жирность кокосового масла, масла какао и миндального масла — 23 г на 100 г.

В США Love Good Fats (стартап, основанный в 2017 г.) продает свои закуски с низким содержанием сахара в более чем 20 тыс. магазинов, включая Walmart, Kroger и Costco. Каждый из его батончиков содержит более 12 г жира (33 г на 100 г) из смеси миндального масла, арахисового масла и кокосового масла. Недавно компания привлекла 10,7 млн долл. в виде акционерного капитала для ускорения роста.

Американская молочная компания Yoplait также придерживается этой тенденции, предлагая американцам крем-фреш — один из традиционных для Франции молочных десертных продуктов с высоким содержанием жира, который обычно содержит 30–45 % молочного жира [4].

Натуральные вкус и свойства масла всегда были главными помощниками для роста производства и потребления на протяжении многих лет. Во время пандемии короновируса в 2020 г. продажи сливочного масла резко выросли за счет того, что люди начали есть дома чаще. Увеличение расходов на сливочное масло превысило расходы на маргарин и спреды на 360 %. Самым большим победителем стал ирландский бренд Kerrygold. Продажи выросли на 28,3 % — до 235,4 млн долл., что сделало его брендом масла номер два в США.

Technavio отслеживает рынок органических пищевых масел, и в 2019–2023 гг. ожидается его рост на 2,4 млрд долл., при этом среднегодовой темп роста составит более 9 % течение прогнозируемого периода.

Рынок фрагментирован, и в течение прогнозируемого периода степень фрагментации будет только увеличиваться. Adams Group, Bunge, Cargill, NOW Foods и The JM Smucker Company являются одними из основных участников рынка. Хотя растущий спрос на обезжиренные масла откроет огромные возможности для роста, наличие различных заменителей затрудняет рост участников рынка. Чтобы максимально использовать возможности, рыночные вендоры должны уделять значительно больше внимания перспективам роста в быстрорастущих сегментах, стараясь сохранить при этом свои позиции в медленнорастущих сегментах [5].

Растущий спрос на обезжиренные масла способствовал росту рынка. Однако наличие различных заменителей может препятствовать росту рынка. Рынок органических пищевых масел в 2019–2023 гг. сегментирован следующим образом:

1. Органическое соевое масло.
2. Органическое оливковое масло.
3. Органическое масло канолы.
4. Другие органические пищевые масла (OOEO).

Потребители во всем мире стали информативнее о различиях между здоровыми и вредными жирами и маслами. Большинство из них готовы рассмотреть не только жиры и масла, полученные из традиционных способов, но и нетрадиционных источников, наряду с предполагаемыми преимуществами устойчивости, органики или биоинженерии. В настоящий момент времени для молодых потребителей предпочтительнее пищевые продукты, которые содержат минимально обработанные жиры и масла, не содержащие генетически модифицированных организмов (ГМО) и являющиеся органическими. Потребители поколения миллениума, как и молодые люди, предпочитают избегать чрезмерно обработанных ингредиентов и продуктов питания, благодаря чему поддерживают спрос на нерафинированные натуральные масла. В связи с растущим вниманием к своему здоровью большинство потребителей во всем мире охотно принимают и ищут определенные жиры животного и растительного происхождения, которые включают жиры из сливочного масла, яиц, оливкового масла и авокадо. Внедрение жиров на основе сливочного масла возрождается благодаря тому, что они обеспечивают выдающиеся характеристики в упрощении и использовании простых и чистых этикеток для ингредиентов. Это делается благодаря тому, что простые и чистые этикетки — это новая норма для потребителей поколения Z и миллениалов.

Популярность масел на растительной основе будет неуклонно расти по причине увеличения доступности менее известных типов масел наряду с более широким распространением масел, пользующихся признанием. Для масел, полученных из растений, есть своя тенденция: для них наблюдается резкий скачок роста интереса на масла, полученные путем метода экспеллерного отжима, холодным отжимом, а также на нерафинированные масла. Среди миллениалов при выборе жиров и масел для использования в домашней пище, кладовой, обедах в ресторанах и пищевых продуктах эти характеристики имеют первостепенное значение. Изменения в модели покупок у потребителей сразу привлекло внимание у поставщиков масел и жиров, благодаря чему они обновили свои продуктовые наборы, чтобы отразить потенциальный спрос на различные разновидности продукции совместно с дополнительными преимуществами.

За последние несколько лет производители кулинарного масла, включая Unilever PLC и Cargill, Inc., увеличили расходы на разработку продуктов с низким содержанием холестерина. Кроме того, согласно прогнозам, колеблющиеся режимы питания наряду с беспокойным образом жизни профессионалов из рабочего класса изменят предпочтения потребителей и увеличат спрос на подсолнечное и кокосовое масло для кулинарии. Кокосовое масло — богатый источник жирных кислот, обеспечивающих иммунитет против бактерий и других патогенов. С другой стороны, оливковое масло способно сбалансировать соотношение ЛПВП и ЛПНП холестерина, что обеспечивает правильное кровообращение.

В результате можно заметить заметное увеличение производства масложировой продукции в мире, связанное с исчезновением страха у потребителей в связи с появлением новых видов жиров. Большой вклад в этом направлении было сделано путем повышения информационной грамотности населения в данной сфере. Такие тенденции были благоприятны для многих мировых брендов по производству и распространению масложировой продукции, так как это позволило увеличить свою долю на рынках путем внедрения новых видов продукции с разной долей жирности. Уменьшение доли жирности достигается за счет изменения его количества с учетом качества продукции, для этого было внедрено большое количество новых стандартов качества, был усилен контроль со стороны государств за производством, а также ориентированность потребителей в сторону экологически чистых продуктов, что несомненно ведет рынок масел и жиров к росту.

Список использованной литературы

1. New Nutrition Business. — URL: https://www.new-nutrition.com.

2. Озерная Д. Нужно ли отказываться от сахара и углеводов? / Д. Озерная. — URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-russian-45631669.

3. Зиберг А. Продуктовые войны / А. Зиберг. — URL: https://aeon.co/essays/will-we-ever-get-a-clear-idea-about-what-foods-we-should-eat.

4. URL: https://www.new-nutrition.com/nnbPressRelease/display/27.

5. Бузалка М. 5 tech things: Walmart pilot tests fully driverless delivery / М. Бузалка. URL: https://www.businesswire.com/news/home/20190102005332/en.

Информация об авторах

Клюев Александр Михайлович — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: alexklyev31@gmail.com.

Тертышник Михаил Иванович — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: TertyshnikMI@bgu.ru.

Authors

Alexander M. Klyuev — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: alexklyev31@gmail.com.

Mikhail I. Tertyshnik — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: TertyshnikMI@bgu.ru.

© Клюев А.М., Тертышник М.И., 2022

УДК 630: 330.837.1/.2

Д.А. Литвин, Г.В. Давыдова

ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМОСТИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ СТРУКТУРЫ СОБСТВЕННОСТИ ЛЕСНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ

Доказывается, что основной причиной экономического упадка лесной отрасли России является конфликт интересов собственника (государства) и пользователя (арендатора) лесных земель. Показано, что институт аренды является барьером для проведения эффективной лесоводственной деятельности. Дается оценка советскому лесному хозяйству как первоисточнику институциональной системы современной России. Предлагается альтернативный вектор развития отрасли, ориентированный на рыночные механизмы.

Ключевые слова: лесная отрасль; экономические стимулы; частная собственность; государственная собственность; институционализм; институт аренды; эффект «колеи».

D.A. Litvin, G.V. Davydova

ON THE NECESSITY OF INSTITUTIONAL REORGANIZATION OF THE RUSSIAN FOREST INDUSTRY OWNERSHIP STRUCTURE

It is proved that the main reason for the economic decline of the Russian forest industry is the conflict of interests of the owner (state) and the user (tenant) of forest lands. It is shown that the institution of lease is a barrier to effective forestry activities. The assessment of the Soviet forestry as the primary source of the institutional system of modern Russia is given. An alternative vector of development of the industry, focused on market mechanisms, is proposed.

Keywords: Forest industry; economic incentives; private property; state ownership; institutionalism; lease institution; path dependence.

Россия занимает первое место в мире по размерам площади лесов — 815 млн гектаров. Однако лесная отрасль России не является конкурентной ни на международной арене (в объеме мировой торговли порядка 3 %), ни на внутреннем рынке, среди прочих промышленных отраслей (доля в ВВП страны менее 0,5 %). Годовая выручка предприятий лесной отрасли составляет порядка 760 млрд р., при этом чистая прибыль предприятий ~ 3 % от выручки. Вероятно, учитывая объем регуляций и экспортных пошлин, следует ожидать хороший бюджетный эффект? Нет, за 2019 г. расходы федерального бюджета (42,3 млрд р.) превышают доходы от платы за использование лесов (34,4 млрд р.) и это при ежегодном росте арендных платежей.

Однако, если изменение данных показателей — это вопрос изменения структуры спроса и предложения в краткосрочном периоде, то уменьшение стоимости

лесных участков — это невосполнимая на короткой дистанции потеря. Потеря стоимости — это результат смены хвойных пород лиственными, постоянный рост логистических издержек в структуре расходов из-за пренебрежения неистощительным лесопользованием, огромные непроизводительные потери и теневой сектор.

Цели данной работы — обозначить основную причину вышеизложенного положения дел и определить вектор реформирования сложившейся ситуации.

Соответствующие данной цели задачи:

1. Институциональная оценка состояния лесной отрасли России.

2. Выделение основных институциональных предпосылок сложившейся ситуации в рамках эффекта path dependence.

3. Теоретический анализ институциональных сценариев регулирования отрасли.

Следующие методы применяли для достижения поставленной цели и решения задач:

1. Экономический и институциональный анализ.

2. Описание институционального состояния отрасли с помощью моделирования.

3. Индуктивный метод, в качестве ссылок на эмпирические исследования.

4. Дедуктивный метод, в качестве подтверждения гипотезы исследования априорными экономическими законами.

Обратимся к схематичному моделированию эксплуатационной (рис. 1) и лесоводственной (рис. 2) деятельности, определяющему значение стоимости лесного участка [1].

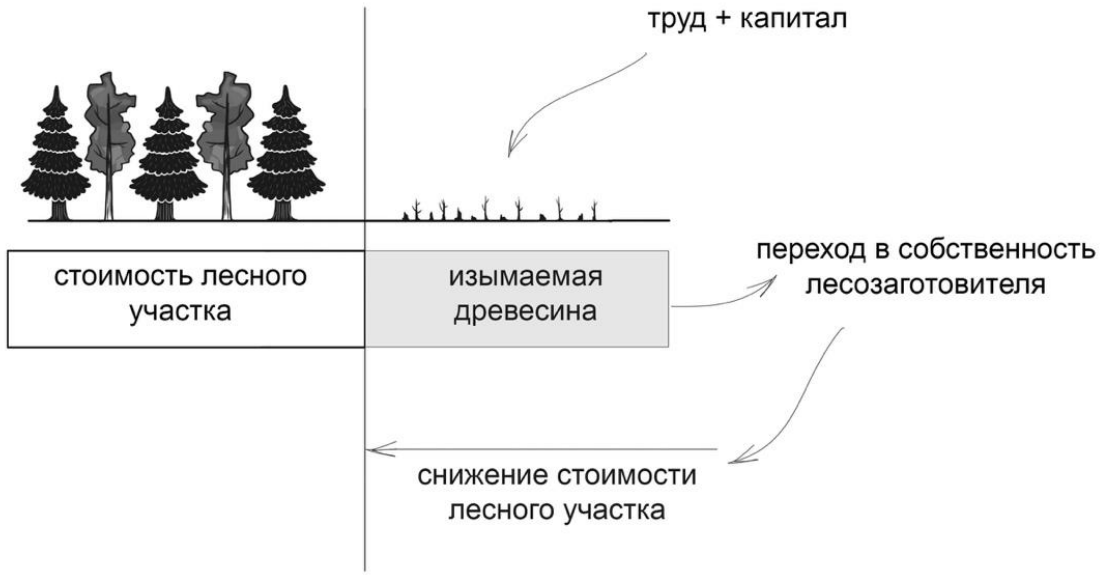


Рис. 1. Содержание эксплуатационной деятельности

Содержание эксплуатационной деятельности подразумевает использование правомочия изъятия с помощью применения труда и капитала для получения в собственность распоряжения древесины. Стимулы для такой деятельности, как и

для любой другой экономической деятельности, зависят от нормы окупаемости, рентабельности и прибыли. Порог рентабельности определяется через окупаемость затрат на заготовление древесины и арендной платы, в случае российской лесной отрасли. Так как наиболее релевантным для эксплуатации видом экономической деятельности в лесной отрасли России — является заготовка древесины на участке, арендованном сроком до 49 лет. Итак, смоделированное содержание эксплуатационной деятельности соответствует и может осуществляться в институциональных реалиях России, учитывая отсутствие явных барьеров для такой деятельности. Другой вопрос — качество и характер данных процессов зависит от целого комплекса факторов.

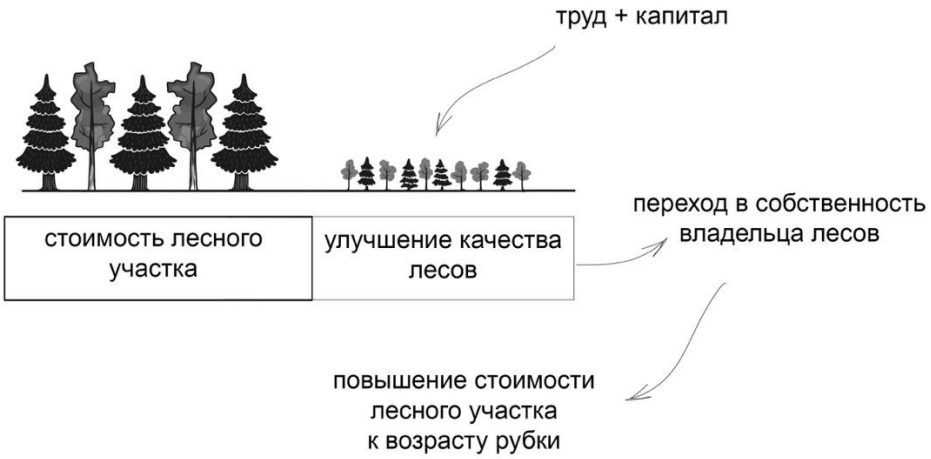


Рис. 2. Содержание лесоводственной деятельности

Лесоводственная деятельность включает весь спектр работ по улучшению качества лесов, от базового лесовосстановление и рубок ухода, до моделей и механизмов управления лесным хозяйством. Лесная отрасли — отличается относительно большим периодом окупаемости инвестиций, учитывая финансовый период спелости отдельных пород насаждений, особенно наиболее ценных. В соответствии с действующим лесным кодексом именно арендатор несет ответственность за лесовосстановительные работы, а следовательно, и основные издержки лесоводственной деятельности ложатся на его плечи [2]. Однако леса в России — это федеральная собственность государства, а лесоводственная деятельность направлена на увеличение стоимости лесного участка. Преференции наличия у лесного участка будущей стоимости реализуются через правомочие распоряжения так как лесной участок — это определенный актив. Арендатору по определению правомочие распоряжения не доступно, так как арендуется лишь возможность владения и изъятия лесных ресурсов.

Из вышесказанного следует, что арендатор не имеет экономических стимулов для осуществления лесоводственной деятельности, что можно считать явным барьером на пути реализации данной модели. Соответственно, институт аренды лесных участков в эксплуатационных целях — главная причина потери стоимости

лесных участков в долгосрочной перспективе. Несмотря на то, что современные государственные планы по искусственному лесовосстановлению перевыполняются — на практике институт аренды не дает разорвать «эффект колеи» безответственного отношения частного субъекта к лесоводственной деятельности.

Причины упомянутого эффекта колеи (path dependence) сформированы институтами советского лесного хозяйства. Во второй половине XX в. лесозаготовка СССР составляла более 350 млн кубометров в год, что является беспрецедентным показателем, учитывая уровень технологий того времени. Однако, если принять во внимание отказ СССР от цены леса на корню параллельно с отказом от принципа постоянного пользования, вырубки таких объемов выглядят закономерно. После первых тревожных сигналов (ухудшению гидрологического режима из-за сплошных рубок вдоль рек) в Советском Союзе обратили внимание на вопрос лесовосстановления [3].

Несмотря на общепринятое мнение об эффективности лесоводственной деятельности СССР, проводимые лесовосстановительные мероприятия часто не покрывали и половины вырубленной площади. Так, за семилетку (1959–1965) в гослесфонде посеяли и посадили леса 6 472,6 тыс. га, что составило 45 % к вырубленной за эти годы площади 14 245,7 тыс. га [4]. Более того, институциональный характер лесоводственных мероприятий, подразумевавший выполнение плана формировал соответствующее отношение (неформальные институты) к лесовосстановительной деятельности. Это отражалось в недостаточных и неточных рубках ухода (прочисток и осветления), в чрезмерном создании лесных культур в тех условиях, где, итак, хорошо шло естественное возобновление и т.д.

Государство и частный экономический агент, как известно, отличаются набором характерных особенностей. Государство не может принимать во внимание экономические риски также, как homo economicus, рискующий своей собственностью. Государство игнорирует важность конкуренции и рыночного ценообразования, регулируя отдельные элементы спроса и предложения.

Государство экономически не ориентировано на долгосрочную перспективу. Несмотря на то что бытует мнение о краткосрочных выгодах частника и бескорыстности государства, в реальной экономике все происходит с точностью до наоборот. Долгосрочность государства предполагает либо специальное планирование (лесовосстановление в СССР), либо значительное вливание ликвидности для осуществления инвестиции с неопределенным периодом окупаемости. Во-первых, такие инвестиции часто действительно не окупаются в рамках общественного благосостояния, во-вторых, экономисты давно доказали, что даже со строительством дорог и маяков частные агенты могут справляться эффективнее государства.

Что касается возможности государства планировать, в России — это представляет exante политику (политика по правилам), что предполагает временную несогласованность (time inconsistent). Это означает, что государство выполняет план, сформулированный на начальную дату, в то время как рынок уже кардинально изменился. Более того, кроме непосредственно временных лагов, распространенных в лесной отрасли, сами планы государства всячески ограничивают частнопредпринимательскую инициативу. Например, полный запрет на

экспорт необработанного сырья (круглый лес) в России, вступающий в силу с начала 2022 г.

Получит ли государство увеличение добавленной стоимости лесопродукции? В краткосрочной перспективе — вероятно да, вместе со справедливой реакцией рынка, которая будет примерно следующей. Рост теневой заготовки, монополизация рынка из-за ухода части мелких предприятий (от сюда: потеря рабочих мест, части создаваемого продукта и бюджетного эффекта). В случае ограничения вывоза хвойных балансов — затоваренность рынка и снижение их стоимости, что приведет к спаду лесозаготовки и перераспределению затрат на другие сортименты, соответственно, увеличение их стоимости и повышение производственных издержек. Природа рынка такова, что за любыми формальными изменениями следует соответствующий мультипликационный эффект, подобный «эффекту бабочки».

Таким образом, на протяжении почти целого века складывались неформальные институты, и как показывает практика успешно сложились, отношений к лесному хозяйству с позиции государства. Сегодня даже ограниченные и фактически лишенные стимулов к лесоводственной деятельности арендаторы, взяв на себя ответственность за некоторые правомочия формируют зачатки неформальных практик ведения лесного хозяйства. Тем важнее становится потребность проведения грамотной институционально-экономической политики. Исследования международного рынка подтверждают, что в странах с аналогичной структурой лесного массива (Канада, Финляндия и др.) могут эффективно сосуществовать институты частной собственности и государственного регулирования (стимулирования) [5].

Стоимость и ценность лесной отрасли (лесных участков и древесины) непосредственно связаны. Как известно, стоимость зависит от спроса (внешнего и внутреннего), но и сам спрос формируется ценой. Цена зависит от расходов, заложенных в производимый продукт. Жизненно важная статья расходов для лесной отрасли — это вся лесоводственная деятельность, от которой зависит увеличение стоимости участка (своего рода амортизация). При исключении или ненадлежащим исполнении лесоводственной деятельность, в долгосрочной перспективе лес теряет свою ценность из-за уменьшения стоимости лесных участков. С помощью схематических моделей показано, что в России существуют явные барьеры для осуществления лесоводственной деятельности.

Институт аренды лесных участков противоречит институтам, возлагающим ответственность за лесовосстановление на арендаторов. У арендатора лесных участков нет экономических стимулов для нерентабельных инвестиций в собственность государства без возможности ей распоряжаться. Сложившаяся ситуация чрезмерного регулирования отрасли государством (формальные институты) и сформировавшееся безответственное отношение арендаторов к лесному хозяйству (неформальные институты) следствие влияния эффекта «колеи».

Перед современной лесной отраслью России стоит выбор, ссылаться на ресурсное проклятье, продолжая столетнюю традицию экстенсивного лесопользования и пытаться отгородиться от международных рынков, ограничивая правомочия арендатора. Или проводить политику стимулирования с применением рыночных механизмов оценки стоимости ресурсов, реформировать институциональную

структуру лесоводственной деятельности и создавать институциональный плацдарм для расширения спектра доступных правомочий наиболее эффективным частным предпринимателям.

Список использованной литературы

1. Чувасов Е.В. Переход от лесопользования к лесному хозяйству / Е.В. Чувасов // ЛесПромИнформ : специализированный информационно-аналитический журнал. — 2019. — № 6 (144) — С. 24–29.

2. Лесной кодекс Российской Федерации : федер. закон от 04.12.2006 г. № 200-ФЗ (ред. от 02.07.2021 г., с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2021 г.). Ст. 62, п. 5.

3. Книзе А. О двух точках зрения на российский лес и лесное хозяйство / А. Книзе, Б. Романюк // Устойчивое лесопользование. — 2004. — № 3. — С. 2–7.

4. Колданов В.Я. Очерки истории советского лесного хозяйства / В.Я. Колданов. — М. : Экология, 1992. — 256 с.

5. Пыжев А.И. Влияние режима собственности на леса на эффективность лесопользования: межстрановой анализ / А.И. Пыжев // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). — 2019. — Т. 11, № 3.

Информация об авторах

Литвин Дмитрий Александрович — аспирант, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: dima.lit99@gmail.com.

Давыдова Галина Васильевна — доктор экономических наук, профессор, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

Authors

Dmitry A. Litvin — Post-Graduate Student, Department of Industrial Economics and Natural Resource Management, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: dima.lit99@gmail.com.

Galina V. Davydova — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

© Литвин Д.А., Давыдова Г.В., 2022

УДК 336.14:353(57)

Л.В. Панькова, М.В. Винокурова

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА, ХРАНЕНИЯ И СБЫТА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ НА ТЕРРИТОРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Актуальность проблемы эффективного функционирования молокоперерабатывающих предприятий растет в связи со стабилизацией экономики и постепенным наращиванием производства в Российской Федерации. При этом важным доводом в пользу оптимального формирования конкурентоспособных производств является то, за счет каких факторов происходит рост конечных результатов деятельности молокоперерабатывающих предприятий. Объективно возникает вопрос организации рационального и экономного производства, хранения и сбыта всех видов ресурсов, снижения затрат, ускоренного перехода к ресурсосберегающим и безотходным технологиям. В последнее десятилетие производство молока и молочной продукции в России динамично растет. Одновременно с этим растут издержки, что ухудшает конечные результаты деятельности предприятий. Деятельность молокоперерабатывающих предприятий зависит от значительного количества факторов, влияющих на производство продукции, ее хранение и реализацию. Изучение и анализ этих факторов позволяют создавать условия, соответствующие всем требованиям законодательства и запросам потребителей. В материале, представленном в статье, показаны особенности производства молочной продукции, ее хранения и реализации конечному потребителю.

Ключевые слова: молочная продукция; перерабатывающие предприятия; технология хранения и сбыта.

L.V. Pankova, M.V. Vinokurova

FEATURES OF THE ORGANIZATION OF PRODUCTION, STORAGE AND MARKETING OF DAIRY PRODUCTS ON THE TERRITORY OF THE RUSSIAN FEDERATION

The relevance of the effective functioning problem of dairy processing enterprises is growing due to the stabilization of the economy and the gradual increase in production in the Russian Federation. At the same time, an important argument in favor of the competitive industries optimal formation is the factors due to which the growth of the final results of milk processing enterprises takes place. Objectively, the question arises of organizing rational and economical production, storage and marketing of all types of resources, reducing costs, and accelerating the transition to resource-saving and waste-free technologies. Over the past decade, the production of milk and dairy products in Russia has been growing dynamically. At the same time, costs are rising, which worsens the final results of enterprises. The activities of dairy processing enterprises depend on a significant number of factors affecting the production, storage and sale of products. Studying and analyzing these factors allows you to create conditions that meet all the

requirements of the legislation and the needs of consumers. The material presented in the article shows the features of dairy production, its storage and sale to the end user.

Keywords: dairy products; processing enterprises; storage and marketing technology.

Молочное направление в пищевой промышленности является приоритетным в экономики страны и призвано обеспечить потребности населения в качественных и недорогих продуктах питания. В связи с этим особенности организации производства, хранения и сбыта молочной продукции изучаются учеными-экономистами с целью развития перспективных производств молочной продукции на территории Российской Федерации [2–4]. На современном этапе функционирования молокоперерабатывающих предприятий выдвинуты высокие требования по безопасности, эффективности и прибыльности производства молочной продукции высочайшего качества. Объемы производства продукции определяются, в основном, состоянием сырьевой и производственно-технической базы отрасли, объемом производства и продаж молока, качеством сырья, а также уровнем его комплексной переработки.

На сегодняшний день Россия — один из крупнейших в мире производителей молока и молочной продукции. Она занимает 4-е место в мировом рейтинге. В 2020 г. валовой надой молока в хозяйствах всех категорий составил 32,2 млн т и увеличился относительно уровня 2019 г. на 2,8 %, в сельскохозяйственных организациях валовой надой молока увеличился на 5,4 % — до 17,9 млн т.

В 2020 г. рост цен на сырое молоко по России составил 4 %, производители реализовывали молоко по среднегодовой цене 25,86 р./кг без НДС и логистических расходов. В 2021 г. рост цен на сырое молоко продолжается, в том числе в результате повышения себестоимости производства молока, а его темпы обусловлены ростом доходов и покупательской способностью населения. Объем рынка молочных продуктов в 2020 г. вырос на 4,8 % и составил 950,2 млрд р.

В общей структуре производства молочной продукции самый большой удельный вес занимает молоко жидкое и кисломолочная продукция. Так по предварительным оценкам Центра изучения молочного рынка, в 2020 г. объем производства молочных продуктов в пересчете на молоко составил 24,4 млн т. Из них порядка 10,68 млн т пришлось на производство цельномолочной продукции, 11,48 млн т — на производство сыров и творога.

Особенности функционирования молокоперерабатывающих предприятий обусловлены следующими признаками отрасли:

– производство молочной продукции ограничено сырьевыми ресурсами, объем которых зависит от состояния молочного скотоводства;

– молокопродукты являются одним из самых ценных и доступных продуктов питания, в которых все составляющие имеются в достаточном количестве и идеальном соотношении, при котором они наиболее полно удовлетворяют потребности человека. Однако потребление молока на душу населения, с 2012 по 2018 г. в Российской Федерации снижалось, и только в 2019 г. оно показало рост в 2,2 % и составило 234 кг. Но все равно потребление молочной продукции остается ниже рекомендованной Минздравом нормы — 325 кг.;

– многоассортиментность продукции, которая за последние 20 лет выросла почти вдвое;

– территориальная рассредоточенность предприятий при небольшой их мощности, вследствие которой высок удельный вес транспортно-заготовительных расходов в общих затратах производства;

– материалоемкость производства молокопродуктов, что можно объяснить использованием в качестве сырья продукции сельского хозяйства, в которой уже воплощены определенные издержки производства;

– сезонность производства и наличие значительного удельного веса отходов, к которым относят: при производстве масла — обрат (это постное молоко, которое отделили от сливок с помощью сепаратора) и пахта (это жидкий продукт, получаемый при взбивании масла из сливок, сметаны), сыра — обезжиренная сыворотка, цельномолочной продукции — обезжиренная сыворотка, обрат и пахта [5].

От показателя сезонности заготовок молока зависит сезонность состояния сырьевой базы предприятий: чем выше сезонность заготовки молока, тем меньше годовой объем продукции при одних и тех же производственных мощностях. В связи с сезонным поступлением молока производственные мощности используют недостаточно (в I и IV кварталах — всего на 70–75 %). Это объясняется тем, что производственные мощности молокоперерабатывающие предприятия производят с учетом переработки молока в период его максимального поступления, а в межсезонный период уровень загрузки их значительно снижается. Сокращение сезонности закупки молока на 1 % позволило бы снизить среднегодовую потребность в мощностях на 8–9 %.

Меры по сглаживанию сезонности зависят от условий деятельности как сельскохозяйственных, так и перерабатывающих предприятий. Если разделить годовое производство молока по кварталам, то больше всего производят и заготавливают молока во II и III кварталах (57 %), в то время как в I и IV квартале — лишь 43 % от общего производства. Соответственно, данное колебание приводит и к изменению издержек производства молокопродуктов в течение года: в I и IV кварталах она на 47 % выше, чем во II и III. Это можно объяснить тем, что в данные периоды предприятия используют сухое молоко, из которого в осенне-зимний период производят питьевое молоко, диетические продукты и значительно ухудшающее вкусовые свойства молокопродуктов [7].

Таким образом, сглаживание сезонности заготовок молока, идущего на промышленную переработку, создает благоприятные условия для ритмичной работы молокоперерабатывающих предприятий, обеспечивает увеличение объемов производства вследствие лучшего использования производственных мощностей и тем самым позволяет равномерно поставлять населению молочные продукты в течение года [1].

На современном этапе развития экономики большое значение имеет решение проблемы комплексного и рационального использования молочного сырья. В значительной степени этого можно добиться за счет усовершенствования технологического процесса переработки молока и повышения качества сырья. Технология переработки первичного сырья показана на рисунке. Но здесь представлены

не все виды готовой продукции. В настоящее время производители стараются расширить круг потребителей путем удовлетворения их запросов и производят достаточно большой ассортимент молочной продукции с различными (в том числе и лечебными) добавками. Это позволяет больше загружать производственные мощности, приобретать новое оборудование, получать прибыль.

Процесс технологической переработки молока

При производстве основного ассортимента молочных продуктов составные части молока используют по-разному:

– при производстве цельномолочной продукции почти все составляющие молока входят в готовый продукт;

– при производстве творога в продукт переходит около 50 % сухих веществ молока, 92 % жира и 75 % белка;

– при производстве масла — соответственно 26, 98 и 1,5 %, остальное — остается в молочной сыворотке, обратах и пахтах [6].

Перевозка молока и молочной продукции производится только в специально оборудованных холодильниками машинах. При несоблюдении правил товар не допускается к приему на реализацию. Также недопустимо продавать без сопроводительных документов, с недопустимыми примесями или нетипичным цветом и запахом. Температура охлаждения не должна превышать +6 °С. Сроки реализации каждого артикула должны соответствовать маркировке [8].

При организации хранения сырья и продукции важно знать, что для всех видов продуктов существуют определенные требования к так называемому товарному соседству. К наименованиям, которые вместе хранить запрещено, относится колбасная и творожная продукция, поскольку они относятся к разным товарным группам. Например, правила хранения сыров подразумевают соблюдения нескольких условий:

– продукт должен находиться под влиянием стабильной температуры, характерной для определенного вида творога. Слишком высокие или низкие показатели оказывают губительное влияние на его структуру, и тот приходит в негодность;

– весовые сыры, имеющие обертку поставщика, размещаются на витринах в упакованном виде;

– поверхность творожных головок протирают, крупные изделия нарезают на куски;

– сычужные сыры отпускаются с корочкой.

Сохранить свежесть сыров поможет холодильный шкаф, холодильная витрина, а также соблюдение правильного товарного соседства. В связи с тем, что молочная продукция имеет свои особенности производства и хранения, то реализовывать можно исключительно ту молочную продукцию, состав и свойства которой соответствует требованиям законодательства, которые действуют в сфере качества и безопасности производства продуктов питания. При этом производитель должен подтверждать это соответствующими документами на молочную продукцию при ее реализации, а также проверять информацию о самой продукции, предоставленную производителем.

Срок годности молочной продукции не может быть установлен продавцом выше чем срок годности продукции, установленный производителем. При этом запрещается реализовывать молочную продукцию с истекшим сроком годности.

Согласно нормам законодательства, реализация молочной продукции в торговых сетях и на различных рынках осуществляется только в тех случаях, если продавец гарантирует ее соответствие нормам и требованиям безопасности в производстве и реализации продуктов питания. Также до потребителей должна доноситься информация о названии, составе продукции, ее сроке годности и месте изготовления. Причем это справедливо как для молочных продуктов, так и для сырого молока, высокое качество и безопасность которого должны быть подтверждены документально.

Таким образом, большое значение приобретает установление правильных пропорций в потреблении и использовании молока на производство разнообразных молочных продуктов, как с точки зрения усовершенствования структуры питания, так и более эффективного использования сырьевых ресурсов молока. Также важным условием бесперебойного снабжения населения молочными продуктами является полное соблюдение условий хранения и реализации данной группы пищевой продукции. Кроме того, необходимо напомнить, что деятельность молокоперерабатывающих предприятий имеет определенную специфику, которая заключается в значительной рассредоточенности предприятий по территории, материалоемкости характера производства, сезонности производства, многоассортиментности выпускаемой продукции, что создает для производителей определенные трудности.

Список использованной литературы

1. Бабьяк М.А. Малый бизнес на рынке молока и молочных продуктов: преимущества и проблемы их реализации / М.А. Бабьяк, Н.А. Соколов, О.В. Дьяченко // Актуальные вопросы экономики и агробизнеса : сб. тр. 11-й Междунар. науч.-практ. конф. : в 4 ч. — 2020. — С. 35–40.

2. Винокуров Г.М. Проблемы и перспективы социально-экономического развития сельскохозяйственного производства региона / Г.М. Винокуров, С.И. Винокуров, М.В. Винокурова, А.И. Мамаева. — Иркутск : Изд-во БГУ, 2020. — 128 с.

3. Винокуров С.И. Социально-экономические аспекты развития аграрных предприятий Иркутской области / С.И. Винокуров // Baikal Research Journal. — 2020. — Т. 11, № 4.

4. Винокуров С.И. Экономическое развитие сельскохозяйственного производства Иркутской области / С. И. Винокуров // Развитие регионального АПК и сельских территорий: современные проблемы и перспективы : материалы 16-й междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 65-летию СибНИИЭСХ СФНЦА РАН. — Новосибирск, 2020. — С. 47–49.

5. Волков А.И. Технологические особенности производства питьевого молока / А.И. Волков, Л.О. Пояркова, А.С. Кулалаева, Е.М. Петухова // Пища. Экология. Качество : тр. 14-го междунар. науч.-практ. конф. — 2017. — С. 119–121.

6. Донская Г.А. Инновационные технологии обработки молока / Г.А. Донская // Пищевая промышленность. — 2021. — № 7. — С. 55–58.

7. Левкин С.И. Особенности и перспективы производства мягких сыров / С.И. Левкин, В.В. Турчаков // Дельта науки. — 2019. — № 2. — С. 71–74.

8. Уханова В.Ю. Российская система автоматизации процесса охлаждения и хранения молока в фермерских хозяйствах / В.Ю. Уханова // Вестник ВИЭСХ. — 2017. — № 3 (28). — С. 145–147.

Информация об авторах

Панькова Любовь Викторовна — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: efimova.lyubov@bk.ru.

Винокурова Мария Викторовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: mariav1982@mail.ru.

Authors

Lyubov V. Pankova — Master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: efimova.lyubov@bk.ru.

Maria V. Vinokurova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: mariav1982@mail.ru.

© Панькова Л.В., Винокурова М.В., 2022

УДК 338.439.62

М.А. Сатин, А.Ф. Шуплецов

СОСТОЯНИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА РЫНКЕ МОЛОКА И МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ В ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье проанализирована ситуация, связанная с производством и реализацией молочной продукции и молока в агропромышленном комплексе Иркутской области, показаны изменения объемов выпуска продукции в разрезе категорий хозяйств, рассмотрены показатели фактического потребления этой продукции за 2016–2020 гг. Рассчитаны нормативные показатели потребления и проведено их сравнение с рекомендуемыми значениями, сделаны выводы о достаточности текущего уровня производства для удовлетворения потребностей жителей Иркутской области. Анализ производства и потребления молока и молокопродуктов с учетом источников их возникновения позволяет выявить скрытые резервы и неиспользованные возможности. Вовлечение их в хозяйственный оборот направлено на рост эффективности экономики и влияет на социально-экономическое развитие бизнеса территорий. Показано, что следующим шагом должна стать разработка новых задач, планов действий по их реализации с учетом намеченных и ожидаемых изменений, возникающих проблем в этом секторе экономики региона, что стимулирует поиск подходов к исследованиям и оценке предложенных в статье решений, выявлению новых форм активизации предпринимательской деятельности в этом секторе региональной экономики.

Ключевые слова: молоко; молочная продукция; производство; потребление; Иркутская область; обеспеченность.

M.A. Satin, A.F. Shupletsov

THE STATE OF DEMAND AND SUPPLY IN THE MARKET OF MILK AND DAIRY PRODUCTS IN THE IRKUTSK REGION

The article analyzes the situation associated with the production and sale of dairy products and milk in the agro-industrial complex of the Irkutsk region, shows the changes in the volume of production in the context of categories of farms, considers the indicators of actual consumption of these products for 2016–2020. The standard indicators of consumption were calculated and compared with the recommended values, conclusions were made about the sufficiency of the current level of production to meet the needs of the residents of the Irkutsk region. Analysis of the production and consumption of milk and dairy products, taking into account the sources of their occurrence, allows you to identify hidden reserves and untapped opportunities. Their involvement in the economic turnover is aimed at increasing the efficiency of the economy and affects the socio-economic development of business in the territories. It is shown that the next step should be the development of new tasks, action plans for their implementation, taking into account the planned and expected changes, emerging problems in this sector of the

regional economy, which stimulates the search for approaches to research and evaluation of the solutions proposed in the article, identifying new forms of activation entrepreneurial activity in this sector of the regional economy.

Keywords: milk; dairy products; production; consumption; Irkutsk region; security.

Молочные продукты являются одним из основных компонентов потребительской корзины человека, важным звеном в составе пищевого рациона любого россиянина. Их употребление оказывает положительное влияние на человеческий организм, насыщая его кальцием, витаминами, различными аминокислотами и другими полезными микроэлементами. К сожалению, в настоящий момент в силу разных причин наблюдается ежегодное сокращение объемов потребления среди населения данного вида продукции, что в дальнейшем может негативно сказываться на состоянии здоровья каждого человека.

Актуальность темы исследования заключается в необходимости проведения оценки динамики изменения в объемах спроса и предложения на молоко и молочную продукцию, в выявлении тенденций изменения их показателей, и на основе этих данных планировать действия по обеспечения оптимального уровня спроса и предложения на молочные продукты. Теоретической основой служат работы отечественных и зарубежных ученых З.М. Ильина, О.А. Шалаева, К.И. Лукьянова и др. Анализ и оценка спроса и предложения на молокопродукты на территории Иркутской области, в силу природных условий производства, учета особенностей текущего момента (период появления и распространения на территории Российской Федерации корона вирусной инфекции) ставят новые задачи. В связи с чем актуализируется значимость рассматриваемой темы.

Цель и задачи исследования. Целью данной работы является анализ и оценка динамики изменения объемов потребления и производства на молоко и молочную продукцию на территории Иркутской области.

Чтобы достичь данную цель, необходимо выполнение следующих задач:

1. Проанализировать показатели объемов производства молочных продуктов на территории Иркутской области, в том числе в разрезе категорий хозяйств, и на основе анализа провести оценку изменений данных показателей.

2. Провести анализ, оценку динамики изменения объемов потребления продукции на территории Иркутской области.

3. Провести сравнение полученных в ходе анализа показателей фактического потребления с установленными нормативами.

В данном исследовании применялись следующие методы: сравнительного анализа, систематизации и сопоставления, статистико-экономический метод и др.

Основными показателями характеризующие рынок молочной продукции являются соотношение параметров спроса, предложения, рыночная цена, характеризующие конъюнктуру рынка, или совокупность условий, при которых в данный момент протекает деятельность.

Значения показателей потребления и производства, характеризующих спрос на молочные продукты и его предложение, меняются под воздействием многих факторов, в том числе ценообразования, так как цены на сырое молоко колеблются в широком диапазоне из-за сохраняющейся сезонности надоев молока [1, с. 240].

Производители данной продукции находятся в начале ценовой цепочки и невольно могут способствовать росту инфляции, поскольку от их ценовой политики в немалой степени зависит уровень потребительских цен.

Изменением цен в промышленном производстве на территории Иркутской области в начале 2021 г. по сравнению с декабрем прошлого года составило 16,2 %, а цены реализованной на внутреннем рынке продукции повысились на 14,9 %. В 2020 г. объемы производства молока в Иркутской области составили 454,7 тыс. т., при молочной продуктивности в сельскохозяйственных организациях 6329 кг на фуражную корову. Важным моментом, который стоит учесть, остается анализ изменения объемов производства молока и молочной продукции не только среди сельскохозяйственных предприятий, но и других категорий хозяйств. Показатели объемов производства в целом и в разрезе категорий хозяйств представлены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели производства молочных продуктов
на территории Иркутской области в 2016–2020 гг., тыс. т*

Категория хозяйств	2016	2017	2018	2019	2020
Хозяйства населения	281,0	273,3	260,5	252,6	251,7
Крестьянские (фермерские) хозяйства	44,6	52,3	58,7	62,8	68,7
Сельскохозяйственные организации	127,7	132,4	133,5	130,3	134,3
Суммарный объем производства	453,4	458,0	452,7	445,7	454,7

* Составлена по данным: [2].

В соответствии с показателями, отраженными в табл. 1, сельскохозяйственные организации за анализируемый период нарастили объемы производства на 6,6 тыс. т (на 5 %), при этом хозяйства населения, наоборот, сократили производство на 29,3 тыс. т (на 10 %). Крестьянские (фермерские) хозяйства, так же как и сельскохозяйственные организации, за 5 лет увеличили объемы производства с 44,6 тыс. т до 68,7 тыс. т, т.е. увеличили объемы производства на 24,1 тыс. т (на 54 %). В целом совокупный объем производства данного вида продукции хозяйствами всех категорий увеличился на 1,3 тыс. т.

Однако действующая динамика изменения объема производства показывает нам, что в Иркутской области рост объемов производства идет крайне медленными темпами. Ежегодный прирост производства составляет 0,083 %, что говорит о возможной стагнации объемов производства молока и молочной продукции. При сохранении текущей динамики местные товаропроизводители могут потерять значительную долю рынка, уступив место импортным маркам продукции данного вида, что сулит местным производителям большими потерями в финансовой части.

Оценивая производство, становится ясно, что необходимо проанализировать факты, оказавшие сильное влияние на сокращение объемов производства данной продукции, приходящейся на хозяйства населения. В этой связи акцентируем внимание на актуальность внедрения новых мер поддержки этой категории хозяйств, необходимость корректировки действующих мер.

Важность молока и молочных продуктов в организации полноценного рациона человека бесспорна, в связи с этим становиться необходимостью разработка и осуществление мер государственного воздействия на потребительский рынок в целях доведения уровня потребления до рациональных норм [3, с. 24]. Показатели рациональной нормы потребления молочных продуктов определяются Министерством здравоохранения Российской Федерации. В 2021 г. рациональная норма годового потребления данного вида продукции составляет 325 кг в расчете на душу населения [4]. Чтобы провести оценку соответствия текущего уровня потребления с нормативами, установленными Минздравом России, проведем анализ уровня потребления молочной продукции в Иркутской области.

За 2016–2020 гг. величина потребления молокопродуктов в расчете на душу населения Иркутской области изменилась на 2 кг (на 1 %), так, за наблюдаемый период показатель вырос с 193 до 195 кг. Такая же ситуация наблюдается и с показателями производства, они тоже продемонстрировали положительную динамику изменения. За анализируемый период величина производства молочных продуктов выросла с 187,91 кг до 190,16 кг, т.е. прирост в расчете на душу населения составил 2,25 кг (1,2 %). При этом отметим, что в Иркутской области наблюдается сокращение численности населения, так за 2016–2020 гг. она сократилась на 21 607 (на 0,9 %) человек с 2 412 800 до 2 391 193 чел. [5].

Учитывая это, становится ясно, что на рост объемов производства за 2016–2020 гг. оказали влияние два фактора: незначительное увеличение общего объема производства молока и молочной продукции; и в большей степени сокращение численности населения Иркутской области. При сохранении текущей ситуации в последующие годы можно предположить, что у нас будет наблюдаться полное удовлетворение потребительского спроса за счет местных товаропроизводителей.

С учетом перечисленных данных можно сделать заключение, что объемы внутреннего потребления молокопродуктов в Иркутской области не достигают рекомендованных Минздравом значений, так разница между этими показателями в 2020 г. достигла величины в 130 кг, так фактическое потребление составляет 60 % от показателей нормативных показателей потребления. В связи с этим появляется необходимость в принятии ряда мер, направленных на стимулирование потребления молокопродуктов на внутреннем рынке Иркутской области.

Коэффициенты изменения объемов производства и потребления молочных продуктов в расчете на душу населения за пять лет показывают, что потребительский рынок Иркутской области характеризуется превышением спроса над предложением (табл. 2).

По данным, отраженным в табл. 2, видно, что производственные возможности в Иркутской области не могут обеспечить нужный уровень производства продукции, необходимого для удовлетворения не только нормативного потребления, но и нужного для удовлетворения собственных потребностей на внутреннем рынке Иркутской области.

Стоит отметить, что уровень потребления и производства в Иркутской области находиться на достаточно стабильном уровне и в среднем за 2016–2020 гг. потребление данного вида продукции составило 194,2 кг в расчете на душу населения, а производства – 188,48 кг.

Таблица 2

Динамика изменения показателей объемов производства и потребления молочных продуктов в расчете на душу населения Иркутской области за 2016–2020 гг., кг*

Показатель	2016	2017	2018	2019	2020
Величина производства в расчете на душу населения	187,91	190,13	188,30	185,88	190,16
Величина потребления в расчете душу населения	193	194	195	194	195
Индекс роста объемов производства	0,986	1,012	0,99	0,987	1,023
Индекс роста объемов потребления	0,980	1,005	1,005	0,995	1,005
Коэффициент соответствия объемов потребления с нормами Минздрава	0,594	0,597	0,600	0,597	0,600
Коэффициент фактического потребления	0,974	0,980	0,966	0,958	0,975
Коэффициент нормативного потребления	0,578	0,585	0,579	0,572	0,585

* Составлена по: [2; 6].

В 2020 г. объемы производства молокопродуктов в Иркутской области не обеспечивают 4,84 кг (2,5 %) фактического потребления данного вида продукции (Кфп — 0,975) и на 134,84 кг — нормативную потребность (Кнп — 0,585) в данном виде продукции. Из этого следует вывод о недостаточности производственных возможностей местных сельскохозяйственных товаропроизводителей и о необходимости наращивания производственного потенциала местный форм хозяйствования в области.

Предложение определяется уровнем его производства и не зависит от формирования переходящих запасов, однако ввоз и вывоз являются факторами, влияющими на уровень товарного предложения молока [6, с. 25]. В табл. 3 отражена структура поступления молочных продуктов в Иркутскую область, структура потребления данной продукции за пятилетний период.

Таблица 3

Баланс производства и потребления молока и молокопродуктов за 2016–2020 гг. по Иркутской области, тыс. т*

Показатели		2016	2017	2018	2019	2020
Производственный аспект	Запасы на начало года	23,1	21,5	22,9	23	22,5
	Производство	453,4	458	452,7	445,7	454,7
	Ввоз, включая импорт	92,4	97,5	101,3	104,3	107,4
	Итого ресурсов	568,9	577	576,9	573	584,6
Потребительский аспект	Потребление в производстве	55,2	58,2	58,3	56,7	57
	Потери	0	0	0	0	1,7
	Вывоз, включая экспорт	25,8	28,8	28,4	28,9	32,3
	Личное потребление	466,4	467,1	467,2	464,9	465
	Итоговое потребление	547,4	554,1	553,9	550,5	556
	Запасы на конец года	21,5	22,9	23	22,5	28,6

* Составлена по: [2].

По данным из табл. 3 следует, что производственные мощности Иркутской области не могут на 100% обеспечить внутреннее потребление, так в 2020 г. объемы производства не могли обеспечить объемы личного потребления на 10,3 тыс. т (на 2,2 %). При этом наблюдается рост импорта и экспорта молочной продукции, так за 2016–2020 гг. импорт в регион данных видов товаров вырос на 15 тыс. т (на 16,23 %), при этом экспорт вырос на 6,5 тыс. т (на 25 %).

Следует предусмотреть возможности увеличения производственных возможностей (мощностей) местных производителей с целью достижения ими способности на 100 % удовлетворить внутренний спрос и сократить импорт продукции до минимума.

При этом у местных товаропроизводителей есть возможности расширения деятельности. Объемы экспорта растут. Это означает, что местная продукция пользуется спросом и за пределами региона. Производственное потребление в Иркутской области за 2016–2020 гг. выросло на 1,8 тыс. т (на 3,3 %).

Отдельно стоит отметить, что в 2020 г. впервые за пять лет наблюдаются потери данного вида продукции и они составили 1,7 тыс. т. Данный факт необходимо отдельно рассмотреть с целью выявления причин возникновения потерь достаточно большого объема продукции.

Необходимо принять ряд мер, направленных на стимулирование роста объемов производства продукции местными товаропроизводителям с целью удовлетворения внутреннего спроса и способствующих снижению зависимости региона от импорта на внутренний рынок.

Возможно, местным производителям необходимо пересмотреть свою маркетинговую стратегию с целью ориентации на местный рынок, ведь они могут составить конкуренцию импортной продукции и занять их нишу, при этом при реализации на внутреннем рынке у них есть ряд преимуществ, так как они будут нести гораздо меньшие расходы.

В качестве меры поддержки товаропроизводителей молока и молочной продукции можно ввести дифференцированные ставки по единому сельскохозяйственному налогу на определенный период для того, чтобы местные товаропроизводители высвобожденные средства могли направить на техническое переоснащение. В дальнейшем это позволит нарастить объемы производства местных товаропроизводителей.

Возможно, со стороны государства необходимо повысить объемы субсидирования сельскохозяйственных производителей на ближайшие несколько лет, либо отдельно предусмотреть вид поддержки в форме субсидии на техническое обновление или переоснащение производителей молока и молочной продукции.

В последние годы отмечается увеличение объемов государственной закупки данного вида продукции. Это стимул действующим сельхозпроизводителям увеличивать свои производственные мощности и наращивать объемы производства и реализации продукции в регионе.

Список использованной литературы

1. Федяев П.М. Состояние и динамика развития рынка молока и молочных продуктов в Кемеровской области / П.М. Федяев, К.И. Лукьянов // Вестник НГАУ (Новосибирский государственный аграрный университет). — 2016. — № 3 (40). — С. 239–245.

2. Официальная статистика по сельскому хозяйству, охоте и лесному хозяйству с сайта территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области : офиц. сайт. — Иркутск, 2021. — URL: https://irkutskstat.gks.ru/folder/29610.

3. Долгова И.М. Формирование спроса и предложения на молочную продукцию в Ульяновской области / И.М. Долгова, М.С. Желудкина // Устойчивое развитие науки и образования. — 2017. — № 8. — С. 20–32.

4. Об утверждении рекомендаций по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, отвечающих современным требованиям здорового питания: Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации от 19 августа 2016 г. № 614 // СПС «КонсультантПлюс» — URL: https://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=371282#4AAQznSCUpYmw49k1.

5. Официальная статистика по населению с сайта территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области: офиц. сайт. — Иркутск, 2021. — URL: https://irkutskstat.gks.ru/folder/28768.

6. Шалаева О.А. Формирование спроса и предложения на рынке молочной продукции / О.А. Шалаева // Вестник белорусской государственной сельскохозяйственной академии. — 2013. — № 1. — С. 23–27.

Информация об авторах

Сатин Максим Андреевич — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: maksim-satin@mail.ru.

Шуплецов Александр Федорович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ShupletsovAF@bgu.ru.

Authors

Maxim A. Satin — Master’s Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: maksim-satin@mail.ru.

Aleksandr F. Shupletsov — D.Sc. in Economics, Professor, Head of the Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: shupletsovaf@bgu.ru.

© Сатин М.А., Шуплецов А.Ф., 2022

Секция «ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬСТВА
И ЖИЛИЩНОГО ХОЗЯЙСТВА»

УДК 336.77(470+571)

М.В. Габриелян, О.Д. Жилан

РАЗВИТИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ЭСКРОУ-СЧЕТОВ

В статье представлены результаты анализа отечественной практики применения в ипотечном кредитовании эскроу-счетов. Обосновывается целесообразность применения данного метода для осуществления сделок купли-продажи жилья. Выделены основные достоинства и недостатки использования эскроу-счетов в ипотечном кредитовании, рассмотрена законодательная база, на основании которой они применяются. Определена текущая ситуация и выявлены основные тенденции на рынке ипотечного кредитования, отмечено влияние пандемии на основные показатели выдачи кредитов и процентной ставки по ним. Выявлены основные проблемы ипотечного кредитования в России.

Ключевые слова: ипотечное жилищное кредитование; льготные ипотечные программы; счета эскроу; обеспечение; застройщики.

M.V. Gabrielyan, O.D. Zhilan

DEVELOPMENT OF MORTGAGE LENDING IN RUSSIA USING ESCROW ACCOUNTS

The article analyzes the application of mortgage lending using escrow accounts in Russia. The expediency of using this method for the implementation of housing purchase and sale transactions is substantiated. The main advantages and disadvantages of using the tool are highlighted, the legislative framework on the basis of which it functions is considered. The current situation in the mortgage lending market, the main trends and the impact of the pandemic on the main indicators of lending and interest rates on them are studied. The main problems of mortgage lendingin Russia are briefly described.

Keywords: mortgage housing lending; preferential mortgage programs; escrow accounts; collateral; property developer.

В современных условиях развития ипотечного жилищного кредитования в России ключевую роль играет создание эффективных финансовых инструментов, обеспечивающих гарантированное выполнение обязательств, предусмотренных для каждой из сторон договора, в рамках правоотношений, возникающих на всех этапах сделок, связанных с приобретением жилья гражданами. Эффективность ипотечной системы во многом зависит от состояния рынка и влияющих на него факторов. Степень влияния факторов не является постоянной в разные периоды

времени, что вызывает изменение тенденций на рынке ипотечного кредитования. Тенденции можно интерпретировать как устойчивые взаимосвязи, определяющие направление экономических процессов.

Одним из основных законодательных нововведений, обеспечивающих высокий уровень финансовой безопасности физических лиц, являющихся участниками долевого строительства, является использование счетов условного депонирования (эскроу-счет). Гарантированная безопасность покупателей жилья, наряду с полным контролем над выполнением обязательств независимым банком, выполняющим функции эскроу-агента, представляют собой совокупность условий, способствующих повышению спроса на такую модель сделок.

Цель исследования: анализ рынка ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации с использованием эскроу-счетов, выявление достоинств и недостатков инструмента, особенностей применения.

Основными задачами являются: провести анализ рынка ипотечного кредитования в России, составить определение эскроу-счетов, выявить достоинства и недостатки данного инструмента, выделить основные тенденции и влияние нового механизма на осуществление процесса сделки.

Методы исследования — сравнительный анализ ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации.

21.07.2020 г. В.В. Путин подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года». В рамках национальной цели «Комфортная и безопасная среда для жизни» предусмотрено улучшение жилищных условий не менее 5 миллионов семей ежегодно и увеличение объема жилищного строительства не менее чем до 120 миллионов квадратных метров в год [1, с. 74].

Для решения этих задач был разработан проект «Жилье и городская среда». Он состоит из четырех федеральных проектов: ипотека, жилье, формирование комфортной городской среды, обеспечение устойчивого сокращения непригодного для проживания жилого фонда. Ключевым проектом является федеральный проект «Ипотека», который будет стимулировать спрос на жилье за счет снижения ставки и комплексного развития самого рынка ипотеки [2, с. 68].

Говоря о рынке ипотечного жилищного кредитования, стоит отметить, что он функционирует более 20 лет и считается относительно молодым, но несмотря на это достаточно значимым и важным. Стимулирование развития ипотечного кредитования — это есть решение многих социально-экономических проблем, увеличение инвестиций в строительный сектор и смежных отраслей, развитие институтов кредитования и экономики в целом.

Если в 2005 году было выдано ипотечных кредитов на сумму 56 млрд р., то только в I квартале 2018 г. выдано ипотечных кредитов на сумму около 600 млрд р. Рост достаточно существенный. Одновременно происходило снижение размера процентной ставки по ипотечному кредитованию. По данным Акционерного общества «ДОМ.РФ», средневзвешенная процентная ставка в 2005 г. составляла около 15 %, по состоянию на 1 июня 2018 г. — 9,66 % [3, с. 83].

Так, существуют общеэкономические проблемы, затрагивающие состояние экономики в целом, включая уровень доходов и уровень жизни населения, благо-

состояние и платежеспособность российских граждан, а также проблемы, связанные с миграционной политикой. В таких обстоятельствах использование определенных финансовых инструментов, в том числе специальных счетов условного депонирования, стало неотъемлемой необходимостью в силу требований, закрепленных в федеральном законодательстве.

Для оценки тенденций и динамики развития рынка ипотечного жилищного кредитования (далее ИЖК) проанализируем основные показатели за 2020 г. Они представлены на рис. 1.

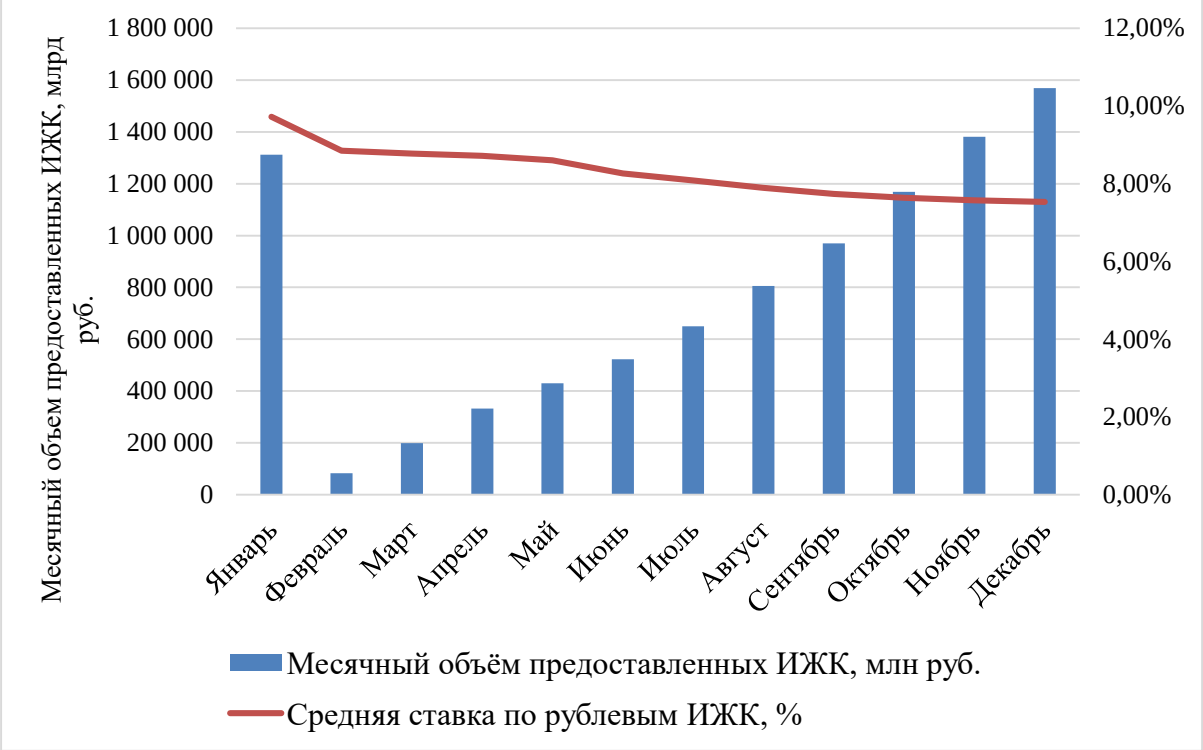


Рис. 1. Динамика ежемесячных объемов кредитования и процентных ставок на рынке ипотечного кредитования в 2020 г.

Таким образом, ипотечное кредитование оказалось менее подвержено шокам пандемии (реструктурировано 3,1 % задолженности), в том числе благодаря своевременному запуску государственной программы по субсидированию процентной ставки до 6,5 % годовых. Несмотря на положительную динамику рынка и относительно высокое качество совокупного кредитного портфеля, в конце 2020 г. проявился и ряд нежелательных эффектов, в частности рост стоимости жилья (за первые девять месяцев 2020 г. — на 10,5 %), что существенно выше уровня инфляции [4, с. 32]. Ситуация осложняется и в связи с сокращением доходов населения. В результате в значительной степени нивелируется выгода для заемщиков от более низких ставок.

Во второй половине 2020 г. участились сделки рефинансирования кредитов по схеме top-up, когда при снижении процентной ставки происходит рост суммы основного долга.

С целью обеспечения большей надежности ипотечного кредитования был предложен переход на метод эскроу-счетов, который сейчас успешно внедряется

в практику работы банков [5, с. 20]. Он представляет собой специальный закрытый тип счета в банке, денежные средства на котором хранятся до выполнения конкретных обязательств.

Процесс применения его при ипотечном кредитовании можно описать следующим образом: покупатель оформляет договор о приобретении жилищной собственности с продавцом (застройщиком), денежные средства отправляются на эскроу-счет, на нем они замораживаются и снять их можно только после выполнения оговоренных в договоре условий, в случае ипотечного кредитования, это предоставление территории в пользование на указанных основаниях в требуемом состоянии (площадь, ремонт, потолки, материалы и т.д.). Посредником между участниками выступает банк, также его называют эскроу-агентом, на эскроу-счете которого хранятся деньги, он следит за выполнением условий договора и предоставлением денежных средств.

Новый механизм расчетов выстроен таким образом, что средства за купленную квартиру вносятся на счет после регистрации договора участия в долевом строительстве и замораживаются на нем до момента регистрации права собственности на первую квартиру в достроенном доме. В случае возникновения у застройщика проблем с завершением строительства дома покупатель всегда может рассчитывать на возврат уплаченной суммы. Новый вариант расчетов сделал невозможными ситуации, когда дольщик, заплатив девелоперу полную стоимость квартиры, в случае замораживания строительства остается и без денег, и без квартиры.

Застройщикам проектное финансирование на строительство жилых домов выдают банки. Счета эскроу открываются в том же банке, который кредитует проект. Поэтому средства на эскроу являются источником дешевого фондирования по кредитам девелоперам, а успешные продажи квартир на этапе строительства позволят девелоперу снизить процент по кредиту.

Однако, экономическая нестабильность последних несколько лет затронула многие отрасли и сектора, в том числе и ипотечный рынок, поэтому решение выше поставленных задач вызывает особый интерес и внимание. Эскроу-счета сейчас начинают активно использоваться не только в ипотечном кредитовании, но и других смежных отраслях [6, с. 96].

Основные преимущества и недостатки применения эскроу-счетов в ипотечном кредитовании представлены на рис. 2. Таким образом, счет-эскроу обеспечивает гарантию исполнения обязательств для всех участников сделки, делая ее прозрачной и предсказуемой, что позволяет значительно снизить риски невыплаты и потери денежных средств. Использование его упрощает процесс сделки, что в долгосрочной перспективе должно привести к положительной динамике объема ипотечного кредитования, однако оно потребует перехода всех банков на данный инструмент и детального описания процесса применения в законодательных документах, чтобы упростить понимание применения и использования его в рабочей практике.

Изучен рынок ипотечного кредитования в РФ: тенденции развития, использование эскроу-счетов, возможности и проблемы их применения. Рассмотрено влияние пандемии коронавируса на рынок ипотечного кредитования, в том числе на поведение заемщиков (покупателей на рынке жилья) и деятельность кредитных организаций.

Преимущества

- гарантия получения денег только после выполнения обязательств дольщиков;
- отсутствие платы за открытие счета;
- при расторжении сделки счет закрывается автоматически, а деньги возвращаются контрагентам;
- счет эскроу нельзя арестовать;
- суммы до 10 млн р. застрахованы в Агентстве по страхованию вкладов;
- стороны самостоятельно выбирают юридическое доказательство сделки (документ)

Недостатки

- использует пока только ограниченное число банков, в некоторых случаях присутствуют нарушения в применении инструмента;
- лимит возвращаемых средств ограничен 10 млн р.;
- рост стоимости недвижимости приводит к необходимости застройщиков использовать заемные средства для реализации обязательств;
- деньги заблокированы на счете до исполнения обязательств – снять их можно только расторгнув сделку;
- срок хранения денег не увеличивает их стоимость, происходит постепенное обеспеченение (фактор инфляции)

Рис. 2. Преимущества и недостатки эскроу-счетов

Важно отметить, что возможность начисления процентов на суммах денежных средств, размещенных на счете эскроу, не установлена на законодательном уровне, который может указывать на недостаточное использование потенциальных возможностей для эффективного использования механизма, поскольку начисление таких процентов может быть дополнительным стимулом для расчетов через эскроу-счетов. В результате этого число клиентов, желающих использовать депозитный счет, увеличит привлекательность таких сделок.

Следует отметить, что процесс применения счета условного депонирования в цепочке мероприятий, направленных на приобретение жилья гражданами в России, является относительно новым продуктом (услугой) и на фоне общей осведомленности потенциальных клиентов о том, что механизм позволяет минимизировать рисковую составляющую, его использование весьма перспективно.

Кроме того, депозитный счет может использоваться для накопления на нем сумм при расчете процентов и/или неустойки, а также других платежей, если это предусмотрено соответствующим договором, в случаях неисполнения и/или несвоевременного (ненадлежащего) исполнения застройщиком договорных обязательств, с последующим перечислением указанных сумм на депозитный счет покупателя жилья. Или альтернативный вариант: эскроу-агент (банк) в момент перечисления застройщику средств, внесенных на эскроу-счет покупателя жилья, одновременно уменьшает сумму средств, подлежащих перечислению на такую сумму, на сумму процентов и/или штрафа, а также других платежей в связи с неисполнением или ненадлежащим исполнением застройщиком своих обязательств. Застройщик несет обязательства перед покупателем жилья.

Таким образом, на счете условного депонирования остается определенная сумма, принадлежащая покупателю жилья, которая по его просьбе переводится на указанный счет. В контексте вышеуказанных мер, связанных со счетом условного депонирования, следует обратить внимание, в том числе на наличие возможности косвенного снижения стоимости ипотеки.

В статье представлены результаты анализа рынка ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации и развитие применения эскроу-счетов для осуществления сделок, влияние, которое это будет иметь на рынок.

Полученные результаты позволяют сделать несколько выводов о ситуации на ипотечном рынке в России.

Несмотря на положительную динамику количества и объема выданных ипотечных кредитов в России, полученные результаты свидетельствуют о значительной дифференциации регионов по основным показателям в сфере ипотечного кредитования.

Наиболее важными факторами, оказывающими большее влияние на объем ипотечных жилищных кредитов, являются количество выданных кредитов, среднегодовая численность занятых в экономике, среднедушевые денежные доходы населения, объем введенного в эксплуатацию жилья и средние цены на первичном рынке жилья.

Основными факторами, оказывающими негативное влияние на ипотечное кредитование, являются низкий уровень денежных доходов значительной части населения, высокие процентные ставки и отсутствие долгосрочных финансовых ресурсов.

Изучение дополнительной возможности расширить спектр функций счета эскроу в контексте совершенствования ипотечного жилищного кредитования в России. Это позволит повысить эффективность взаимодействие кредитора и заемщика и уменьшить риск, связанный с неисполнением или ненадлежащим исполнением договорных обязательств, позволит обеспечить устойчивую положительную динамику спроса на транзакции, используя функции эскроу-счета, а также оптимизирует процесс совершенствования ипотечного кредитования.

Банковские структуры должны сформировать для себя наиболее оптимальную конфигурацию необходимых инструментов, чтобы исчерпывающе использовать весь потенциал использования счетов условного депонирования в зависимости от масштаба работы, степени влияния на дисциплину выполнения договорных обязательств, уровня обеспечения должного контроля, финансовой целесообразности и применимости к тем или иным договорам ипотеки жилья.

Список использованной литературы

1. Носова Т.П. Ипотечное кредитование в РФ / Т.П. Носова, М.О. Карапетян, А.С. Романькова // Научный журнал КубГАУ. — 2017. — № 7. — С. 72–78.

2. Филимонова В.В. Проблемы ипотечного кредитования в условиях изменения законодательства и введения эскроу-счетов / В.В. Филимонова // Молодой ученый. — 2020. — № 5. — С. 64–68.

3. Старых С.А. Рынок ипотечного кредитования в РФ: текущее состояние, проблемы и перспективы / С.А. Старых, С.А. Лавошникова, А.Д. Чеснокова // Регион: система, экономика, управление. — 2021. — № 2. — С. 81–87.

4. Гребенникова В.А. Анализ рынка ипотечного кредитования в России / В.А. Гребенникова, К.Г. Помогаева // Economic Consultant. — 2019. — № 3. — С. 27–33.

5. Хурзокова Д.Х. Анализ развития рынка ипотечного кредитования в России / Д.Х. Хурзокова // Цифровая наука. — 2020. — № 1. — С. 17–21.

6. Симонянц Н.Н. Оценка и перспективы развития рынка ипотечного кредитования в России / Н.Н. Симонянц, Т.А. Винтовкина // Исследователь года — 2020 : сб. ст. 3-й Междунар. науч.-исследоват. конкурса. — 2020. — № 1. — С. 91–97.

7. Исаева П.Г. Анализ современного состояния рынка ипотечного кредитования в Российской Федерации / П. Г. Исаева, С. Н. Энирбекова // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2019. — № 3. — С. 407–409.

8. Ключников Е.Е. Финансовые пузыри: риск современной финансовой стабильности / Е.Е. Ключников // E-Scio. — 2020. — № 3. — С. 439–447.

9. Показатели рынка жилищного (ипотечного жилищного) кредитования // Центральный банк РФ : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://cbr.ru.

10. Зубов С.А. Ипотечное кредитование в 2020 году / С.А. Зубов // Russian Economic Development. — 2021. — № 2. — С. 51–54.

Информация об авторах

Габриелян Мария Врежовна — студент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: marika_1701@mail.ru.

Жилан Оксана Дмитриевна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра финансов и финансовых институтов, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: GilanOD@bgu.ru.

Authors

Maria V. Gabrielyan — Student, Department of Finance and Financial Institutions, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: marika_1701@mail.ru.

Oksana D. Zhilan — Ph.D. in Economic sciences, Associate Professor, Department of Finance and Financial Institutions, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: GilanOD@bgu.ru.

© Габриелян М.В., Жилан О.Д., 2022

УДК 69:657.92

Н.Ю. Ковалевская

ВЫБОР СЕГМЕНТА РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ДЕВЕЛОПМЕНТА

Выбор сегмента рынка недвижимости является одним из ключевых вопросов для реализации девелоперского проекта наряду с выбором формы девелопмента, наиболее соответствующей интересам участников проекта. С этой точки зрения анализируются основные проблемы реализации девелоперского проекта в сфере коттеджного строительства как одного из перспективных направлений развития малого предпринимательства в регионе. Отмечаются особенности управления девелоперским проектом в этой сфере. Обобщаются основные тенденции, формирующиеся при реализации девелоперских проектов; рассматриваются критерии выбора территории для реализации таких проектов. Анализируются факторы, влияющие на принятие решения потенциальными потребителями. Рассматриваются виды эффективности проектов, используемые в управлении проектами девелопмента.

Ключевые слова: управление девелоперским проектом; эффективность девелоперского проекта; выбор сегмента девелопмента; развитие территории.

N.Y. Kovalevskaya

CHOOSING A SEGMENT FOR THE IMPLEMENTATION OF A DEVELOPMENT PROJECT

The choice of a segment of the real estate market is one of the key issues for the implementation of a development project, along with the choice of the form of development that best suits the interests of the project participants. From this point of view, the main problems of implementing a development project in the field of cottage construction as one of the promising areas of small business development in the region are analyzed. The features of the management of a development project in this area are noted. The main trends emerging in the implementation of development projects are summarized; the criteria for choosing the territory for the implementation of such projects are considered. The factors influencing the decision-making by potential consumers are analyzed. The types of project effectiveness used in the management of development projects are considered.

Keywords: management of a development project; efficiency of the development project; choosing a development segment; development of the territory.

Девелопмент как вид предпринимательской деятельности представляет собой «особый вид бизнеса, конечной целью которого является увеличение рыночной стоимости объектов недвижимости за счет ряда организационно-технических мер, используемых девелоперскими организациями» [1, с. 7]. Одним из условий успеха девелоперского проекта является правильный выбор сегмента для его реализации. Под «правильным» понимается соответствие идеи проекта интересам его

участников, а также стратегии развития территории. Эти вопросы являются ключевыми при разработке и управлении реализацией девелоперского проекта. Специфика девелоперских проектов, позволяющая сочетать направленность на развитие территории и использовать возможности развития малого и среднего предпринимательства, определяет актуальность выбора сегмента реализации проекта и формы девелопмента.

Реализация девелоперской деятельности как вида предпринимательства на отечественном строительном рынке имеет свои особенности, связанные с развитием и полноценным функционированием рынка земельных участков. Связано это с тем, что «переход от точечной застройки к освоению новых территорий способствовал заимствованию западных образцов девелоперской деятельности, но с российской спецификой» [3]. Проекты развития территории получают все большее распространение и как перспективный способ организации и управления жилищным строительством, прежде всего загородным, чему способствует сокращение затрат на строительство за счет эффекта масштаба [2].

Наиболее соответствующим развитию территории видом девелопмента с позиции соблюдения баланса интересов как территории, так и самих девелоперов, является «чистый» или fee-development. Спекулятивный девелопмент можно отнести к предшествующему этапу развития девелопмента как преимущественно ориентированный на интересы застройщиков. Исходя из этого, цель и задачи данного исследования заключаются в определении особенностей выбора формы реализации девелоперского проекта как предпринимательского проекта при условии достижения интересов всех его участников.

В российской практике долгое время право на земельный участок переоформлялось уже как следствие совершенной сделки по существующему объекту недвижимости, и только в последнее время, с принятием новой редакции Земельного кодекса[1] и Градостроительного кодекса[2] эта ситуация стала изменяться и приближаться к зарубежной практике деятельности, в которой переход права собственности на здание следует за переходом права на земельный участок, а не наоборот, как это практиковалось ранее. Тем не менее вопрос, возможно ли развитие девелопмента без свободного земельного рынка, пока остается открытым. В соответствии с общепринятыми международными стандартами управления девелоперскими проектами исходной точкой для реализации такого проекта является бизнес-идея, а результатом — продажа объекта.

Однако уже сейчас складывается разделение участников девелоперского рынка в соответствии с выбранной стратегией, когда одни выбирают венчурный (спекулятивный) тип деятельности, занимаясь строительством и последующей продажей объекта, а другие, выбирающие консервативную стратегию, занимаются поддержанием стабильности созданного бизнеса. Отмечается, что «в целом

[1] Земельный кодекс Российской Федерации : закон Российской Федерации 25 окт. 1999 г. № 136-ФЗ (ред. от 3 июля 2016 г. № 349-ФЗ) // СПС «Консультант-Плюс».

[2] Градостроительный кодекс Российской Федерации : закон Российской Федерации от 29 дек. 2004 г. № 190-ФЗ (ред. от 7 марта 2017 г. № 31-ФЗ) // СПС «Консультант-Плюс».

в России девелопмент был воспринят как развитие недвижимости», но «фактически модель девелоперского бизнеса, сформировавшаяся в докризисный период, оказалась неэффективной» [3].

Эта модель сформировалась в период строительного бума и предполагала продажу начатых проектов на начальных стадиях реализации. Причины неэффективности сложившейся модели ведения девелоперской деятельности следует искать в том числе и в подходах к управлению созданными объектами недвижимости, и в выборе стратегии территории, т.е. осваиваемого земельного участка. Такие подходы сформировались в период становления и развития девелоперской деятельности, когда еще сохранялся стереотип максимальной застройки территории. Однако «экстенсивное хозяйствование приводило к появлению большого числа новостроек на необжитых территориях страны», которые «начинались не с инфраструктурного обустройства территории, а с приезда на пустое место» [3], или, в современном варианте, со строительства микрорайонов и коттеджных поселков, оторванных от городской (пригородной) коммунальной и транспортной инфраструктуры. Поэтому девелоперские проекты коттеджного строительства могут рассматриваться как один из наиболее благоприятных секторов для развития малого и среднего предпринимательства.

Развитие лэнд-девелопмента, являясь стимулом для развития рынка земли, прежде всего в пригородной зоне, в итоге приводит к строительному буму в виде многочисленных жилых комплексов и коттеджных поселков [2]. В результате появилось большое число не пользующихся спросом объектов. Если строящийся массив выигрывал за счет престижного территориального расположения, это приводило к существенному удорожанию стоимости жилья в таком районе, а при невозможности увеличения цен в силу рыночной ситуации компании-застройщики вынуждены были нести убытки.

При выборе сегмента девелопмента следует учитывать кроме территориальных рисков еще и риски, связанные с управлением и обслуживанием жилого фонда, характерные не только для многоквартирных домов и чаще всего попадающие в поле зрения исследователей, изучаемые в исследованиях [4], но и для малоэтажного строительства. Прежде всего это относится к выбору площадок для реализации девелоперских проектов загородного строительства и необходимости соблюдать соответствующие базовые характеристики участков, основные показатели выбора которых представлены в таблице [1]. В качестве примера был выбран участок на 9-м км Александровского тракта Иркутского района для строительства коттеджного поселка «Урочище Камень».

Сравнение характеристик выбранного участка
с базовыми характеристиками

Показатель	Уровень требований потенциального потребителя			
	Элит-класс	Бизнес-класс	Эконом-класс	Исследуемый объект
Неблагоприятные факторы природного происхождения	Отсутствуют	Отсутствуют	Возможно присутствие в минимальной степени	Отсутствуют

Показатель	Уровень требований потенциального потребителя			
	Элит-класс	Бизнес-класс	Эконом-класс	Исследуемый объект
Антропогенные загрязнения	Отсутствуют	Отсутствуют	Возможно присутствие в минимальной степени	Отсутствуют
Факторы внешнего социального воздействия	Отсутствуют	Отсутствуют	Возможно присутствие в минимальной степени	Отсутствуют
Категория леса	Сосновый бор	Сосновый бор, смешанный лес	Смешанный лес, поле	Смешанный лес
Дорожное покрытие	Отличное	Отличное, хорошее	Хорошее, удовлетворительное	Хорошее
Степень отдаленности от города	20 км	40 км	Любое	8,2 км
Наличие инфраструктуры	На территории поселка	Не далее 10 км от поселка	На территории поселка	Не далее 10 км от поселка

По оценкам риелторов[1], в связи со сложившейся ситуацией на рынке недвижимости традиционные коттеджи смогут вытеснить с рынка таун-хаусы в классическом варианте исполнения только через 5–10 лет, после преодоления последствий экономического кризиса. Относительно низкая емкость рынка таун-хаусов как результат завышения цены привела к возникновению высокой конкуренции в этом сегменте рынка. В результате вступили в действие методы неценовой конкуренции за счет таких факторов, как территориальное расположение участков, целенаправленная рекламная кампания, наличие объектов транспортной, коммунальной и социальной инфраструктуры, технологии строительства и др.

Выбор участка для коттеджного строительства в данном случае определялся на основании проведенного анализа рынка загородной недвижимости, по результатам которого были определены наиболее привлекательные районы для застройки. В качестве критериев выбора учитывались такие факторы, как транспортная доступность; состояние коммунальной и социальной инфраструктуры; экологическая ситуация и состояние природной среды в районе будущей застройки (рис. 1).

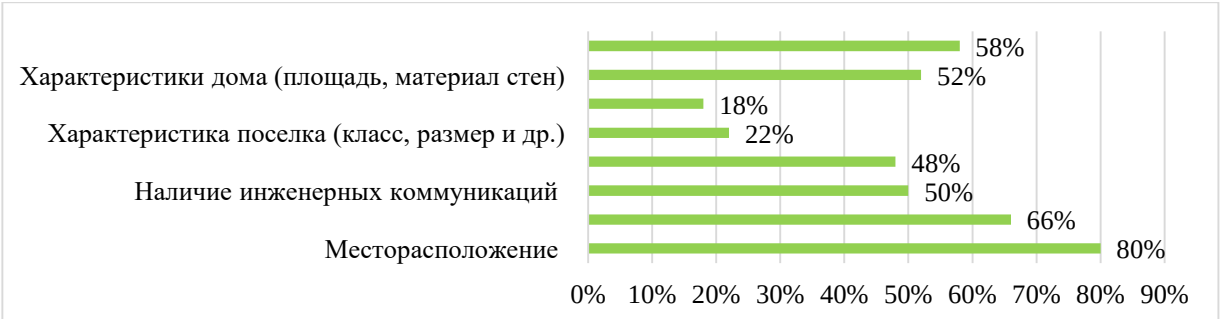


Рис. 1. Критерии выбора территории
для строительства коттеджного поселка

[1] СуперРиэлт : портал недвижимости. URL: https://irkutsk.superrielt.ru/articles.

Анализ полученных данных показал, что помимо инвестиционной привлекательности при выборе участка строительства на основе указанных критериев, а также его престижности или территориальной выгодности, современные девелоперы осознали необходимость учитывать возможность дальнейшего развития объектов инфраструктуры после сдачи объектов жилых объектов в эксплуатацию на основе предпочтений потенциальных потребителей. В настоящее время пришло понимание того, что формирование соответствующего рынка или сегмента рынка начинается с формирования потребителя. В отношении рынка недвижимости «воспитание грамотного потребителя строительной продукции происходит путем доведения до него новых норм и стандартов потребления, после чего навязывание ему устаревшей и экологически вредной недвижимости станет невозможным» [3]. Это особенно актуально для такого специфического сегмента как коттеджное строительство, которое стало более динамично развиваться лишь несколько лет назад.

Основная проблема этого сегмента рынка недвижимости заключается в неравномерности распределения потенциальных потребителей по их предпочтениям (рис. 2).

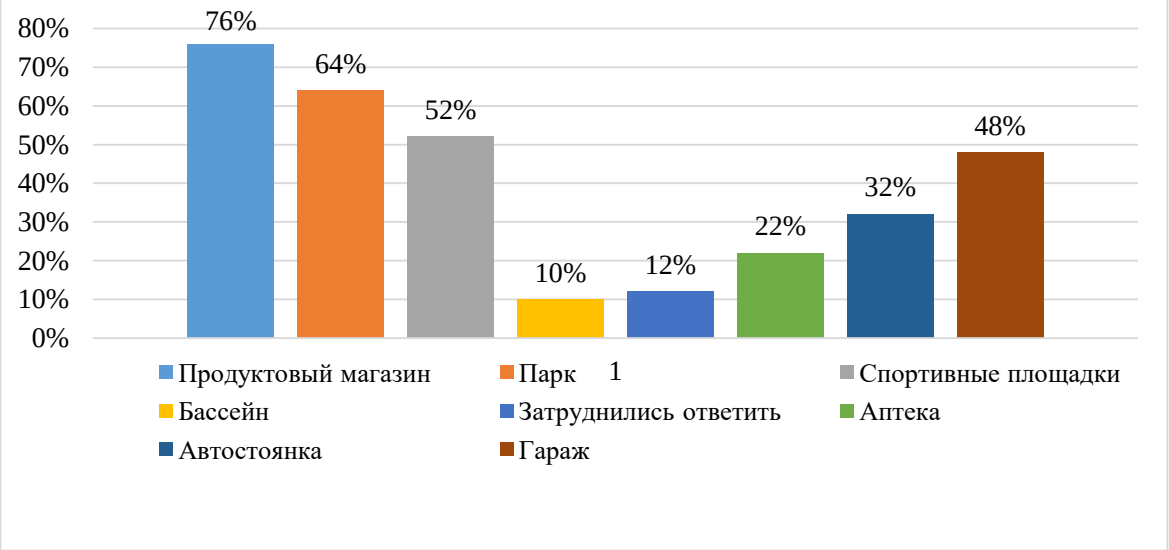


Рис. 2. Результаты анализа предпочтений потенциальных потребителей в отношении развития инфраструктуры коттеджного поселка

Анализ показал, что, хотя состоятельные покупатели обращают внимание прежде всего на собственные загородные дома, а покупатели среднего класса еще не имеют возможности приобретения таких дорогостоящих объектов, уже сформировалась целевая группа потенциальных потребителей, интересующаяся коттеджами. Это связано с тем, что потенциальные покупатели со стабильно высоким доходом заинтересованы помимо городской квартиры еще и в приобретении жилья за городом, чему в немалой степени способствовали и ограничения в период пандемии. Таким образом, развивается тенденция строительства «одноэтажной России», а формирующиеся предпочтения, приводят к повышению требований к уровню комфортности и развитию территории застройки.

В соответствии с общими принципами оценки эффективности инвестиционных проектов, для проектов девелопмента также можно выделить соответствующие уровни эффективности: отраслевую, бюджетную, социальную, коммерческую эффективность [1]. Эффект от реализации девелоперских проектов определяется высоким мультиплицирующим эффектом инвестиций в сферу недвижимости, что позволяет говорить о возможности расчета отраслевой эффективности инвестиций. Отраслевой эффект проектов девелопмента проявляется ростом активности в смежных секторах экономики, таких как жилищно-коммунальное хозяйство, производство строительных материалов, транспортная инфраструктура, обеспечивая прирост валового продукта на инвестируемой территории [5].

Расчет бюджетной эффективности проекта предполагает прогноз денежных потоков с учетом будущих поступлений в виде налогов, формирующихся при реализации данного проекта и направляемых в бюджеты разного уровня (федеральный, региональный, муниципальный) [6]. К доходам бюджета относятся: «платежи за право застройки, арендная плата за земельные участки, налоги на прибыль застройщиков и инвесторов, налоги с заработной платы работников, занятых в процессе реализации проектов» [5]. Наличие бюджетной инвестиционной поддержки проектов развития территории позволяет говорить о перспективах данной формы взаимодействия частных инвесторов и бюджета при реализации общественно значимых проектов, однако в девелоперских проектах, предполагающих жилую многоэтажную или коттеджную застройку, бюджетная поддержка может рассматриваться только применительно к инфраструктурной составляющей.

Таким образом, предложение мини-формата загородного жилья, следуя за спросом, все увереннее укрепляет свои позиции на рынке загородной недвижимости, и крупные застройщики стремятся удовлетворить потребность населения в таком загородном жилье. В свою очередь, реализация объекта на ранней стадии строительства очень важна для девелопера, так как позволяет снизить объем собственных инвестиционных вложений и отражается на величине коммерческой эффективности проектов, которая рассчитывается с позиций девелопера (инвестора) в соответствии с производимыми затратами и получаемыми результатами от реализации проекта.

Девелоперские проекты, представляя одну из перспективных форм развития малого предпринимательства в строительстве, могут рассматриваться и как инструмент развития территорий. Это требует предварительного проведения сравнительного анализа и формирования на основе этого стратегий развития территорий. Критерии для проведения сравнительного анализа как выбранных территорий, так и предполагаемых к реализации девелоперских проектов, могут различаться в зависимости от стратегии и вида девелопмента. В рассмотренном в статье случае основные особенности реализации девелоперских проектов развития территории за счет коттеджного строительства заключаются в правильности выбора участка для застройки с учетом его наилучшего соответствия интересам и ожиданиям потенциальных потребителей. Максимально полное выполнение этих условий возможно лишь при тесном взаимодействии государства как регулятора землепользования и застройки территории, застройщика (девелопера) и потребителя как ключевых участников девелоперского проекта.

Список использованной литературы

1. Девелопмент в строительстве : учеб.-науч. изд. / под ред. Е.Е. Ермолаева, С.Б. Сборщикова. — Москва : Стройинформиздат, 2013. — 360 с.

2. Фатхриева Д.И. Комплексное освоение и развитие крупных земельных участков / Д.И. Фатхриева, Е.С. Рахматуллина // Иннов : электронный научный журнал. — 2018. — № 3 (36). — С. 22. — URL : https://www.elibrary.ru/item.asp?id=32741970.

3. Светник Т.В. Ресурсы для возрождения отрасли строительства / Т.В. Светник // Известия ИГЭА. — 2009. — № 6 (68). — С. 70–74. — URL : http://izvestia.bgu.ru/reader/article.aspx?id=5296.

4. Самаруха В.И. Жилищный бизнес: доходность и риски / В.И. Самаруха, Т.Г. Краснова // Известия ИГЭА. — 2010. — № 5. — С. 197–202. — URL: http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=13912.

5. Коновалова А.В. Девелоперские проекты как основа развития инвестиционно-строительной деятельности / А.В. Коновалова // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). — 2014. — № 4 (48). — С. 118–125. — URL: https://elibrary.ru/query_results.asp.

6. Ковалевская Н.Ю. Бюджетная эффективность как основной критерий выбора проектов комплексного развития территории / Н.Ю. Ковалевская, Д.М. Молокова // Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития : материалы 7-й Всерос. научно-практ. онлайн-конф., Иркутск, 14–15 апр. 2020 г. — Иркутск, 2020. — С. 253–259.

Информация об авторе

Ковалевская Наталья Юрьевна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики строительства и управления недвижимостью, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: kovalevskayanu@bgu.ru.

Author

Natalia Y. Kovalevskaya — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Construction Economics and Real Estate, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: kovalevskayanu@bgu.ru.

© Ковалевская Н.Ю., 2022

Секция «ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТРАНСПОРТА
И ЛОГИСТИКИ»

УДК 656.07

Т.И. Кубасова, А.Г. Носкова

ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РАЗВИТИЯ СКЛАДСКОЙ ЛОГИСТИКИ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

В статье рассмотрены современные теоретические основы совершенствования и оптимизации складской логистики на базе научных работ российских и зарубежных авторов. Исследованы современные тенденции рынка складской логистики в условиях неопределенности. Изучены проблемы и выявлены последствия влияния пандемии COVID-19 на результаты деятельности складской логистики. Определены перспективы и основные пути развития складской логистики в мире и России.

Ключевые слова: логистика; складская логистика; условия неопределенности; система контроля; развитие.

T.I. Kubasova, A.G. Noskova

PROBLEMS AND WAYS OF DEVELOPMENT OF WAREHOUSE LOGISTICS UNDER UNCERTAINTY

The article discusses the modern theoretical foundations for improving and optimizing warehouse logistics based on scientific works of Russian and foreign authors. The modern tendencies of the warehouse logistics market in conditions of uncertainty have been investigated. The problems were studied and the consequences of the impact of the COVID-19 pandemic on the results of warehouse logistics were identified. The prospects and main ways of development of warehouse logistics in the world and in Russia have been determined.

Keywords: logistics; warehouse logistics; conditions of uncertainty; control system; development.

В настоящее время неопределенность является важным фактором, влияющим на создание готовой продукции и услуг на протяжении всей цепочки поставок, что отражается на экономике глобальных и локальных рынков. В условиях пандемии COVID-19 фактор нестабильности усилился, и главное, что необходимо сделать бизнес-сообществу: во-первых, признать и принять изменения, которые он не можем контролировать и, во-вторых, быстро адаптироваться к новым условиям учитывая меняющиеся нужды потребителю. Этой проблеме посвящены научные публикации разных лет, раскрывающие сущность, факторы и стратегии управления бизнесом в условиях неопределенности [1; 2]. Прикладные аспекты влияния неопределенности (особенно в период пандемии) на различные отрасли

экономики, рассмотрены в многочисленных научных публикациях и аналитических обзорах [3–6].

Пандемия COVID-19 прежде всего привела к нарушению традиционных логистических связей и к дисбалансу товарных потоков сырья и готовой продукции, что в свою очередь, отразилось на состоянии всех логистических систем. При этом в своих целях и задачах склад ориентируется на оптимизацию логистической системы, элементом которой он является и поэтому должен адаптироваться к любым изменениям этой системы.

Несмотря на достаточно широкую представленность информации о роли логистики в современном бизнесе [7–9], проблема исследования влияния неопределенности на состояние складской логистики и ее подсистем разработана слабо. Все это определяет актуальность темы настоящей статьи.

В связи с этим, цель данной статьи — на основе анализа современных тенденций, выявить проблемы складской логистики и определить основные пути ее дальнейшего развития.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты и зарубежный опыт управления бизнес-процессами складской логистики во время пандемии COVID-19.

2. Определить основные показатели, влияющие на эффективную работу складской логистики в условиях неопределенности и предложить мероприятия по их оптимизации.

Основным методом исследования был выбран метод экономического анализа. В качестве информационной базы исследования рассматриваемой проблемы использовались источники специализированной литературы, данные с веб-сайтов федеральных органов власти и статистических сборников.

Теоретические основы складской логистики рассмотрены во многих фундаментальных трудах зарубежных и российских ученых [9–12], при этом многие из них определяют складскую логистику, как логистику запасов. Современная логистическая концепция рассматривает логистику складирования как интегрированную составную часть логистической цепи предприятия, представляющую совокупность складских бизнес-процессов [8; 9], которые в условиях неопределенности нуждаются в гибком управлении, что достигается их автоматизацией (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика бизнес-процессов складской логистики
в условиях неопределенности

Бизнес-процессы складской логистики	Требования к автоматизации в условиях неопределенности	Показатели эффективности
Отгрузка товара	Внедрение системы WMS (система управления складом)	Своевременность поставки заказов на склад
Приемка товара и размещение его на хранение	Внедрение системы WMS (система управления складом) Внедрение системы OMS (система управления заказами)	Сокращение времени на приемку и размещение товара

Бизнес-процессы складской логистики	Требования к автоматизации в условиях неопределенности	Показатели эффективности
Подбор заказа и размещение его в зоне комплектации	Внедрение системы OMS (система управления заказами)	Оптимизация запасов на складе, сокращение времени на транспортировку товара до целевого потребителя
Хранение товара	Внедрение системы WMS (система управления складом) Внедрение системы OMS (система управления заказами)	Эффективность использования складского пространства
Инвентаризация	Внедрение системы WMS (система управления складом)	Снижение вероятности возникновения «человеческого фактора» в ходе инвентаризации, в связи с внедрения ТСД (терминала сбора данных) и маркировки
Дополнительные операции с товарами	Внедрение системы WMS (система управления складом)	Оптимизация логистических процессов на складе

Эпоха неопределенности для логистической системы началась с пандемии 2020 г., когда цепь поставок продукции была разорвана и приостановлена. По оценкам экспертов, в России убытки транспортной логистики на начало мая 2020 г. превысили 230 млрд р. [13]. Несмотря на то что основное внимание было уделено транспортной логистике и проблемам, с которыми она столкнулась при доставке товаров на международном и внутреннем рынках, складская логистика также столкнулся с огромными трудностями, которые были вызваны трендами во всей логистической системе:

1. Снижение объемов международной торговли.

Два главных потока товаров — Евросоюз и Китай — были существенно сокращены в связи с пандемией. Из-за экономических последствий эпидемии снижается импорт товаров из стран Евросоюза и, наоборот, экспорт из России в ЕС. Стоимостной объем мирового товарного экспорта сократился в 2020 г. на 7,5 %, российского — на 20,6 %. Еще большее падение продемонстрировала международная торговля услугами: на 19,9 % в общемировых масштабах и на 24,3 % по России. Уменьшились как стоимостные, так и физические объемы [14].

В результате этого тренда в складской логистике произошли серьезные изменения в сложившихся цепях поставок, ассортименте и росте запасов. А рост e-commerce привел к спросу в складской логистике на фулфилмент и омникальность.

2. Изменение объема и структуры грузовых перевозок.

По данным Европейской комиссии, количество контейнеров, покидающих китайские порты, сократилось практически вдвое. Порты заполнены невостребованными контейнерами, прибывшими из других стран, что ведет к дополнительным штрафам за простой. При этом на морские контейнерные перевозки приходится около 75 % всей внешней торговли Европейского союза и 30 % транспортировки товаров между самими государствами-членами [15]. Из-за огромного роста цена на

перевозку морским и воздушным транспортом, большинство компаний сделали выбор в пользу железнодорожной перевозки. В связи с высокой волатильностью ставок на авиа и морской транспорт может произойти перераспределение объемов в сторону сухопутных перевозок, особенно на маршрутах Азия — Европа [16].

В результате этого тренда в складской логистике усилилась коллаборация участников поставок продукции с внедрением 3PL-систем.

3. Рост тарифов на перевозку.

Многие компании стали переключаться на авиа- и автоперевозки, что привело к повышению тарифов и по этим видам транспорта. В среднем стоимость перевозки автотранспортом выросла от 12,5 до 47,0 %, морем — на 85 %, а по железной дороге — на 80 %. Сейчас доставка тонны груза авиатранспортом обходится в 6,5 тыс. долл., морем — в 800 долл., автотранспортом — в 750 евро, а по железной дороге — в 715 долл. За международными ценами подтянулись и внутренние тарифы. Цена перевозок по России за I полугодие 2021 г. выросла на 15 %, а на определенных маршрутах — на 25 % из-за повышенного спроса и увеличения объема отправок [13].

В результате рост тарифов на перевозку потребовал от складского хозяйства масштабируемости внедрения IT складских бизнес-процессов в связи с оперативными изменениями в цепи поставок, ассортименте и размере запасов.

Предприятия, которые смогли своевременно внедрить гибкие методы управления по реализации IT проектов в складской логистике, приняли вызов неопределенности и смогли не только выжить в период пандемии, но и нарастить свои обороты. Так, например, американская компания WalMart (ретейл) за счет цифровизации складской логистики во время пандемии увеличила выручку в 2021 г. на 6 % по отношению к 2020 г. Уровень запасов при этом остается практические неизменным (рис. 1).

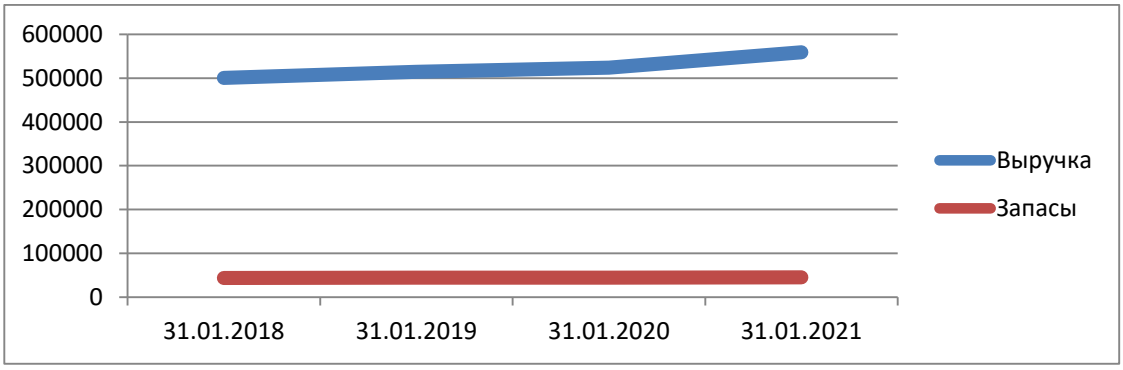


Рис. 1. Динамика показателей выручки и запасов Walmart 2018–2021 гг. [17]

Во время разгара пандемии компания пересмотрела логистику: были запущены сервис экспресс-доставки и роботизированная система сборки онлайн-заказов Alphabot.

Проблемы складской логистикой из-за коронавируса испытывают не только зарубежные страны, но и Россия. Рассмотрим опыт отечественной компании в области ретейла ООО «СЛАТА» г. Иркутск во время пандемии (рис. 2).

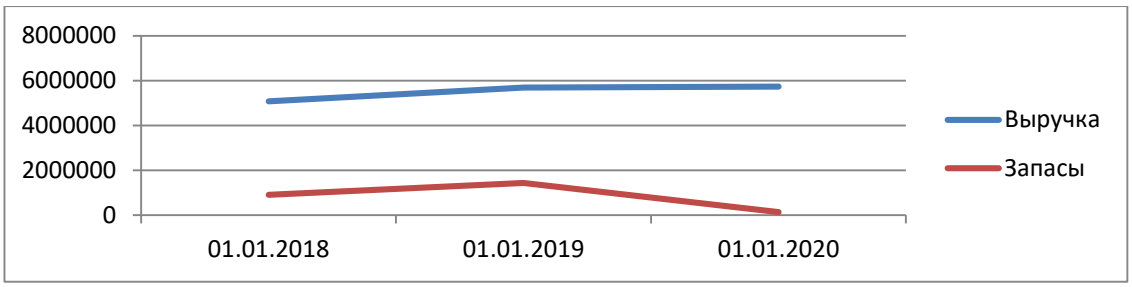


Рис. 2. Динамика показателей выручки и запасов ООО «СЛАТА» 2018–2020 г. [18]

Несмотря на то что выручка и валовая прибыль предприятия ООО «СЛАТА» растет с годами, наблюдается резкое падение объемов запасов на предприятии. Во время пандемии предприятие, так же как и WalMart, воспользовалось привлечением потенциальных потребителей через онлайн-сайт и автоматизацию складских процессов.

Текущая ситуация требует комплексного принятия эффективных решений, в частности, в области оптимизации бизнес-процессов складской логистики на основе IT-технологий:

1. В первую очередь это внедрение система управления складомWMS, которая помогает управлять товарными запасами (оптимизация процессов приемки и отправки грузов).

2. Оперативная обработка заказов. Система OMS управления заказами выполняет автоматический сбор заявки с разных складов или разбивает заказ на отдельные позиции для оптимизации сроков поставки.

3. Планирование запасов. До пандемии большинство компаний использовали методику бережливого производства. Получение товаров точно в срок позволяло снизить расходы на склад и более эффективно использовать пространство. С началом пандемии эта бережливая стратегия заставила множество компанией столкнуться с нехваткой запасов, а в некоторых случаях привела к полной ликвидации. Чтобы предотвратить в будущем нехватку запасов, компании будут вкладывать средства в так называемые буферные запасы, количество которых будет зависеть от различных факторов, но запасы на складах однозначно увеличатся.

4. Консолидация данных по заказам для отслеживания потребительского поведения, что позволит формировать эффективные маркетинговые активности.

Во-первых, в условиях неопределенности необходимо учитывать, что складская логистика –это интегрированная часть логистической цепи предприятия, напрямую влияющую на ее ритмичность и рентабельность.

Во-вторых, анализ зарубежного опыта внедрения на складах современных IT-технологий доказывает, что необходимо приспосабливаться к условиям неопределенности и автоматизировать свои внутренние процессы, как например, это сделала компания WalMart.

В-третьих, оптимизацию складских процессов целесообразно проводить с использованием систем WMS и OMS, что позволит повысить эффективность управления товарно-материальными ценностями и планирования запасов предприятия в условиях неопределенности.

Список использованной литературы

1. Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль / Ф.Х. Найт ; пер. с англ. М.Я. Каждана. — Москва : Дело, 2003. — 359 с.

2. Талеб Н.Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / Н.Н. Талеб ; пер. с англ. В. Сонькина, А. Бердичевского, М. Костионовой, О. Попова ; под ред. М. Тюнькиной. — Москва : Колибри, 2009. — 528 с.

3. Кубасова Т.И. Приоритеты управления логистическими рисками в ресурсном обеспечении строительных проектов (Priorities of the logistics risks management in the resource support of construction projects) // Международная научная конференция «Инвестиции, строительство, Недвижимость» / Т.И. Кубасова, В.В. Ткач, И.В. Цвигун. — URL: https://doi.org/10.1051/matecconf/201821208010.

4. Кубасова Т.И. Последствия влияния пандемии на логистическую отрасль (на примере рынка спецтехники) / Т.И. Кубасова, С.М. Астрихинский // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы : сб. тр. VI Всерос. науч.-практ. конф., Симферополь, 15–16 апр. 2021 г. / науч. ред. В.М. Ячменевой, редкол. : И.М. Пожарицкая, Р.А. Тимаев, Т.И. Воробец. — Симферополь : Издательство «Типография «Ариал», 2021. — С. 445–450.

5. Холмовский С.Г. Управление рисками в логистической деятельности торговой компании / С.Г. Холмовский, А.С. Свежинцева // Baikal Research Journal. — 2021. — Т. 12, № 3.

6. Литвинов Е.А. Влияние коронавируса на глобальные цепочки поставок / Е.А. Литвинов, Ю.А. Савинов, Е.В. Тарановская, Н.Ю. Булыгина // Российский внешнеэкономический вестник. — 2020. — № 6. — С. 89–104.

7. Логистические тренды 2020–2021 года: влияние пандемии COVID-19 на перевозки // Портал Retail.ru : [сайт]. — Москва, 2020. — URL: https:/www.retail.ru/articles/logisticheskie-trendy-2020-2021-goda-vliyanie-pandemii-covid-19-na-perevozki.

8. Гаджинский А.М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики : учебник / А.М. Гаджинский. — Москва : Дашков и К, 2020. — 324 с.

9. Волгин В.В. Склад: логистика, управление, анализ: учебник / В.В. Волгин. — 11-е изд. — Москва : Дашков и К, 2015. — 724 с.

10. Шрайбфедер Дж. Эффективное управление запасами : учебник / Джон Шрайбфедер. — Москва : Альпина Паблишер, 2016. — 304 с.

11. Савенкова Т.И. Логистика : учеб. пособие / Т.И. Савенкова. — Москва : «Омега-Л», 2007. — 246 с.

12. Блейхер О.В. Логистика : учебник / О.В. Блейхер. — Москва : Инфра-М, 2007.

13. В России за время пандемии закрылись около 62 % торговых точек // Tass.ru : офиц. сайт. — Москва, 2020. — URL: https://tass.ru/ekonomika/9695007.

14. Транспорт движется сквозь карантин // Kommersant.ru : офиц. сайт. — Москва, 2020. — URL: https://www.kommersant.ru/doc/4320861 (дата обращения 26.11.2021).

15. EU shippingandportsfacing coronavirus. — URL: https://www.europarl.europa.eu/ReData/etudes/ATAG/2020/651907/EPRS_ATA(2020)651907_EN.pdf.

16. Инфраструктура и пандемия: потери отрасли в 2020 году // Infraone.ru : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://infraoneresearch.ru/u5usp7/p24qj0.

17. Финансовая отчетность WalMart // Ru.investing.com : офиц. сайт. — URL: https://ru.investing.com/equities/wal-mart-stores-income-statement.

18. Финансовая отчетность ООО «СЛАТА» // Audit-it.ru : офиц. сайт. — URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/3809019836_ooo-slata.

Информация об авторах

Кубасова Татьяна Иннокентьевна — доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: kubasovati@bgu.ru.

Носкова Алена Геннадьевна — магистрант, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: alenanosk@mail.ru.

Authors

Tatyana I. Kubasova — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: kubasovati@bgu.ru.

Alena G. Noskova — Master’s Degree Student, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: alenanosk@mail.ru.

© Кубасова Т.И., Носкова А.Г., 2022

УДК 368.2

Е.Я. Удалова

АНАЛИЗ РИСКОВ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ТРАНСПОРТИРОВКИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ СТРАХОВАНИЯ

В связи со стремительным развитием экономического сотрудничества между странами, которое сказалось на увеличении грузопотока, возросла роль страхования грузов. В данной статье представлен анализ рисков, которые могут возникнуть в различных условиях транспортировки груза, а также изучены возможности страхования груза, обусловленные выбором определенного вида логистической перевозки.

Ключевые слова: страхование груза; международная торговля; логистика; риски; транспортировка.

E.Y. Udalova

RISK ANALYSIS OF TYPES OF LOGISTICS TRANSPORTATION AND INSURANCE OPPORTUNITIES

In connection with the rapid development of economic cooperation between the countries, which affected the increase in freight traffic, the role of cargo insurance has increased. This article presents an analysis of the risks that may arise in various conditions of cargo transportation, and also studies the possibilities of cargo insurance, due to the choice of a certain type of logistics transportation.

Keywords: cargo insurance; international trade; logistics; risks; transportation.

В последнее время мы стали свидетелями тенденции стремительного ускорения развития международных отношений, особенно это отражается в интеграции экономического пространства. Особое место в отношениях между странами занимает торговля. По данным Федеральной таможенной службы, внешний товарооборот России с другими странами только за период с января по сентябрь составил 557 346,6 млн долл., что превышает показатель 2020 г. аналогичного периода 408 923,7 млн долл. (табл. 1.)

Таблица 1

Объемы внешнего торгового оборота Российской Федерации, млн долл.

Показатель	Январь — сентябрь 2020 г.	Январь — сентябрь 2021 г.	Темп роста, %
Оборот	408 923,70	557 346,60	136,3
Экспорт*	243 217,90	343 822,40	141,4
Импорт*	165 705,80	213 524,20	128,9
Сальдо	77 512,10	130 298,30	–

* Информация с сайта Росстата.

С увеличением грузопотока между странами возросла не только роль международных перевозок, но и страхования грузов. На ряду с возросшим объемами экспорта и импорта, возросли риски утери, повреждения или порчи товаров, в связи с чем предприниматели и бизнесмены стремятся защититься от всевозможных рисков, убытков и защитить собственные интересы — к этому же стремятся и наши зарубежные партнеры. Общепризнано, что страхование является одним из наиболее эффективных способов предотвращения рисков. Однако, поскольку уровень культуры страхования в России по сравнению со странами Европы значительно ниже, то и уровень проникновения страховой защиты также не сопоставим с мировыми практиками. Так, в России страхуется лишь порядка 30 % груза, тогда как в Европе этот показатель составляет около 90 % [1].

По мнению экспертов, одной из причин такой ситуации выступает отсутствие требований об обязательности страхования грузов [2], высокий уровень недоверия к страховым компаниям, отсутствие правильного представления о страховой ответственности, возможных рисках и способах страхования [3]. Для принятия решения о страховании груза страхователь должен иметь представление об условиях страхования и различных характеристиках риска [4; 5]. В частности, транспортировка груза подразумевает под собой использование того или иного вида транспортного средства, при этом характеристики сопутствующих специфических рисков будут зависеть от категории используемого средства транспорта и других факторов.

Целью данного исследования является анализ карты рисков, возникающих при использовании различных категорий транспортных средств и ее сопоставление с соответствующими условиями страхования.

Задачи: изучить основные виды рисков, возникающих при логистической перевозке грузов; представить все доступные виды страхования грузов; раскрыть особенности CMR-страхования.

Основными методами проведенного исследования являются сбор и анализ информации, в том числе и информации на сайтах страховых компаний, занимающихся страхованием международных грузоперевозок, изучение различных методов страхования в рамках использования конкретного вида транспортного средства.

Чтобы перейти к подробному рассмотрению логистических рисков, связанных с международной транспортировкой груза, а также видам и специфике страхования грузов, необходимо раскрыть понятие «международные перевозки». Несмотря на важность и значимость международных грузовых перевозок для глобализации рынков сбыта в мире, до сих пор нет его единого общеупотребительного определения. Так, например, Конвенция ООН определяет международные грузовые перевозки как «любую перевозку, при которой место отправления и место назначения идентифицируются как находящиеся в двух различных странах на момент, когда оператор принимает груз в свое ведение». В то время как в Конвенции о договоре международной дорожной перевозке грузов это определение трактуется как «перевозки грузов за вознаграждение посредством транспортных средств, когда место погрузки груза и доставки груза, указанные в контракте,

находятся на территории различных государств». Согласно ФЗ РФ «О государственном контроле за осуществлением международных автомобильных перевозок и об ответственности за нарушение порядка их выполнения», «международная автомобильная перевозка — перевозка транспортным средством грузов или пассажиров по территориям двух и более государств, а также проезд нагруженного транспортного средства по территориям двух и более государств» [6]. Однако оно узконаправленно и не отражает в полной мере всех аспектов термина «международные перевозки».

Самым дорогостоящим, но вместе с тем быстрым и безопасным способом перевозки являются авиаперевозки — на их долю приходится треть мирового экспорта. Основными характеристиками данного вида транспортировки является высокая надежность и скорость, а также возможность перевозки товара на большие дистанции. Лидирующими компаниями являются Air Bridge Cargo, Аэрофлот — российские авиалинии, Победа, Сибирь и Россия. В сфере авиаперевозок грузов широко распространено частичное страхование груза, при котором может быть возмещено не более 60 % стоимости товара. Также у страхователя есть возможность использовать страхование авиаперевозок «с полным риском», который, однако, не покрывает все абсолютно виды рисков. На условия страхования грузов в авиаперевозках оказывает влияние такой значимый фактор, как старение авиапарка, т.е. использование старых моделей самолетов с большим расходом топлива, что значительно влияет на стоимость страхования. Кроме того, в данном сегменте существенно распространено перестрахование, так как речь идет о существенных объемах ответственности.

Большой популярностью пользуется морская перевозка грузов — в настоящее время это самый низко затратный, а поэтому рентабельный способ транспортировки груза, который позволяет доставлять разно габаритный тяжелый груз с минимальными затратами по тарифу. Чаще всего данный метод доставки используется в структуре мультимодальной перевозки, которая подразумевает использование двух или более видов транспорта. Грузы на морском транспорте могут перевозиться насыпным, наливным или контейнерным способом. Как и при использовании любого вида транспорта для доставки товара, при его транспортировке могут возникать риски, приводящие к убыткам. Согласно «Кодексу торгового мореплавания» основные риски, сопровождающие морской способ транспортировки, подразделяются на две группы: риски, входящие в общую аварию и риски, относящиеся к частной аварии. В соответствии с ICC (Institute Cargo Clauses) принято различать три типа страхования A, B, C.

К первой группе рисков с условием страхования А «С ответственностью за все риски» относятся убытки от повреждений или полной гибели всего или части груза, кроме случаев, перечисленных в «Общих исключениях» Правил страхования; убытки, понесенные вследствие чрезвычайных расходов и в целях спасения грузов от опасности; убытки, вызванные выбрасыванием за борт груза, а также убытки от повреждения груза при принятии мер общего спасания; убытки, причиненные грузу намеренной посадкой судна на мель; убытки, причиненные грузу при тушении пожара на судне, включая убытки от произведенного для этой цели затопления горящего судна; чрезвычайные расходы по перегрузке груза из судна

в лихтеры, по найму лихтеров и обратной погрузке на судно, произведенные в случае посадки судна на мель; убытки от повреждения или полной гибели груза, причиненные его перемещением на судне, выгрузкой из судна, обратной погрузкой и укладкой, а также при хранении, в тех случаях, когда расходы по совершению этих операций признаются общей аварией; расходы, произведенные в целях получения помощи, а также убытки, причиненные грузу судами, которые оказывали помощь. расходы, вызванные вынужденным заходом судна в место убежища (порт-убежище) или возвращением в место погрузки вследствие аварии или другого чрезвычайного обстоятельства, вызвавшего необходимость такого захода или возвращения ради общей безопасности; расходы, связанные с выходом судна с первоначальным грузом или частью его из места убежища либо из места погрузки, в которое судно вынуждено было возвратиться; расходы по перемещению, выгрузке, обратной погрузке и укладке груза (включая расходы по хранению) в месте погрузки, захода или убежища, произведенные ради общей безопасности или для получения возможности исправить судовые повреждения, вызванные аварией или другими чрезвычайными обстоятельствами, если эти исправления были необходимы для безопасного продолжения рейса; расходы по заработной плате и довольствию судового экипажа (включая топливо и предметы снабжения), понесенные в связи с продлением рейса в результате захода судна в место убежища или возвращения его в место погрузки при аварии или других чрезвычайных обстоятельствах [7].

Ко второй группе В «С условием за частную аварию» относятся: убытки от повреждений или полной гибели всего или части груза, происшедшие вследствие, например, стихийных бедствий, крушения судов, опрокидывания судов, провала мостов [8].

Также страхование может быть в форме «Без ответственности за повреждения, кроме случаев крушения» — категория А, которая включает в себя: подмочки груза забортной водой; повреждения судна льдом; мер, принятых для спасания груза или для тушения пожара; убытки, расходы и взносы по общей аварии; убытки в результате пропажи судна с грузом без вести; убытки, связанные с происшествием (аварией) при погрузке, укладке, выгрузке груза и заправке судна топливом [8].

Страхование ICC доступно также при транспортировке груза на автотранспорте, железнодорожном транспорте, а также при авиаперевозках.

Страхование груза в условиях морской перевозки определяется Йорк-Антверпенскими правилами (1974 г.), а также с использованием международных торговых терминов (Инкотермс 2010, 2020). Всего существует 11 видов инкотермсов, которые определяют точку передачи ответственности от продавца покупателю. К инкотермсам, предусматривающим страхование груза относятся CIF и CIP. Не смотря на совпадения в значении этих двух терминов, их принципиальное различие заключается в использовании определенного вида транспорта. Так, CIF подходит для транспортировки груза с помощью судна, а также он подходит при мультимодальных перевозках, когда кроме судна используется другое транспортное средство. В отличие от него CIP подразумевает использование любого вида транспорта, кроме судна. Но в обоих случаях страхование груза происходит за

счет продавца. Однако в мировой практике часто происходят ситуации, когда восстановление испорченного или поврежденного груза не является рентабельным. На такой случай закреплено такое понятие, как абандон — отказ страхователя от права владения имуществом (грузом) в случае полной выплаты страховой компанией страховой суммы. Это возможно только при условии покрытия страховкой одного из 5 пунктов риска: пропажа судна без вести; уничтожение груза (полная фактическая гибель); полная конструктивная гибель судна; экономическая нецелесообразность устранения повреждения судна или доставки судна в порт назначения; захват судна или груза, застрахованных от такой опасности, если захват длится более чем шесть месяцев [7].

Другим надежным видом грузоперевозок является использование железнодорожного транспорта за счет низкой себестоимости перевозок и малого количества рисков, которым может быть подвержен товар. Однако он имеет свои ограничения — это относительно высокая длительность транспортировки и необходимость перевозки товара до станции или разгрузочного пункта, без возможности выгрузки товара в пути. Малое количество рисков не говорит об их отсутствии, так при транспортировке товаров возможны кражи, мошенничество, коммерческие ошибки при приеме грузов, а также аварии. При заключении договора можно предусмотреть страхование риска гражданской ответственности. Для страхования груза в условиях железнодорожной перевозки советуют использовать страхование на условиях ICC (Institute Cargo Clauses) A, которое является наиболее полным, поскольку покрывает практически все риски, за исключением риска войны. Страхование на условиях B и C не включает покрытие такого риска, как кража — в сфере железнодорожных перевозок как раз он в большей степени и распространен.

Следующий способ перевозки, о котором пойдет речь — международные автоперевозки грузов. По скорости доставки до пункта назначения автомобили не уступают железнодорожному транспорту за счет гибкого планирования маршрута и высокой скорости транспортного средства. В процессе перевозки есть возможность полностью контролировать состояние груза. Однако грузоперевозка на автомобиле сопряжена с множеством рисков, таких как хищение, утеря груза, порча; несвоевременная доставка; угон, поломка транспортного средства, ДТП, возникновение проблем со здоровьем у перевозчика, а также различные ситуации непредвиденного характера. Как было отмечено ранее, застраховать груз на автотранспорте можно наравне с другими транспортными средства на условиях ICC. Большой популярностью пользуется страхование импортных грузов (CMR), осуществляемого в рамках Конвенции о договоре международной перевозки грузов автомобильным транспортом. По условиям CMR разграничиваются обязательства между стремя сторонами сделки: поставщиком, получателем и перевозчиком. По условиям CMR-страхования владельцу груза компенсируется сумма ущерба, которая была причинена перевозчиком грузу. Однако, если повреждения груза произошло по вине третьей стороны (не по вине перевозчика), то полисом этот ущерб покрываться не будет. К особенностям CMR страхования можно отнести: необходимость доказательства вины перевозчика для получения выплаты; учет лимита

стоимости груза, который при возникновении страхового случая не будет подлежать страхованию [10]. Лимит рассчитывается по формуле[1]:

$$\text{Limit} = \text{вес груза} \times SDR \times \text{стоимость одной единицы } SDR.$$

Итоговая сумма равна пределу ответственности перевозчика при страховом случае. Иногда CMR можно встретить пометку «Особо ценный груз» и обозначение его стоимости — в этом случае при возникновении страхового случая возмещению подлежит полная указанная стоимость груза [10]. Стоимость страхования напрямую определяется типом выбранной грузоперевозки и страховки, стоимостью и типом груза, габаритами и видом упаковки, расстоянием, особенностями хранения разгрузкой и погрузкой.

Страхование груза является одним из надежных способов регулирования риска при осуществлении международных грузоперевозок. Особенности его осуществления определяются множеством факторов, том числе и выбором транспортного средства. После анализа рисков, присущих каждому виду логистических перевозок, были выявлены их специфические особенности, а также рассмотрены возможности страхования в рамках каждого вида транспортировки. Полученный результат дает представление о возможностях страхования в различных условиях перевозки. Несмотря на то, что в настоящий момент на рынке страхования существует множество компаний, которые готовы проконсультировать и предоставить полную информацию по страхованию, знание и базовые представления предпринимателя о возможностях страхования, станут большим преимуществом при выборе условий страхования.

Список использованной литературы

1. Барковский К.О. Страхование грузов: системный подход против стереотипов / К.О. Барковский // Транспорт Российской Федерации. — 2011. — № 1. — С. 39–40.

2. Клишина Ю.Э. Страхование грузов как отдельный вид имущественного страхования / Ю.Э. Клишина, Е.И. Логвиненко // Современная наука: вопросы теории и практики. — Душанбе : Гос. ун-т Душанбе, 2018. — С. 57–60.

3. Гришина А.Ю. Минимизация логистических рисков в транспортировке путем страхования грузов / А.Ю. Гришина // Риск-менеджмент в экономике устойчивого развития. — Елабуга, 2014. — С. 58–60.

4. Сысоева Е.А. Страхование грузов в логистике / Е.А. Сысоева // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика. — Шахты : Филиал гос. ун-та Шахты, 2014. — С. 289–292.

5. Яременко Р.П. Меры по сокращению рисков. Страхование грузов / Р.П. Яременко // Международная научно-техническая конференция молодых ученых. — Белгород, 2014. — С. 857–861.

[1] SDR — специальное право заимствования. Эта величина составляет 8,33 ед. за кг.

6. О государственном контроле за осуществлением международных автомобильных перевозок и об ответственных за нарушения порядка их выполнения : федер. закон от 24.07.1998 г. № 127-ФЗ // СПС «Консультант Плюс».

7. Свинина А.Р. Страхование грузов в логистике / А.Р. Свинина, С.В. Уголков // Системный анализ и логистика. — 2020. — Вып. 1. — Санкт-Петербург : ГУАП, 2020. — С. 37–42.

8. Правила морского страхования // Совкомбанк. Страхование. — URL: https://sovcomins.ru/commercial-business/products/gruzy-i-logistika/strakhovanie-gruzov.

9. Страхование импортных грузов // Международная торговля. — URL: https://www.eride.ru/blog/strahovanie-impornyh-gruzov.

Информация об авторе

Удалова Елена Ярославовна — студент, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: udel00elena@mail.ru.

Author

Elena Y. Udalova — Student, Department of World Economy and Economic Security, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: udel00elena@mail.ru.

© Удалова Е.Я., 2022

УДК 379.85

Э.А. Гардт

ВОЗМОЖНОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ РОЛЕВОЙ ИГРЫ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУЗЕЯ ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ

Обосновываются возможность и необходимость внедрения ролевой игры в деятельность музея под открытым небом. Предлагается определение понятия ролевой игры живого действия с опорой на научную литературу. Проводится анализ архитектурно-этнографического комплекса «Тальцы». Приводятся примеры успешной реализации проектов схожей направленности. Предлагается проект внедрения ролевой игры живого действия в деятельность музея под открытым небом на примере архитектурно-этнографического музея «Тальцы».

Ключевые слова: историческая реконструкция; ролевая игра живого действия; музей под открытым небом; туризм; Байкальский регион.

E.A. Gardt

THE POSSIBILITY AND NECESSITY OF INTRODUCING ROLE-PLAYING GAMES INTO THE ACTIVITIES OF THE OPEN-AIR MUSEUM

The possibility and necessity of introducing a role-playing game into the activities of an open-air museum is substantiated. The definition of the concept of live action role-playing game based on scientific literature is proposed. The analysis of the architectural and ethnographic complex «Taltsy» is carried out. Examples of successful implementation of similar projects are given. A project is proposed for introducing a role-playing game of live action into the activities of an open-air museum on the example of the architectural and ethnographic museum «Taltsy».

Keywords: historical reconstruction; live action role-playing game; open-air museum; tourism; Baikal region.

Актуальность предмета исследования в настоящее время особенно велика в связи с тем, что ввиду изменений, вызванных пандемией Covid-19, как никогда остро стоит вопрос восстановления бюджета малого предпринимательства во всей стране. Ущерб, причиненный ряду сфер экономики, в том числе в туристической отрасли, колоссален и требует немедленного принятия мер по возмещению произошедших убытков. Между тем, по данным отчета агентства по туризму Иркутской области за 2020 г., к приоритетным видам туризма и отдыха в Иркутской области можно отнести: экологический, этнографический, событийный, активный, водный и круизный, деловой туризм, гастрономический туризм. Следовательно, проведение ролевых игр живого действия в историко-этнографических музеях под открытым небом в целях популяризации этнографического туризма,

на наш взгляд, сможет значительно увеличить приток туристов в регион, а также, посещаемость музеев, где таковые игры будут проводиться, что приведет к стабилизации и дальнейшему развитию туристической отрасли в Байкальском регионе.

В отечественной литературе широко освещен феномен ролевых игр живого действия с элементами исторической реконструкции, так, например, в своей статье И.М. Верещагина и М.Е. Савинцева. подробно осветили феномен ролевой игры живого действия на исторической основе и его вклад в формирование культурно-историческое самосознания граждан России [1]. Также достаточную глубину научной разработанности имеет тема развития историко-этнографических музеев под открытым небом. В частности, мы обратились к статье руководителя музейного комплекса «Тальцы» В.В. Тихонова, в которой проводится анализ перспектив развития историко-этнографических музеев под открытым небом, в частности, музейного комплекса «Тальцы» [2].

Проблема исследования заключается в недостаточном уровне научной разработанности темы внедрения ролевых игр живого действия на территории музеев под открытым небом, несмотря на распространенность данного явления в ряде государств.

Цель — изучение возможности расширения деятельности музея, посредством внедрения ролевой игры живого действия.

Задачи научного исследования:

1. Анализ понятий «ролевая игра живого действия» и «историческая реконструкция», их сопоставление и синтез сообразно теме исследования.

2. Общая характеристика архитектурно-этнографического музея под открытым небом «Тальцы».

3. Исследование практического опыта реализаций ролевой игры живого действия.

4. Стратегия реализации внедрения ролевой игры живого действия на базе архитектурно-этнографического музейного комплекса «Тальцы».

В ходе исследования нами были применены такие методы, как анализ литературы по теме исследования, прогнозирование, синтез, обобщение, описание, сопоставление.

И.М. Верещагина и М.Е. Савинцева в своей статье излагают позицию, согласно которой ролевая игра живого действия представляет собой коллективную познавательную творческую деятельность, в которой участники взаимодействуют друг с другом и окружающим миром. В результате сам процесс игры предстает как моделирование определенной исторической ситуации с ясным и понятным финалом.

Историческую реконструкцию, как отметил в своей диссертации Н.С. Божок, «можно охарактеризовать как специфическое игровое экспрессивное движение альтернативного типа, направленное на воссоздание боевых практик и событий прошлого, обрядов и ритуалов» [3].

И.М. Савельева и А.В. Полетаев своей книге «История и время. В поисках утраченного» говорят о реконструкции как методе научного познания, полагая, что существуют всего два чистых типа исторического исследования — интерпретация прошлого и реконструкция прошлого [4].

В рамках настоящего исследования мы предлагаем проведение ролевой игры живого действия на основе исторической реконструкции традиционной культуры, быта, военного дела, ритуалов, праздников и иных традиций коренных народов Прибайкалья, предметы материальной культуры которых представлены в экспозиции музейного комплекса «Тальцы», что позволит как увеличить приток туристов и финансов в туристическую отрасль Прибайкалья, так и повысить уровень культурно-исторического развития гостей региона и местных жителей.

Иркутское областное Государственное автономное учреждение культуры Архитектурно-этнографический музей «Тальцы» — уникальное собрание памятников истории, архитектуры и этнографии XVII–XX вв. созданное в 1969 г. Представлено в лице директора Тихонова Владимира Викторовича. Музейный комплекс представлен площадью 67 гектаров и расположен на правом берегу Ангары на 47-м километре Байкальского тракта по дороге от Иркутска к Байкалу. Специализируется на сохранении памятников народной архитектуры, ведении музейно-экспозиционной деятельности туристического центра.

Структура музея представляет собой четыре историко-культурные зоны: русская, бурятская, эвенкийская и тофаларская. Буряты, эвенки и тофы — коренные народности Прибайкалья. Об их быте, особенностях жизни и верованиях рассказывают эвенкийские и тофаларские стойбища, комплекс эвенкийских захоронений и бурятский улус-летник.

Русская Ангаро-Илимская экспозиционная зона, в которой собраны памятники деревянного зодчества Прибайкалья XVII — начала XX в., преимущественно вывезенные с территории Братского и Усть-Илимского районов Иркутской области, представлена несколькими группами.

Экспозиционный комплекс «Волостное село», воссоздающий административный центр конца XIX — начала XX в., включает в себя комплекс «Волостное правление», церковно-приходскую школу, усадьбу псаломщика, усадьбу городового казака. Главной его достопримечательностью являются уникальные памятники истории и архитектуры оборонного и культового зодчества: Спасская проезжая башня (1667 г.) и Казанская церковь (1679 г.) Илимского острога.

ИОГАУК АЭМ «Тальцы» расположен по адресу: Иркутская область, Иркутский район, п. Тальцы; тел. Приемной 24-31-46.

У музейного комплекса существует сайт (http://www.talci-irkutsk.ru) на котором собрана информация о самом предприятии, предоставляемых услугах и их стоимости, запланированных мероприятиях. Дизайн сайта выполнен в минималистичном стиле, что, в свою очередь, позволяет быстро найти нужную информацию, не переходя по нескольким ссылкам.

В отличие от сайтов иных музеев области, он предоставляет некоторые административные документы к ознакомлению для широкого круга лиц, в число которых входят и непосредственные клиенты музея. Среди таких документов можно выделить: отчеты, планы работы музея, планы финансово-хозяйственной деятельности и т.д.

На данный момент музей «Тальцы» является наиболее полноценно функционирующим, хотя и находящимся в состоянии развития музеем такого типа в Иркутской области.

В нашей стране сегодня существует достаточно много военно-исторических клубов, занимающихся реконструкцией, а также музеев, где знакомство с историей родных земель имеет и коммерческую составляющую: включенное в социальный контекст, реконструкторское движение выполняет важную функцию по сохранению культурной памяти, а также, что еще более актуально для современного информационного общества, в ситуации когда виртуальность становится актуальнее реальной жизни, функцию визуализации и кинестетизации исторического прошлого . Опыт многих российских музеев, в частности, Выборгской Крепости, Военно-исторического музея артиллерии, инженерных войск и войск связи показал, что посетители с восторгом переодеваются в костюмы ушедших эпох, примеряют доспехи, фотографируются на троне и с кубками в руках, поэтому практически каждый музей организует фото- и игровую зону, где можно на время стать рыцарем, прекрасной дамой, воином или обывателем той эпохи, которой посвящен музей [5].

Говоря об этом, нельзя не привести в пример такие практические реализации аналогичных мероприятий на базе музеев, как Скансен в Юргордене и Сваргас в Выборге. В обоих случаях реализуются похожие игры, транслирующие определенный временной период из истории народа. В процессе игр игрокам предлагается специальная одежда и атрибутика, присущая конкретному времени. Все внутренние мероприятия от игр, до танцев и песен, заимствуются из фольклора и полностью погружают в атмосферу минувших эпох.

Мы полагаем, что путем совмещения элементов реконструкции на базе архитектурно-этнографического музея под открытым небом, которые, как было сказано выше, пользуются высоким спросом, с ролевой игрой живого действия, наполненной квестами и состязательным духом, большое количество желающих принять участие в таковом мероприятии и высокая прибыль благодаря его коммерческому проведению будут гарантированы при условии правильно спланированной PR-акции и грамотной стратегии реализации данного проекта. Мы предлагаем следующую стратегию внедрения ролевой игры живого действия в деятельность архитектурно-этнографического музея под открытым небом «Тальцы». Для внедрение ролевой игры живого действия планируется пригласить аниматоров, историков, ремесленников, людей, занимающихся исторической реконструкцией и готовых внести вклад в развитие предполагаемого движения.

В отличие от аналогов, представленных в виде туристических зон с мастер-классами, экскурсиями и актерами, сувенирными лавками и пр., данная территория будет некоего рода окном в прошлое. И станет домом для каждого, кто захочет в полной мере ощутить на себе быт и устои минувшей эпохи.

Возможно привлечение ремесленных мастеров региона, например, Горбунова Николая Владимировича, известного в области изготовителя берестяных изделий. Можно пригласить мастеров Иркутской региональной общественной организации «союз мастеров народного искусства «Оникс», а также мастеров области по кузнечному ремеслу из кузницы «Сварожичь» из близлежащего поселка Листвянка, специалистов по гончарному и прочему ремеслу, согласно исторической достоверности используемых ремесел.

Приглашенные ремесленники могут взять в подмастерья желающих работать в данной сфере людей, обучить их. Таким образом, ремесла обретут новых последователей, возрождающих ремесла предков.

Ролевую игру под открытым небом можно проводить сезонно, например по неделе на каждый сезон времени или же дважды в год в период наибольшего потребительского спроса — летом и зимой. Продолжительность данного мероприятия — от одного дня до недели. Планируется открыть прием заявок задолго до непосредственного мероприятия, не менее чем за два-три месяца. Это поможет определить примерное количество гостей, а следовательно, и необходимых материалов для мастер-классов, одежды, продуктов и т.д. Для реализации данного мероприятия планируется использовать как уже готовый сектор Ангаро-Илимского острога, так и возможное строительство специальной площадки, в перспективе обращенной на учащение и увеличение по времени пребывания данного вида деятельности.

Так как в руководстве музея стоит господин В.В. Тихонов, выдающийся историк, ратующий за продвижение и насыщение территории, возможно наполнить программу мероприятия разнообразными историческими мелочами, что отражали бы дух времени как в материально-бытовом, так и в фольклорном, духовном плане. Возможно использование и привлечение внимания к народному творчеству: старинным песням, обрядам, обычаям и т.д. Помимо запланированных заранее сезонных встреч с гостями возможно проведение закрытых мероприятий, например свадеб, не просто на территории музея, но и по всем канонам, присущим временной направленности «Тальцов», а именно три дня, с гуляниями, широтой и размахом, традициями.

Обратимся к непосредственным вопросам по организации ролевой игры живого действия. Планируются следующие этапы внедрения ролевой игры живого действия в деятельность архитектурно-этнографического музея под открытым небом «Тальцы»:

1. Проведение анализа эффективности планируемого мероприятия.
2. Определение смысловой и временной направленности, исходя из представленных в музее «Тальцы» экспозиций.
3. Определение территории, отведенной для проведения игры.
4. Определение сезонности.
5. Обеспечение условий для проведения мероприятия.
6. Разработка концепции разыгрываемой ситуации, построение линейной сюжетной модели.
7. Выбор типа и формата игры.
8. Детальная разработка сценария при помощи приглашенных историков и сценаристов, выявление недостатков, устранение их на этапе моделирования.
9. Распределение работ, определение количества необходимого персонала.
10. Генеральная репетиция ролевой игры живого действия организаторами.
11. Проведение PR-компании.
12. Непосредственное проведение ролевой игры живого действия.

В условиях пандемии Covid-19, до тех пор пока опасность заражения участников массовых мероприятий не исчезнет, игроки и организаторы будут обязаны предъявить QR-код либо справку о сдаче ПЦР теста на наличие антител. В свою очередь, музей обязуется предоставить туристам антибактериальные

средства и обеспечить проведение игры таким образом, чтоб минимизировать риски заражения участников.

Выводы: на основании всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что музей «Тальцы» располагает необходимыми ресурсами и территорией для внедрения ролевой игры живого действия, с целью расширения деятельности комплекса.

Поставленные задачи научной работы были выполнены в полном объеме, а именно: проведен анализ понятий «ролевая игра живого действия» и «историческая реконструкция», их сопоставление и синтез сообразно теме исследования, также представлена характеристика архитектурно-этнографического музея под открытым небом «Тальцы». Кроме того, было проведено исследование практического опыта реализаций ролевой игры живого действия и представлена стратегия реализации внедрения ролевой игры живого действия на базе архитектурно-этнографического музейного комплекса «Тальцы».

Исходя из проведенных исследований, можно сделать вывод о том, что внедрение ролевой игры живого действия в деятельность музея под открытым небом «Тальцы» является перспективной инновацией, внедрение которой обеспечит стабильный рост туристического потока в регион, что, в свою очередь, будет способствовать нормализации и дальнейшему развитию экономики туристической отрасли Прибайкалья.

Список использованной литературы

1. Верещагина И.М. Феномен исторической реконструкции в приобретении новых знаний о прошлом общества / И.М. Верещагина, М.Е. Савинцева // Вестник Томского государственного университета. История. — 2019. — № 59.

2. Тихонов В.В. К вопросу актуальности дальнейшего развития скансенологического направления в музеологии / В.В. Тихонов // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. — 2016. — № 3 (23).

3. Божок Н.С. Движение исторической реконструкции как феномен молодежной культуры : дис. … канд. социол. наук / Н.С. Божок. — Саратов, 2013. — 156 с.

4. Савельева И.М. История и время. В поисках утраченного / И.М. Савельева, А.В. Полетаев. — Москва : Языки русской культуры, 1997. — 800 с.

5. Никифорова А.А. Интерактивные формы сохранения культурной памяти (на примере исторической реконструкции в северо-западном регионе России) / А.А. Никифорова. — DOI 10.7256/2454-0625.2021.3.33133// Культура и искусство. — 2021. — № 3. — URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33133.

Информация об авторе

Гардт Эллина Александровна — магистрант, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ellina.gardt@yandex.ru.

Author

Ellina A. Gardt — Master’s Degree Student, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ellina.gardt@yandex.ru.

© Гардт Э.А., 2022

УДК 338.48(571.53)

Д.Е. Смирнова, Е.Э. Бисикало

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА НА ТЕРРИТОРИИ ОСТРОВА ОЛЬХОН БАЙКАЛЬСКОГО РЕГИОНА

В статье рассматриваются актуальные проблемы и потенциал развития туристической отрасли в границах острова Ольхон. Оцениваются возможности и ограничения роста туристического потока в условиях пандемии. На основе анализа статистических данных и программных документов Ольхонского муниципального образования выявлены факторы, способствующие развитию туризма, в том числе: повышение интереса к зимним путешествиям, продвижение национального турпродукта на российский и зарубежные рынки, рост популярности и престижности путешествий на Байкал и сдерживающие его развитие: ограничения, введенные в связи с распространением вируса COVID-19, отсутствие инфраструктуры и уровня сервиса, высокая стоимость. Проведенный SWOT-анализ позволил выявить такие перспективные направления развития туризма и инвестиционной привлекательности отрасли, как событийный, экологический туризм и развитие федеральных сетей гостиничного и ресторанного бизнеса.

Ключевые слова: туристический потенциал; туристический поток; региональный туризм; остров Ольхон.

D.E. Smirnova, **E.E. Bisikalo**

ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT POTENTIAL OF TOURIST BUSINESS IN THE TERRITORY OF THE REPUBLIC OF BURYATIA AND OLKHON ISLAND IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC

The article discusses current problems and the potential for the development of the tourism industry within the boundaries of Olkhon Island. The possibilities and limitations of the growth of the tourist flow in the context of a pandemic are assessed. Based on the analysis of statistical data and policy documents of the Olkhon Municipal Formation, factors contributing to the development of tourism have been identified, including: an increase in interest in winter travel, the promotion of a national tourist product to Russian and foreign markets, an increase in the popularity and prestige of travel to Lake Baikal and restraining its development: limitations introduced in connection with the spread of the COVID-19 virus, lack of infrastructure and service level, high cost. The SWOT analysis made it possible to identify such promising directions for the development of tourism and the investment attractiveness of the industry as: event, ecological tourism, and the development of federal chains of hotel and restaurant business.

Keywords: tourist potential; tourist flow; regional tourism; Olkhon island.

Сдерживающим фактором развития туризма на Байкале является его сезонный характер, но становится популярным у потребителей туристических услуг не

только летний туризм, но и «зимний Байкал». На сегодняшний день осложняют ситуацию карантинные меры, введенные с 2020 г. по настоящее время. Ограничения оказали прямое влияние на развитие туризма в Байкальском регионе. С одной стороны, карантинные меры привели к кризису в туристической отрасли экономики, но с другой — создали беспрецедентные условия для развития внутреннего туризма.

По данным Росстата, туристический поток на озеро Байкал в Иркутской области в прошедшем периоде 2020 г. упал на 48 % по сравнению с тем же периодом 2019 г. Отмечается, что особенностью туристического сезона на побережье Байкала в Иркутской области в 2020 г. стало то, что в структуре турпотока стало больше индивидуальных путешественников. Визиты организованных групп осложняются тем, что в регионе еще действуют ограничения для предприятий туристической отрасли [1]. Из 622 коллективных средств размещения, которые есть в Байкальском регионе, сейчас имеют право работать только 126, поскольку могут обеспечить безопасные условия пребывания гостей. К таким условиям относятся наличие отдельно стоящих домиков, загрузка номерного фонда не более чем на 50 %, организация доставки питания в номер.

Анализ данных статистики туристского потока в Иркутской области в 2020 г. показал, что в 2020 г. в связи с распространением пандемии коронавируса и введения ограничительных мер турпоток отечественных туристов в Иркутскую область значительно снизился (рис. 1) [2].

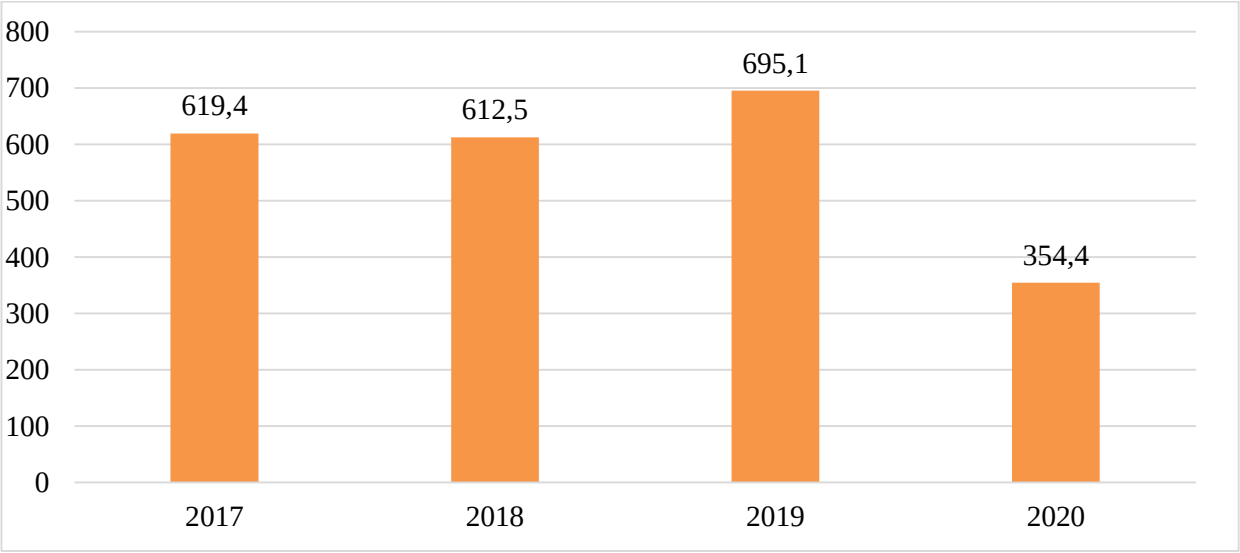


Рис. 1. Динамика турпотока в Иркутскую область, тыс. чел.

Мы видим, что по сравнению с прошлым годом, когда наблюдалась положительная динамика к увеличению туристского потока в Иркутскую область, в 2020 г. отмечается значительный спад — практически в два раза. Тем не менее в 2020 г. (с официального старта туристического сезона) Иркутскую область посетило 354,4 тыс. чел. [2].

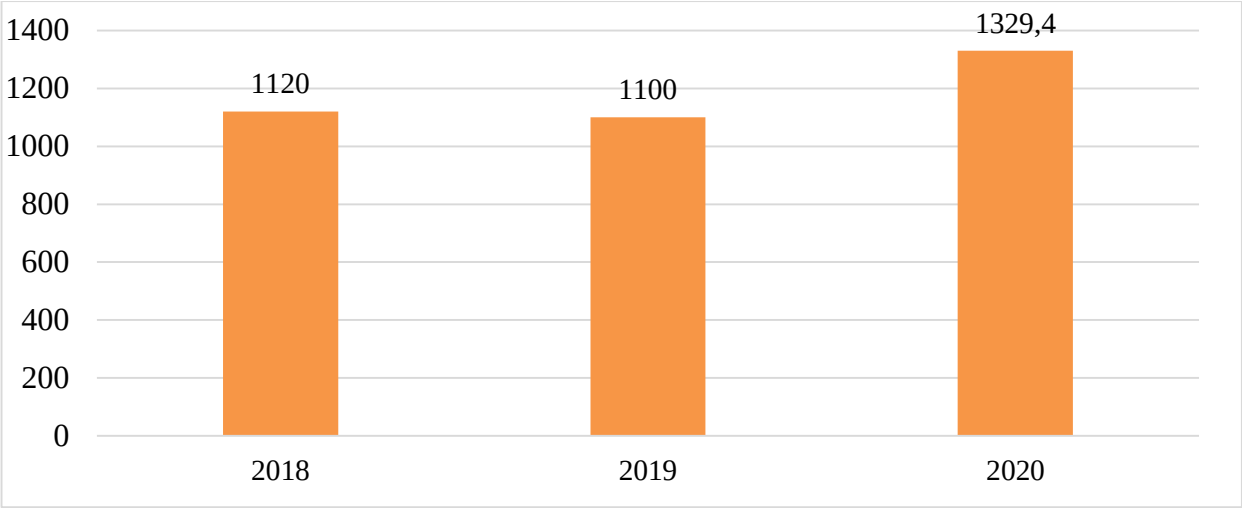


Рис. 2. Объем оказанных туристских услуг в Иркутской области, тыс. единиц

Исходя из данных рис. 2 видим, что объем оказанных туристских услуг, несмотря на уменьшение турпотока, вырос по сравнению с 2019 г. на 17,3 %, что говорит о создании благоприятного позиционирования рынка туристских услуг в России и развитии спроса населения.

Условия и факторы развития туристической отрасли изменились кардинально. Большинство аналитиков [3] связывает большие изменения в туристической отрасли с невозможностью выезда заграницу, увеличением популярности внутреннего туризма и затрудненным финансовым положением. Эксперты сходятся во мнении: изменения в туристической отрасли очевидны и носят глобальный характер.

На сегодняшний день туризм в Байкальском регионе развит преимущественно в акватории «Малого Моря», на о. Ольхон и в районе горнолыжного курорта «Гора Соболиная» (специально для развития туризма в 2005 г. была создана особая экономическая зона «Ворота Байкала»).

Согласно данным информационного издания TASS [4], памятники истории и культуры Байкальского региона имеют повышенную туристскую нагрузку даже после кризисных изменений внешней среды.

Ольхонское районное муниципальное образование, располагающееся в юго-восточной части Иркутской области, является уникальным образованием нашего региона в связи с нахождением на его территории озера Байкал.

Озеро Байкал, а точнее его западное побережье, входящее территориально в границы Ольхонского района, является частью Прибайкальского национального парка. Он включает в себя самый большой охраняемый участок байкальской береговой линии (почти четверть всей ее длины). По богатству растительного и животного мира, количеству редких видов флоры и фауны, а также археологических объектов Прибайкальский национальный парк превосходит любой другой заповедник или национальный парк Байкальского региона и имеет статус объекта всемирного наследия ЮНЕСКО. Именно через него проходит основной поток туристов как в летний, так и в зимний сезон. Таким образом, Ольховский район является привлекательным объектом для развития туризма в Иркутской

области. Важно отметить, что основным видом деятельности является туристская деятельность [5].

Факторы, способствующие развитию туризма в Ольхонском районе, включают в себя: наличие уникальных природных рекреационных зон, высокий туристский потенциал и инвестиционную привлекательность, относительную близость к международному и всероссийскому транспортному узлу (г. Иркутск) [6].

Стоит отметить, что, говоря о государственной поддержке туристской деятельности в России в 2021 г. в общем, необходимо учесть активную политику государства по преодолению кризиса данной экономической сферы в связи с распространением пандемии COVID-19. В ближайшем будущем планируется выделение средств на развитие и поддержку туризма на территории Иркутской области, их эффективное использование будет зависеть от выбора направлений развития отрасли или маркетинговой стратегии [7; 8].

Учитывая, что целеориентированная маркетинговая стратегия на территории Ольхонского района отсутствует и экономический рост (до 2020 г.) идет исключительно за счет потока постоянных туристов. Поэтому, особенно в 2022 г., становится приоритетным и актуальным пересмотр курса развития территории путем: развития инфраструктуры, привлечения новых инвесторов и федеральных сетей гостиничного и туристического бизнеса, развитие авторских туров с историческим уклоном, привлечения медийных личностей для повышения внимания потенциальных потребителей туристических услуг к территории [9].

Согласно социально-экономическому анализу Ольхонского района на 2020–2022 гг., почти вся территория района относится к центральной экологической зоне Байкальской природной территории [6]. В связи с этим хозяйственная деятельность на Байкальской природной территории имеет ограничения, связанные с выполнением статьи 6 Федерального закона от 01.05.1999 г. № 94-ФЗ «Об охране озера Байкал», запрещающей или ограничивающей виды деятельности.

Развитие потенциала территории Ольхонского районного муниципального образования контролируется в соответствии с законодательством об ограничении деятельности на территориях, прилегающих к озеру Байкал. Однако на территории района реализуется обширная муниципальная программа «Развитие экономики Ольхонского районного муниципального образования» на 2020–2024 годы, целью которой является достижение экономического роста муниципального образования через осуществление развития трудовой инфраструктуры, малого и среднего бизнеса, туризма, транспортного сообщения и дорожной инфраструктуры, сельского хозяйства [10].

В летний период загруженность средств размещения на территории района составляет практически 100 %. В процессе оказания услуг задействованы не только субъекты малого предпринимательства, но и местное население.

Проведем анализ ближайших конкурентов на территории Байкальского региона (табл. 1).

Таблица 1

Сильные стороны ближайших конкурентов территории Ольхонского районного муниципального образования

Иркутский район (п. Листвянка)	Слюдянский район (г. Байкальск)
Близость к административному центру Иркутской области	Наличие на территории района ОЭЗ «Ворота Байкала»
Наличие объектов для горнолыжного спорта	Развитие инфраструктуры для спортивного туризма (преимущественно горнолыжные виды спорта)
Наличие рыбного и сувенирного рынка	Большие инвестиционные вливания
Наличие экскурсионных программ по поселку и окрестностям	Поддержка государства (инвестиции из федерального бюджета)

Характеристики конкурентов представлены в табл. 2.

Таблица 2

Характеристики ближайших конкурентов территории Ольхонского районного муниципального образования

Конкурент	Иркутский район (п. Листвянка)	Слюдянский район (г. Байкальск)
Профиль конкурента	Рекреационный	
Товары и услуги	Туристские продукты и сувенирная продукция	
Рекреационные ресурсы	Акватория оз. Байкал	
Сегменты рынка, где происходит конкуренция	Туристический	
Наличие у них заготовленной брошюры и прайслиста	Не всегда	
Цены на аналогичную продукцию конкурентов — такие же, выше, ниже, чему у Ольхонского районного муниципального образования	Преимущественно на уровне, несмотря на разную развитость объектов инфраструктуры	

Далее проведем анализ сильных и слабых сторон района с позиции факторов внутренней среды (табл. 3).

Таблица 3

Анализ сильных и слабых сторон района с позиции факторов внутренней среды территории Ольхонского районного муниципального образования

Фактор: рекреационные ресурсы	Сильная сторона	Слабая сторона
Наличие уникальной природы	Есть	Сезонность спроса

Фактор: рекреационные ресурсы	Сильная сторона	Слабая сторона
Туристская инфраструктура	Есть возможности для развития	Слабая инфраструктура
Транспортная доступность	Относительная близость к международному и всероссийскому транспортному узлу (г. Иркутск)	Удаленность от транспортных узлов
Ценообразование	Есть спрос в высокий туристический сезон	Высокая стоимость отдыха

В результате можно выделить следующие сильные и слабые стороны (табл. 4).

Таблица 4

Сильные и слабые стороны территории
Ольхонского районного муниципального образования

Сильные стороны	Слабые стороны
Наличие уникальной природы и наличие на территории района оз. Байкал, нахождение территории в граница Прибайкальского национального парка	Сезонность спроса
Наличие уникальных пригородных рекреационных зон для развития туризма	Слабая инфраструктура и административные барьеры по ее созданию
Относительная близость к международному и всероссийскому транспортному узлу (г. Иркутск)	Удаленность от западных и восточных границ страны, от морей и судоходных рек, имеющих выход к крупным портам
Спрос в высокий туристический сезон	Высокая стоимость отдыха, неконкурентоспособность по отношению к заграничному отдыху

Далее проведем анализ возможностей и угроз внешней среды района (табл. 5).

Таблица 5

Анализ возможностей и угроз внешней среды территории
Ольхонского районного муниципального образования

Фактор	Возможность	Угроза
Экономические тенденции		
Инвестиционные потоки	Повышение инвестиционной привлекательности о. Ольхон и «Малого Моря»	Дальнейшее снижение инвестиционной привлекательности Ольхонского района
Демографические тенденции		
Уменьшение численности населения	–	Дефицит трудовых ресурсов
Технологические тенденции		

Фактор	Возможность	Угроза
Имидж территории	Формирование позитивного экологического имиджа Ольхонского района	–
Политические и законодательные тенденции		
Деятельность органов государственной и муниципальной власти	Продвижение национального турпродукта на российский и зарубежные рынки	Усиление оттока туристов в европейскую часть России и заграницу
Изменения в обществе (социально-культурные тенденции)		
Изменяя общества под влиянием факторов внешней среды	Дальнейшее повышения интереса иностранных и российских туристов к активному и экологическому видам туризма	Ужесточение карантинных мер из-за пандемии COVID-19
Сезонность спроса и мода на спортивный туризм	Повышение интереса к зимним путешествиям	–

Далее упорядочим информацию о внешней среде Ольхонского района (табл. 6 и 7).

Таблица 1.6

Матрица возможностей внешней среды территории Ольхонского районного муниципального образования

Вероятность использования возможности	Влияние		
	Сильное	Умеренное	Малое
Высокая	Рост популярности и престижности путешествий на Байкал и повышение инвестиционной привлекательности о. Ольхон и «Малого Моря»	Формирование позитивного экологического имиджа Ольхонского района	–
Средняя	Существование условий для развития событийного туризма	Повышение интереса к зимним путешествиям	–
Низкая	Продвижение национального турпродукта на российский и зарубежные рынки	–	Формирование позитивного экологического имиджа Ольхонского района

Затем рассмотрим угрозы внешней среды (табл. 7).

Таблица 7

Матрица угроз внешней среды территории
Ольхонского районного муниципального образования

Вероятность реализации угрозы	Возможные последствия			
	Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	«Легкие ушибы»
Высокая	Ужесточение карантинных мер из-за пандемии COVID-19	Дальнейшее снижение инвестиционной привлекательности Ольхонского района	Сохранение сезонности туризма в регионе	–
Средняя	–	–	–	Усиление оттока туристов в европейскую часть России и заграницу
Низкая	Снижение интереса туристов к России, Сибири, Байкалу	–	–	–

Так, на основании анализа внутренней среды, на пересечении возможностей территории и ее сильных сторон мы видим наиболее перспективные направления развития территории, такие как событийный и экологический туризм, повышение уровня сервиса услуг. Сочетание возможностей и слабых сторон иллюстрирует решение проблем территориального маркетинга за счет конкурентных преимуществ [11].

Помимо анализа ближайших конкурентов района (Иркутский район (п. Листвянка) и Слюдянский район (г. Байкальск), подробнее было описано в табл. 1) важно рассмотреть позиционирование района во внешней среде на уровне российского и мирового туризма. Анализ внешней среды территории Ольхонского районного муниципального образования предполагает проведение оценки четырех типов факторов макросреды района: социальные (С), технологические (Т), экономические (Э) и политические (П) (табл. 8).

Таблица 8

STEP-анализ Ольхонского районного муниципального образования

Социальные факторы	Технологические
1. Недостаточная развитость социальной сферы здравоохранения Ольхонского района, которая выражается в удаленности мест расположения двух поликлиник в с. Еланцы и п. Хужир, их слабой мощностью при недостаточном уровне коечного фонда стационара и укомплектованности квалифицированными медицинскими кадрами.	1. Слабые промышленные мощности местных промышленных предприятий, в следствие недостаточности средств на их модернизацию. 2. Устаревшие технологии производства как следствие недостаточности средств местного бюджета на обновление материально-технической базы местных производств.

Социальные факторы	Технологические
2. Недостаточная развитость социальной сферы образования (низкие показатели учащихся школ по результатам выпускных экзаменов, отсутствие системы среднего и высшего образования)	
Экономические	Политические
1. Высокий потенциальный уровень инвестиционной привлекательности района. Снижается в случаях реализации некоторых инвестиционных проектов из-за наличия существенных административных барьеров для реализации на территории района актуальных проектов. 2. Отток местного трудоспособного населения в городскую местность. 3. Туризм — быстро развивающийся сектор мировой экономики. Мировая индустрия туризма вышла по доходности на третье место среди крупнейших экспортных отраслей. Ольхонский район имеет большой туристский потенциал, грамотно воспользовавшись которым, и развив индустрию туризма, он может привлечь значительные финансовые ресурсы, развить сопутствующие отрасли, увеличить доходы района	1. Политическая обстановка в стране и мире: – в определенной степени снижает риски инвестирования различных сфер и отраслей экономики района; – увеличивает вероятность посещения района отечественными туристами; – обусловливает непостоянное количество иностранных туристов, которое резко сокращается в периоды политической нестабильности и кризисов. 2. Реакция политик страны формирование карантинных мер по преодолению пандемии COVID-19 может стать одновременно источником туристического притока отечественных туристов и оттока потока иностранных туристов. 3. В настоящее время Россия приходит к пониманию необходимости использования технологий бизнес менеджмента в области государственного и муниципального управления. Власти Ольхонского района не исключение. Подтверждением этой тенденции является разработка стратегического плана развития Ольхонского района

Проведем SWOT-анализ территории Ольхонского районного муниципального образования. Анализ внутренней среды территории Ольхонского районного муниципального образования, включающий в себя комбинацию из сильных, слабых сторон, возможностей, а также угроз возможно представить общей матрицей SWOT-анализа (табл. 9).

Таблица 9

SWOT-анализ Ольхонского районного муниципального образования

Сильные стороны	Возможности
1. Наличие уникальной природы и наличие на территории района оз. Байкал, нахождение территории в граница Прибайкальского национального парка. 2. Наличие уникальных пригородных рекреационных зон. 3. Наличие памятников истории и культуры. 4. Высокий туристский потенциал.	1. Дальнейшее повышения интереса иностранных и российских туристов к активному и экологическому видам туризма. 2. Повышение интереса к зимним путешествиям. 3. Продвижение национального турпродукта на российский и зарубежные рынки.

Сильные стороны	Возможности
5. Относительная близость к международному и всероссийскому транспортному узлу (г. Иркутск)	4. Формирование позитивного экологического имиджа Ольхонского района. 5. Рост популярности и престижности путешествий на Байкал. 6. Повышение инвестиционной привлекательности о. Ольхон и «Малого Моря» 7. Существование условий для развития событийного туризма
Слабые стороны	Угрозы
1. Удаленность от западных и восточных границ страны, от морей и судоходных рек, имеющих выход к крупным портам. 2. Ярко выраженная сезонность спроса на туристские услуги. 3. Слабая инфраструктура и административные барьеры по ее созданию. 4. Высокая стоимость отдыха, неконкурентоспособность по отношению к заграничному отдыху. 5. Недостаточная инвестиционная привлекательность района. 6. Отток населения трудоспособного возраста. 7. Относительно высокие риски для предпринимателей	1. Снижение интереса туристов к России, Сибири, Байкалу. 2. Сохранение сезонности туризма в регионе. 3. Дальнейшее снижение инвестиционной привлекательности Ольхонского района. 4. Усиление оттока туристов в европейскую часть России и заграницу. 5. Ужесточение карантинных мер из-за пандемии COVID-19

Построение вариантов действий, основанных на пересечении полей SWOT-анализа, представлены в табл. 10.

Таблица 10

Построение вариантов действий,
основанных на пересечении полей SWOT-анализа

	Сильные стороны	Слабые стороны
Возможности	1. Повышение интереса у туристов за счет уникальной природы и наличие на территории района оз. Байкал и его нахождения в границах Прибайкальского национального парка. 2. Продвижение национального турпродукта на российский и зарубежные рынки с использованием уникальных рекреационных зон и уникальных памятников истории и культуры. 3. Реализация сильного туристского потенциала через концепцию позитивного экологического имиджа Ольхонского района.	1. Удаленность от западных и восточных границ страны, от морей и судоходных рек, имеющих выход к крупным портам возможно преодолеть интересным туристским предложением — создание событийного экологического туризма. 2. Высокая стоимость отдыха должна быть оправдана высоким уровнем сервиса. 3. Ярко выраженная сезонность спроса на туристские услуги может быть компенсирована увеличенным турпотоком в высокий туристский сезон.

	Сильные стороны	Слабые стороны
	4. На основании развития экологического направления возможно повышение инвестиционной привлекательности о. Ольхон и «Малого Моря». 5. Развитие событийного туризма всероссийского и международного уровня при налаживании условий трансфера из г. Иркутск	4. Высокие риски для предпринимателей могут быть компенсированы повышенной инвестиционной привлекательностью о. Ольхон и «Малого Моря»
Угрозы	1. Необходимо повышение интереса туристов к России, Сибири, Байкалу за счет создания сильной маркетинговой стратегии продвижения уникальных природных рекреационных зон. 2. Сохранение сезонности туризма в регионе, при повышении турпотока и увеличению количества инфраструктурных объектов для отдыха и мест размещения. 3. Увеличение качества реализации на территории района санитарных мер из-за пандемии COVID-19	1. Преодоление административных барьеров для создания улучшенной инфраструктуры с целью привлечения туристов. 2. Повышение интереса туристов к России, Сибири, Байкалу, предложение качественного туристского продукта средней ценовой категории

Рассматривая факторы внешней среды, мы пришли к выводу, что территория Ольхонского района хоть и имеет уникальные природные ресурсы, но значительно уступает по многим характеристикам внешней среды (короткий туристский сезон, климатические условия, слабая развитость инфраструктуры, административные барьеры, удаленное расположение и сложная транспортная доступность) [11].

Рассматривая условия для развития внутреннего туризма, необходимо провести анализ деятельности основных субъектов конкурентной среды вне территории района. Их деятельность наиболее показательна в 2020 г., так как именно закрытие границ и сложная эпидемиологическая обстановка обусловливают актуальность развития направлений внутреннего туризма. От того, как отечественные курорты «переживут» сложные в туристской отрасли времена, зависит их будущее благополучие.

Согласно данным исследования, проведенного Федеральным агентством по туризму, «93 % путешественников хотят лучше изучить Россию», оз. Байкал заняло второе место после Камчатки по актуальности развития внутреннего туризма [2]. По результатам проведенного исследования нам удалось сделать следующие основные выводы.

Очевидны и изменения в отрасли туризма Байкальского региона. В настоящем исследовании была выявлена тенденция повышения интереса к развитию внутреннего туризма в условиях глобальных экономических кризисов на фоне распространения пандемии COVID-19 в России и мире.

Было выявлено, что развитие внутреннего туризма в Байкальском регионе связано в первую очередь с проблемой формирования благоприятной социокультурной и инфраструктурной среды на территории туристских зон, а также проблемой выбора и реализации маркетинговой стратегии туризма в регионе.

Аудит маркетинга Ольхонского районного муниципального образования показал, что сильными сторонами территории являются наличие уникальных природных рекреационных зон, памятников истории и культуры, возможность формирования позитивного экологического имиджа, инвестиционная привлекательность и условия для развития событийного туризма. Среди слабых сторон можно выделить удаленность от западных и восточных границ страны, от морей и судоходных рек, имеющих выход к крупным портам, выраженную сезонность спроса на туристские услуги, слабую инфраструктуру и административные барьеры по ее созданию, высокую стоимость отдыха, неконкурентоспособность по отношению к заграничному отдыху, повышенные риски для предпринимателей и слабую маркетинговую стратегию.

Развитие внутреннего и въездного туризма в России рассматривается как одна из антикризисных мер Правительства РФ. Для создания конкурентоспособного отечественного турпродукта необходима его модернизация: формирование новых предложений, а также применение инновационных методов управления и активное использование современных информационных технологий, которые позволят снизить стоимость услуг и повысить их качество.

С целью формирования современного высокоэффективного туристического комплекса Иркутской области необходимо привести в соответствие качество предлагаемых услуг с их стоимостью, а также сформировать благоприятный имидж региона, подчеркивающий его природную и историко-культурную уникальность. Регион позиционирует себя как развивающийся, применяются новые стратегии и методы развития бизнеса, а также создания имиджа. Помимо всего этого регион в основном позиционируется как экологически чистый, с богатым историческим наследиям [11].

Растущий интерес к объектам этнокультурного пространства и развитие культурного (культурно-этнографического) туризма позволит «открыть» для туристов новые этнографические объекты, восстановить некоторые из утраченных (воссоздать или реконструировать), сделать их доступными для посещения туристов. Так, например, общение с практикующим шаманом, который умеет соблюсти правила шаманских обрядов, помнит родовые предания и имена духов предков, становится эффектным дополнением к туристическому маршруту.

Бурятская культура — это неисчерпаемый ресурс туризма на Байкале. Концентрацией всего того, чем интересен Байкальский регион в плане ресурсов этнического туризма, являются такие праздники как Ёрдынские игры, Сурхабан, фестиваль бурятской культуры «Алтаргана». Именно на этих традиционных праздниках и фестивалях есть возможность полностью представить Бурятскую культуру, подчеркнуть ее уникальность и разнообразие [11].

Применение маркетинга территорий предполагает в первую очередь создание положительного имиджа. Среди современных маркетинговых методов часто используют:

– привлечение медийных личностей или блогеров;

– привлечение узконаправленных специалистов (отельеров, рестораторов, бренд-поваров, историков и т.д.);

– проведение масштабных и массовых мероприятий (фестивалей, выставок, семинаров);

– организация авторских туров с историческим уклоном;

– контекстная и таргетинговая реклама в Интернете;

– привлечение федеральных сетей;

– повышение инвестиционной привлекательности о. Ольхон;

– продвижение национального турпродукта на российский и зарубежные рынки;

– формирование позитивного экологического имиджа Ольхонского района;

– участие малого бизнеса в инвестиционных государственных программах;

– повышение интереса к зимним путешествиям.

С помощью вышеперечисленных инструментов можно не только популяризировать регион, но и привлечь в отрасль инвесторов.

Таким образом, переживая трудные времена, у туристской отрасли все же есть возможность для переориентации фокуса внимания россиян на направления внутреннего туризма и привлечения внимании к острову Ольхон. Формирование маркетинговой стратегии и позиционирование внедрение современных методов развития позволит продвигать территории Ольхонского района во внешней среде.

Список использованных источников

1. Иркутскстат : офиц. портал // Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Иркутской области : офиц. сайт. — URL: https://irkutskstat.gks.ru.

2. Агентство по туризму : офиц. сайт. — URL: https://irkobl.ru/sites/tour/index.php.

3. Ассоциация туроператоров : офиц. сайт. — URL: https://www.atorus.ru/news/hot-news.html.

4. В Иркутской области в новом зимнем турсезоне ждут ажиотажного спроса на отдых на Байкале // ТАСС: информ. агентство России. — URL: https://tass.ru/obschestvo/13143105.

5. Евстропьева О.В. Развитие туристской системы на Байкальской природной территории / О.В. Евстропьева // География и природные ресурсы. — 2016. — № 5. — С. 184–195. — URL: http://www.izdatgeo.ru/pdf/gipr/2016-5/184.pdf.

6. Хандажапова Л.М. Экономические, экологические и социальные проблемы развития туризма на Байкале / Л.М. Хандажапова, Н.Б. Лубсанова // Всероссийский экономический журнал ЭКО. — 2013. — № 3. — С. 132–137. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskie-ekologicheskie-i-sotsialnye-problemy-razvitiya-turizma-na-baykale/viewer.

7. Русецкая Г.Д. Экологически устойчивое и социально — экономически ответственное природопользование в системе острова Ольхон / Г.Д. Русецкая, Д.Ю. Быкова // Известия Байкальского государственного университета. — 2020. —

С. 1–7. — URL:https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheski-ustoychivoe-i-sotsialno-ekonomicheski-otvetstvennoe-prirodopolzovanie-v-sisteme-ostrova-olhon/viewer.

8. Самаруха В.И. Концепция развития туризма на Байкале / В.И. Самаруха, О.В. Чистякова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. — 2012. — № 2-2 (144) — С. 184–188. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-razvitiya-turizma-v-baykalskom-regione/viewer.

9. Шеховцова Т.Н. Местное сообщество и дефициты социальной инфраструктуры в условиях развития туристической отрасли (на примере Иркутской части ЦЭЗ БПТ) / Т.Н. Шеховцова, О.А. Игнатова // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2019. — № 1/2019 — С. 51–59. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/mestnoe-soobschestvo-i-defitsity-sotsialnoy-infrastruktury-v-usloviyah-razvitiya-turisticheskoy-otrasli-na-primere-irkutskoy-chasti/viewer.

10. Левашева М.В. Проблемы освоения рекреационного потенциала острова Ольхон в контексте реализации концепции экологического туризма / М.В. Левашева // Известия Иркутского государственного университета. Серия «Науки о Земле». — 2016. — Т. 18 — С. 56–58. — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-osvoeniya-rekreatsionnogo-potentsiala-ostrova-olhon-v-kontekste-realizatsii-kontseptsii-ekologicheskogo-turizma/viewer.

11. Винобер А.В. Остров Ольхон как международный центр научного туризма и полевых исследований / А.В. Винобер // Биосферное хозяйство: теория и практика. — 2019. — С. 14–24. — URL: http://biosphere-sib.ru/science/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%BA%20%D0%BF%D1%83%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B9/%D0%91%D0%A5_2019_7(16).pdf#page=14.

Информация об авторах

Смирнова Дарья Евгеньевна — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: Dashunya-smirnova@yandex.ru.

Бисикало Елена Эдуардовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: BisikaloEE@bgu.ru.

Authors

Darya E. Smirnova — Students, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Dashunya-smirnova@yandex.ru.

Elena E. Bisikalo — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: BisikaloEE@bgu.ru.

© Смирнова Д.Е., Бисикало Е.Э., 2022

УДК 338.2

В.В. Чичина, О.В. Чистякова

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА С ЦЕЛЬЮ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ ООО «ОТЕЛЬ «СОЛНЦЕ»)

Репутация отеля зависит от деятельности персонала. Для повышения эффективности работы компании необходима новая тактика в сфере управления, поиск источников мотивации и раскрытие особенностей мотивационного поведения персонала, создание здорового психологического климата в коллективе. В статье рассмотрены особенности мотивации персонала в отеле «Солнце», проведен анализ удовлетворенности персонала. Разработаны рекомендации по совершенствованию нематериальной и материальной мотивации.

Ключевые слова: гостиничный бизнес; стимулирование; мотивация; материальная мотивация; нематериальная мотивация; эффективность.

V.V. Chichina, O.V. Chistyakova

IMPROVING THE SYSTEM OF STAFF MOTIVATION IN ORDER TO IMPROVE BUSINESS EFFICIENCY (ON THE EXAMPLE OF LLC «HOTEL SUN»)

The reputation of the hotel depends on the activities of the staff. To increase the efficiency of the company's work, a new management tactic is needed, the search for sources of motivation and the disclosure of the features of the motivational behavior of personnel, the creation of a healthy psychological climate in the team. The article discusses the features of staff motivation in the hotel «The Sun», the analysis of staff satisfaction is carried out. Recommendations for improving intangible and material motivation have been developed.

Keywords: hotel business; stimulation; motivation; material motivation; non-material motivation; efficiency.

В индустрии гостеприимства мотивация персонала является одной из проблемных зон менеджмента. Отношение к труду непосредственно влияет на качество обслуживания, а обслуживание, в свою очередь, на экономические показатели гостиничного предприятия. Хотя качество сервиса — категория во многом субъективная, оцениваемая с точки зрения критериев качества в ощущениях обслуживаемого, однако объективно неудовлетворенность клиента обслуживанием в ресторане или гостинице обусловлена уровнем обслуживанием.

Исследования показывают, что от качества обслуживания зависит, посетит ли клиент заведение повторно или нет.

Изначально гостя можно завлечь рекламой, богатым интерьером или разнообразным меню. Однако, для того чтобы он захотел вернуться, персонал должен

продемонстрировать высокий профессионализм, заботу о комфорте и удовлетворении потребностей каждого гостя. Поэтому мотивация качественной работы персонала необходима не только с организационной, но и с экономической точки зрения, ввиду прямого и очевидного воздействия на восприятие потребителя.

Целью исследования является разработка рекомендаций по повышению мотивации персонала в гостиничной индустрии.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические аспекты мотивации персонала.

2. Проанализировать подходы, применяемые к мотивированию персонала в отеле «Солнце».

3. Разработать рекомендации по совершенствованию нематериальной и материальной мотивации персонала в отеле «Солнце».

При проведении исследования использованы методы анализа и синтеза, метод сбора и обобщения информации, метод опроса. Изучены труды отечественных и зарубежных ученых, касающиеся мотивации персонала.

В основе концепции мотивации лежит движущая сила, подталкивающая человека достичь какой-либо цели, чтобы удовлетворить ту или иную потребность. У каждого индивида собственные меняющиеся запросы и порой даже противоречивые потребности и ожидания от работы, реализуемые различными способами.

Мотивация персонала гостиницы — это комплекс эффективных и продуманных мер, позволяющих поддерживать сервис в заведении на должном высоком уровне.

Гостиничное обслуживание является взаимосвязанной цепочкой, где руководитель поощряет сотрудников, сотрудники удовлетворяют гостей, довольные гости возвращаются и приводят друзей. Для наглядности на рисунке приведена цепочка удовлетворенности, которая демонстрирует взаимосвязи руководства, сотрудников и гостей отеля.

Цепочка удовлетворенности

На основании рисунка можно сделать вывод, что в гостиничном бизнесе необходима грамотно построенная система мотивации, позволяющая заинтересовать сотрудников в предоставлении качественных услуг.

Относительно необходимости мотивации Дейл Карнеги отмечал, что «самолюбие и чувство собственной значимости могут служить отличным стимулом к работе» [1, с. 348].

Аналогичный подход использует Хорст Шульце. Знакомясь с новыми работниками, он делает акцент на самолюбии человека, на его значимости для организации. Обращаясь к новым сотрудникам, он говорит: «…Для этой компании Вы не менее важны, чем я, потому что Ваше участие решающее. Если я не появлюсь на работе до завтрашнего вечера, мое отсутствие мало кто заметит. Но если кто-то из службы уборки номеров не выйдет на работу, то кровати останутся не заправленными. Мы не сможем заселить новых гостей и это сразу же отразится на финансовой ситуации» [2, с. 117].

Е.В. Малюженко, А.А. Кабаргина и др. отмечают проблему недостатка корпоративной культуры на гостиничных предприятиях [3]. Для эффективности гостиничной индустрии немаловажную роль играет и развитие персонала. В отелях международных брендов обучение молодых специалистов начинается при приеме на работу. У них формируют навыки сервисного поведения, закладывающиеся на основе философии гостеприимства и культурах бренда. По мнению И.А. Пирогова, данная модель направлена не только на отработку технических навыках, а также на развитие личностных качеств [4, с. 74].

Н. Маркова отмечает необходимость социализации, «сотрудникам сейчас нужны личные встречи и совместные мероприятия. Сходить куда-то вместе, устроить локальный праздник и поздравить друг друга с пройденными испытаниями — отличная мотивация для начала новой страницы в жизни компании» [5, с. 52].

Остановимся подробнее на системе мотивации персонала в отеле «Солнце». Отель был введен в эксплуатацию в 1999 г. Штат сотрудников в целом составляет 39 человек. Основные виды деятельности — это оказания услуг по временному проживанию и организации питания. Также отель Солнце предлагает проведение различных мероприятий, форумов, выставок, конференций, банкетные услуги. Помимо этого, в отеле есть собственная кондитерская, которая славится изделиями по авторским рецептам. Также в отеле имеется оздоровительный центр, который представляет собой три зала, сауны с бассейном и горками, спа-салон «Аюрведы», предлагающий различные виды индийского массажа и занятия йогой.

Руководством отеля «Солнце» ставятся задачи увеличения выработки персонала, роста производительности труда и повышения эффективности использования персонала.

Для оценки уровня мотивации персонала в отеле «Солнце» нами был проведен опрос персонала на предмет доминирующей мотивации в работе. Опрашивались администраторы службы приема и размещения, которые работают напрямую с гостями и оказывают большее влияние на их удовлетворенность.

Анализируя ответы работников службы приема и размещения, можно сделать вывод, что основополагающим фактором является внутренняя, социальная

мотивация, что подразумевает собой личностный и профессиональный рост в компании. Также сотрудники отметили, что важен благоприятный климат в коллективе, отношение руководства и общение. Важной стороной также является и материальная мотивация.

Нужно отметить, что в отеле «Солнце» используется система материальной мотивации, администраторам выплачивается процент от продажи сувенирной продукции и премии за загрузку отеля от 50 %.

По нашему мнению, в настоящее время система мотивации у обслуживающего персонала в отеле «Солнце» развита очень слабо: у горничных нет вообще никаких поощрений, кроме заработной платы, у администраторов работает только система поощрения продажи сувенирной продукции и премия от загрузки. Из нематериальной мотивации сотрудников можно отметить такие мероприятия как новогодний корпоративный вечер за счет компании, новогодние подарки для детей сотрудников, социальный пакет в соответствии с ТК РФ.

Поэтому в отеле «Солнце» необходима совершенствование системы и материальной и нематериальной мотивации.

С позиции совершенствования нематериальной мотивации считаем целесообразным предложить:

1. Уважительное отношение руководства к своим подчиненным, грамотное распределение обязанностей.

2. Внедрение тактики похвалы, подчеркивания значимости труда, признание достигнутых результатов, ориентация на успех, удовлетворенность трудом, уважение коллег и руководства.

3. Моральное вознаграждение путем вынесения на доску почета, или проведение конкурсов «Лучший сотрудник года», «Работник месяца», с поощрением в виде грамот, приятных подарков, например, торт из кондитерской при отеле.

4. Обучение, повышение квалификации — курсы, семинары, тренинги, способствующие развития сотрудников в профессиональной сфере, поддержание требуемого профессионального уровня персонала.

5. Участие в принятии решения, возможность карьерного роста — удовлетворение амбиций, желании привнести в работу организации свои идеи, применение своих знаний и умений, поднятие авторитета в лице руководства и коллег.

6. Развитие корпоративной культуры для улучшения социально-психологического климата, сплоченности коллектива путем участия в корпоративных праздниках, любые виды общения вне рабочего времени.

Таким образом, нематериальная мотивация повысит уровень внутренней мотивации работников.

Однако удовлетворения только нематериальных факторов недостаточно для мотивации сотрудников. Недостаточно и заработной платы, рассчитанной по повременной системе оплаты труда. При таком подходе сотрудники просто выполняют свои обязанности, не основываясь при этом на качестве выполнения работы.

Предлагаем совершенствовать систему материальной мотивации персонала на примере администраторов службы приема и размещения отеля «Солнце». В

настоящий момент сотрудники службы получают около 24 000 р. в месяц, вне зависимости от времени года (сезонности), загрузки и даже выручки организации. То есть сотрудникам весьма безразлично, что продано, сколько, какая выручка и какая загрузка была в тот или иной период, так как их заработная плата не зависит от этих факторов. Следовательно, необходимо замотивировать сотрудников продавать больше, что, в свою очередь, будет положительно влиять на их доход и на финансовые результаты деятельности организации.

Предлагаем разделить заработную плату на постоянную и переменную части. Таким образом, заработная плата будет состоять из:

1. Постоянная часть — 50 % от текущей, т.е. 12 000 р.

2. Надбавка за выработку 40 % — около 9 600 р. — при выполнении и перевыполнении плана на 5–10 %, доплата еще 5 % при перевыполнении плана более чем на 10 %.

3. Надбавка за выслугу лет 5 % (позволит в какой-либо мере избежать текучки персонала, от двух лет — 840 р.).

4. Коллективные премии 15 % по итогам месяца при загрузке отеля свыше 60 % (примерно 3 600 р.).

5. Индивидуальные премии — за соблюдение фирменных стандартов (общение по телефону, внешний вид и т.д.), сбор именных отзывов, конкурс «сотрудник года или месяца» (2 000 р.).

6. Бонусы от продажи номеров высшей категории (за продажу номера категории 2-комнатный люкс вознаграждение в размере 500 р. (в среднем 3 000–4 000 р. в месяц)).

Таким образом размер заработной платы администраторов составит около 31 000–32 000 р. в месяц. Если администратор не будет замотивирован, заработная плата будет не больше 24 000 р. Разница довольно ощутимая, около 29–33 %, и должна воодушевить администраторов работать усерднее. Тем самым удовлетворяются и цели организации, и цели сотрудника.

Таким образом, новые подходы к системе мотивации персонала позволят состыковать интересы сотрудников и организации. Сотрудники, удовлетворяя свои потребности, повышают эффективность бизнеса.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что грамотно построенная система мотивации очень важна в гостиничном бизнесе. Важно сохранять репутацию отеля, высокий рейтинг и иметь положительные отзывы, а это в первую очередь зависит от деятельности персонала. Персонал необходимо мотивировать для эффективной деятельности. Нами предложены подходы к совершенствованию нематериальной и материальной мотивации персонала для отеля «Солнце», которые могут представлять интерес для других отелей.

Список использованной литературы

1. Карнеги Д. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей / Д. Карнеги ; пер. с англ. С.Э. Борич, Л.А. Кузьмина, Е.В. Городничева, Я.И. Цыбовский. — Москва : Попурри, 2020. — 768 с.

2. Шульце Х. Ritz-Carlton: правила бизнеса от основателя сети отелей высшего класса / Х. Шульце ; пер. с англ. А.Р. Тихомирова. – Москва : Изд-во АСТ, 2021. – 224 с.

3. Малюженко Е.В. Сигналы, причины и последствия проблем коммуникации внутри гостиничных предприятий / Е.В. Малюженко, А.А. Кабаргина, Т.А. Андреева, Н.П. Овчаренко // Сервис в России и за рубежом. — 2020. — Т. 14. — № 5 (92). — С. 131–135.

4. Пирог И.А. Эффективные инструменты привлечения персонала в гостиничном бизнесе / И.А. Пирог // Управление развитием персонала. — 2020. — № 1. — С. 76–83. — URL: https://grebennikon.ru/article-8iwn.html.

5. Маркова Н. Алена Ангельчева: мотивация персонала в эпоху перемен / Н. Маркова // Современный отель. — 2020. — № 4. — С. 52–54.

Информация об авторах

Чичина Виктория Васильевна — магистрант, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: Victoria.chichina.95@mail.ru.

Чистякова Ольга Владимировна — доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ChistyakovaOV@bgu.ru.

Authors

Victoria V. Chichina — Master's Degree Student, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Victoria.chichina.95@mail.ru.

Olga V. Chistyakova — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ChistyakovaOV@bgu.ru.

© Чичина В.В., Чистякова О.В., 2022

Секция «ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В СФЕРЕ ЭКОЛОГИИ И ПОЖАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»

УДК 005.8:502/504

Т.И. Кубасова, И.В. Куденко

УПРАВЛЕНИЕ УГЛЕРОДНЫМ СЛЕДОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ГЛОБАЛЬНЫХ РЫНКАХ

В статье рассмотрены современные тенденции на глобальных рынках, связанные с переходом экономики к низкоуглеродному вектору развития. Исследованы теоретические основы конкуренции и управления углеродным следом в условиях карбонизации на базе научных исследований российских и зарубежных авторов. Обоснована необходимость развития национальной системы углеродного регулирования как основного фактора, определяющего конкурентоспособность организаций, экспортирующих продукцию с углеродным следом. Определены перспективы и основные пути повышения конкуренции организаций-экспортеров за счет внедрения механизма управления углеродным следом в России.

Ключевые слова: конкуренция; карбонизация экономики; углеродный след продукции; экспорт; система трансграничного регулирования (CBAM/TYP); стратегия управления.

T.I. Kubasova, I.V. Kudenko

CARBON FOOTPRINT MANAGEMENT AS A FACTOR OF INCREASING THE COMPETITION OF ORGANIZATIONS IN GLOBAL MARKETS

The article examines the current trends in global markets related to the transition of the economy to a low-carbon vector of development. The theoretical foundations of competition and carbon footprint management under carbonation conditions are investigated on the basis of scientific works by Russian and foreign authors. The necessity of developing a national system of carbon regulation as the main factor determining the competitiveness of organizations exporting products with a carbon footprint is substantiated. Prospects and main ways of increasing the competition of exporting organizations through the introduction of a carbon footprint management mechanism in Russia are identified.

Keywords: competition; carbonization of the economy; carbon footprint of products; export; cross-border regulation system (TUR); management strategy.

Актуальность темы управления углеродным следом обусловлена прежде всего усилившейся в мире тенденцией «декарбонизации экономики», переходом к низкоуглеродному вектору развития. Ускорение темпов глобального потепле-

ния, принятие международным сообществом стратегии по декарбонизации экономик актуализировало вопрос управления углеродным следом на национальном уровне.

По оценке Всемирного Банка, на апрель 2021 г. в мире регулируется только 21 % эмиссий парниковых газов [1]. Важной точкой поворота в мире является 14 июля 2021 г.: Европейская комиссия утвердила механизм трансграничного углеродного регулирования (CBAM-carbon border adjustment mechanism), который должен стимулировать участников ЕС принять соответствующие меры по сокращению углеродоемкости в экспортируемой продукции.

Такое решение носит дискриминационный характер и может негативно отразиться на странах, ориентированных на поставки энергоемкой продукции в Европу. Так как экспорт в России представлен в основном сырьевыми товарами, среди которых преобладают углеводородные энергоносители: нефть, природный газ и уголь, именно они являются источником выбросов парниковых газов, а значит, CBAM напрямую коснется интересов России. В 2020 г. доля экспорта углеводородных энергоносителей составила 49,6 % российского экспорта, поэтому для российских организаций CBAM носит потенциально дискриминационный механизм и грозит для них потерей доли рынка вследствие снижения их конкурентоспособности на мировом рынке.

Решением проблемы может стать создание национальной системы углеродного регулирования — это основной фактор, определяющий конкурентоспособность организаций, экспортирующих продукцию с длинным карбоновым следом за рубеж, что не только повысит их конкурентоспособность, но и обеспечит энергетическую безопасность всей страны.

С этой целью на национальных и региональных рынках вводятся системы квотирования выбросов парниковых газов и системы углеродных налогов и сборов. Россия успешно интегрируется в этот процесс и поэтапно синхронизирует соответствующие законодательные акты в области управления углеродным следом с учетом интересов российских производителей. В октябре 2021 г. в России была принята стратегия низкоуглеводного развития, основной целью которой является достижение углеродной нейтральности не позднее 2060 г. при устойчивом росте экономики [1].

Актуальность задач декарбонизации экономики ставит перед экономической наукой вопросы разработки современных методологий расчета углеродного следа продукции с учетом отраслевого охвата и цепочек добавленной стоимости. Понятийный аппарат, связанный с управлением углеродным следом продукции, изучается научным сообществом не так давно и под влиянием новых трендов мирового развития, постоянно эволюционирует [2; 3]. Изначально возникнув для описания экологических систем в природе, «углеродный след» получил вторую жизнь при описании бизнес-моделей в условиях декарбонизации мировой экономики. Невысокая степень разработанности проблемы управления углеродным следом организаций в условиях конкуренции на глобальных рынках определяет актуальность темы данной статьи.

Целью статьи является исследование теоретических и прикладных аспектов управления углеродным следом в условиях конкуренции на глобальных рынках.

Задачами исследования выступают:

1. Обоснование необходимости управления углеродным следом в условиях «декарбонизации экономики».

2. Изучение механизма управление углеродным следом, направленного на повышение конкурентоспособности российских организаций экспортеров продукции.

В основе современного понятия конкурентоспособности лежит теория конкурентных преимуществ Майкла Портера [4], который заложил основы системного и комплексного изучения понятия конкурентоспособности, основанного на системе конкурентных преимуществ и эффективности их использования. Такой подход позволяет детализировать понятия и факторы конкурентоспособности, которые получили развитие в трудах современных исследователей [5–8]. Анализируя конкурентные преимущества предприятия и выпускаемой им продукции, ученые акцентируют внимание на различных конкурентных преимуществах (технологических, трудовых, организационных и др.). При этом влияние карбонизации на уровень конкурентоспособности организации требует дополнительного аналитического исследования.

В рамках данной статьи рассмотрим отдельные элементы механизма управление углеродным следом, направленные на повышение конкурентоспособности организаций экспортеров продукции на глобальных рынках.

1. Проблема, с которой столкнулась российская экономика — угроза снижения конкурентоспособности российских предприятий на глобальных рынках продукции с углеродным следом, вызвана мировым трендом перехода к «зеленой энергетике», «декарбонизации экономики», а также введением в ЕС (июль 2021 г.) механизма трансграничного углеродного регулирования (CBAM). В результате возникла угроза изменения условий конкуренции для всех торговых партнеров ЕС. Наиболее подвержены влиянию механизма CBAM Россия, Турция и Украина, за которыми следуют некоторые восточноевропейские партнеры (Беларусь и Албания) и североафриканские партнеры (Египет, Алжир и Марокко). Переходный период обозначен с 1 января 2023 г. — 2025 г. — действует для ограниченного круга продукции (цемент, электроэнергия, удобрения, продукция черной металлургии, алюминий и изделия из него), но планируется, что начиная с 2026 г. возможно расширение списка продукции. Дополнительные затраты в рамках CBAM могут кардинально изменить условия конкуренции в рамках ЕС и привести к снижению конкурентоспособности отечественных организаций экспортеров продукции. По оценке экспертов «дополнительные затраты по CBAM для российской промышленности могут составить от 0,7 до 1,8 млрд долл. США, а с учетом косвенных эффектов — до 2,2 млрд долл. США в зависимости от комбинации ключевых параметров CBAM: охвата отраслей, выбросов, способа определения углеродного следа продукции» [9].

2. С целью повышения конкуренции на глобальных рынках углеродоемкой продукции, Россия успешно интегрировалась в процесс декарбонизации и поэтапно приняла соответствующие законодательные акты в области управления углеродным следом с учетом интересов российских производителей. Так, в октябре 2021 г. была принята «Стратегия социально-экономического развития с низким

уровнем парниковых выбросов до 2050 года» (стратегия низкоуглеводного развития), основной целью которой является достижение углеродной нейтральности не позднее 2060 г. при устойчивом росте экономики не менее 3 % в год) [1].

3. В Стратегии рассмотрены два сценария развития: инерционный и целевой (интенсивный), которые отличаются различными подходами к адаптации (табл.). Первый сценарий опирается на уже принятые решения и не предусматривает дополнительных мер по декарбонизации российской экономики. А второй сценарий (целевой/интенсивный) рассматривает глобальный энергопереход как один из факторов обеспечения конкурентоспособности российской продукции на глобальных рынках [1].

Показатели массы выбросов и поглощений парниковых газов, млн т эквивалента углекислого газа [1]

Наименование показателя	Факт 2019 г.	План 2030 г.	План 2050 г.
Инерционный сценарий			
Выброс парниковых газов	2 119	2 253	2 521
Поглощения	–535	–535	–535
Нетто-выбросы	1 584	1 718	1 986
Целевой (интенсивный сценарий)			
Выброс парниковых газов	2 119	2 212	1 830
Поглощения	–535	–539	–1 200
Нетто-выбросы	1 584	1 673	630

Вместе с этим западные эксперты из Всемирного банка в докладе, опубликованном в декабре 2021 г., указали на четыре возможных сценария глобального перехода к «декарбонизации» для России [10]:

1. Первый сценарий предполагает для России развитие инерционного сценария в рамках Парижского соглашения и ограничивается предусмотренными базовыми национальными вкладами в сокращение парниковых эмиссий.

2. Второй сценарий предусматривает кооперативный подход, по которому для всех стран, включая Россию, вводится единая, всеобщая «цена на углерод».

3. Третий сценарий — это некооперативный сценарий, в рамках которого «цену на углерод» платят только чистые импортеры топлива (Россия входит в их число).

4. По четвертому сценарию (некооперативному) вводятся еще и дополнительные пограничные корректировки через углеродный налог на углеродоемкую продукцию из стран чистых импортеров топлива. Но реализация именно этого сценария (введение CBAM после 2022 г.) грозит для российских экспортеров потерей доли рынка вследствие снижения их конкурентоспособности на мировом рынке.

Чтобы не допустить негативный сценарий развития, необходимо активизировать разработку механизмов торговли собственными углеродными единицами на национальной платформе. В качестве положительного примера можно привести опыт Китая, который начал сотрудничать с ЕС по запуску торговли углеродными единицами на базе ETS (европейская система торговли квотами на эмиссию

парниковых газов) с 2014 г., а в 2018 г. начал осуществлять торговлю углеродными единицами на торговой платформе ECPDD и планируется в ближайшее время запуск национальной китайской платформы ETS для торговли выбросами с учетом требований ЕС [11].

В России в сжатые сроки в течение 2021 г. также были приняты меры по разработке и внедрению экономических механизмов регулирования выбросов парниковых газов, что подтверждает реализацию целевого (интенсивного) сценария развития в соответствии со «Стратегией социально-экономического развития с низким уровнем парниковых выбросов до 2050 года».

Во-первых, введено регулирование углеродным следом через системы квотирования выбросов парниковых газов и системы углеродных налогов и сборов. Определено, что «цены на квоты будут определяться законодательно — через углеродные налоги и централизованную систему торговли квотами с установлением «потолка выбросов (cap-and-trade) или определением их конкретных уровней (baseline-and-credit), призванных ограничить и сократить выбросы парниковых газов для защиты от острых и краткосрочных экологических угроз. Эти меры должны стимулировать компании либо приобретать право на выбросы, либо внедрять инициативы по их снижению» [12].

Во-вторых, в 2021 г. началось формирование национальной инфраструктуры торговли углеродным следом. В начале года в соответствии с планом мероприятий по проведению эксперимента по торговле углеродными единицами стартовал проект в Сахалинской области, целью которого является установление специального регулирования углеродным следом с учетом мирового опыта (ЕС и Китая).

В конце 2021 г. достигнуто Соглашение между ПАО ВТБ и Московской биржей о совместной работе по формированию рынка биржевой торговли углеродными единицами. Предполагается в 2022 году одновременно будет осуществлен запуск торговли сертификатами углеродными единицами на Люксембургской и Московской биржах. Все это позволит сформировать рыночные механизмы определения справедливой цены на углеродный след и позволит России повысить конкурентоспособность организаций экспортеров углеродоемкой продукции на мировом глобальном рынке [13].

Таким образом, можно сделать следующие выводы, что:

1. Конкурентоспособность продукции российских экспортоориентированных предприятий во многом определяется мировыми трендами «декарбонизации» и вызовами со стороны ЕС в связи с принятием CBAM.

2. Механизм управления углеродным следом на национальном уровне включает: систему квотирования выбросов парниковых газов; систему углеродных налогов и сборов, торгующихся на национальных биржевых площадках в соответствии с мировыми стандартами.

Список использованной литературы

1. Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации с низким уровнем выбросов парниковых газов до 2050 года : утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 октября 2021 г. № 3052-р. — URL: http://static.government.ru/media/files/ADKkCzp3fWO32e2yA0BhtIpyzWfHaiUa.pdf.

2. ГОСТ Р ИСО 14067–2021 Газы парниковые. Углеродный след продукции. Требования и руководящие указания по количественному определению : офиц. изд. — Москва : ФГБУ «РСТ», 2021. — URL: https://docs.cntd.ru/document/1200181056.

3. Показатели конкурентоспособности продукции различных сочетаний металлургических переделов с учетом их углеродного следа / В.Г. Лисенко, Д.Б. Берг, В.В. Криворотов, Ю.Н. Чесноков, А.В. Лаптева // Вестник УрФУ. Сер.: Экономика и управление. — 2015. — № 6. — С. 868–884.

4. Портер М.Э. Конкуренция / М.Э. Портер. — Москва, 2015. — 608 с.

5. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г.Л. Азоев. — Москва : Центр экономики и маркетинга, 2016. — 224 с.

6. Новикова Н.Г. Факторы, влияющие на результаты управления продажами в условиях конкуренции в сфере услуг (на примере услуг розничной торговли) / Н.Г. Новикова. — DOI 10.17150/2411–6262.2017.8(2).19 // Baikal Research Journal. — 2017. — Т. 8, № 2.

7. Цвигун И.В. Развитие методологии управления качеством и конкурентоспособностью в инвестиционной-строительной сфере / И.В. Цвигун, С.А. Астафьев // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный научный журнал). — 2011. — № 6. — С. 40–42.

8. Метелкин В.А. Обзор теоретических подходов к определению сущности конкурентоспособности / В.А. Метелкин // Теория и практика коммерческой деятельности : материалы 20-й Междунар. науч.-практ. конф., Красноярск, 12–14 мая 2020 г. / отв. за вып. О.В. Рубан. — Красноярск : СФУ, 2021. — С. 391.

9. Трансграничное углеродное регулирование в ЕС: как не допустить дискриминации российских экспортеров : аналит. докл. // Ipem.ru : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: http://www.ipem.ru/files/20210531_ipem_doklad_polnyy_tekst.pdf.

10. Всемирный банк разработал 4 сценария потерь России от «зеленого» перехода // Rbc.ru : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://www.rbc.ru/economics/01/12/2021/61a6502d9a79471618b9b6c3.

11. Рахимов З.Ю. Обоснование создания биржевой инфраструктуры для торговли углеродными единицами в РФ / З.А. Рахимов // Модернизация российского общества и образования: новые экономические ориентиры, стратегии управления, вопросы правоприменения и подготовки кадров : материалы 22-й нац. науч. конф. (с междунар. участием), 17 апр. 2021 г., Таганрог / Таганрог. ин-т упр. и экономики. — Таганрог : Изд-во ЧОУ ВО ТИУиЭ, 2021. — 780 с. — ISBN 978-5-9201-0155-6. — Текст: электронный. — URL: https://www.tmei.ru/nauchnye-meropriyatiya/nauchnye-konferentsii.

12. Всемирный банк порекомендовал России ввести налог на углерод // Tass.ru : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://tass.ru/ekonomika/13080617.

13. ВТБ и «Мосбиржа» в 2022 году начнут торговлю углеродными единицами // Interfax. ru : офиц. сайт. — Москва, 2021. — URL: https://www.interfax.ru/business/805931.

Информация об авторах

Кубасова Татьяна Иннокентьевна — доктор экономических наук, профессор, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: Lenina424@yandex.ru.

Куденко Иван Вячеславович — аспирант, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ym14@yandex.ru.

Authors

Tatyana I. Kubasova — D.Sc. in Economics, Professor, Department of of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Lenina424@yandex.ru.

Ivan V. Kudenko — Post-Graduate Student, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ym14@yandex.ru.

© Кубасова Т.И., Куденко И.В., 2022

УДК 332.1

М.Б. Рябинин, Н.М. Гиделия, И.Б. Королёва

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ И ИНСТРУМЕНТЫ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ В МИРОВОЙ И РОССИЙСКОЙ ПРАКТИКЕ

Большинство государств приняло концепцию устойчивого развития с целью решения глобальных проблем. Развитие общества и различные барьеры значительно повлияли на реализацию данной концепции. В статье рассматриваются суть концепции, ее составляющие, текущие результаты реализации концепции устойчивого развития, а также причины и ограничения, препятствующие выполнению целей устойчивого развития на мировом уровне и в России.

Ключевые слова: концепция устойчивого развития; выполнение целей устойчивого развития; проблемы концепции устойчивого развития; рекомендации по преодолению проблем.

M.B. Ryabinin, N.M. Gidelia, I.B. Koroleva

PROBLEMS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND TOOLS TO OVERCOME THEM IN WORLD AND RUSSIAN PRACTICE

Most states have adopted the concept of sustainable development in order to solve a global problems. The development of society and various problems significantly influenced the implementation of this concept. The article discusses the main essence of the concept, its components, the current results of the concept of sustainable development, its implementation, as well as its problems, the reasons for the non-fulfillment of some points at the global level, as well as on the scale of our country.

Keywords: the concept of sustainable development; the implementation of sustainable development goals; the problems of the concept of sustainable development; recommendations for overcoming problems.

На сегодняшний день устойчивому развитию посвящено немало публикаций, что подтверждает актуальность данного направления исследования. Свой вклад в рассмотрение этого вопроса внесли работы таких авторов, как В.В. Трофимова, А. Калинин, Б.Е. Большаков и др. [1–7]. Большинство исследователей относятся скептически к указанной концепции. Многие труды сводятся к изучению устойчивого развития без детального исследования проблем, препятствующих успешной ее реализации. Так, А.Н. Пасенов [2] в своей работе отмечает, что несмотря на то, что концепция устойчивого развития была принята в далеком 1992 г., из-за ряда причин цели устойчивого развития до сих пор не были достигнуты. Большое количество проблем, препятствующих реализации концепции устойчивого развития, подтверждает актуальность изучения это темы. Данное исследование предполагает систематизацию проблем и трудностей, связанных с реализацией концепции устойчивого развития как на мировом уровне, так и в масштабах нашей страны, а также меры по их решению.

Целью исследования является рассмотрение концепции устойчивого развития, выявление проблем и трудностей, возникающих в процессе реализации данной концепции как в России, так и на мировом уровне и изучение способов их преодоления. Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи: рассмотреть суть концепции и её составляющие, текущие результаты реализации концепции устойчивого развития, причины и ограничения, препятствующие реализации целей устойчивого развития на мировом уровне и в России, а также инструменты их преодоления.

Исследование проводилось с использованием общенаучных методов статистического, сравнительного и структурного анализа нормативно-правовой базы, статистических и практически данных, их синтеза и систематизации, а также методов абстрактно-логического исследования.

Концепция устойчивого развития объединяет в себе три составляющих: экономическую, социальную и экологическую, при этом все три элемента должны рассматриваться сбалансированно, обеспечивая единство.

Экономический аспект основан на теории максимального совокупного дохода Хикса-Линдаля, идея которой подразумевает применение экологичных, природосберегающих и ресурсосберегающих технологий для создания экологически приемлемой продукции [3].

Социальный аспект устойчивого развития направлен на человека и обеспечивает сохранение социально-культурной стабильности и сокращение числа разрушительных конфликтов между людьми. Ключевым моментом является справедливое распределение ресурсов, так как без него невозможно устойчивое развитие.

С экологической точки зрения, устойчивое развитие должно обеспечивать сохранность ресурсов, их целостность и самовосстановление.

На сегодняшний день в рамках ООН определены 17 целей устойчивого развития (ЦУР): начиная от ликвидации нищеты и заканчивая равным доступом к системе правосудия. Намеченные цели 193 государства обязались достичь к 2030 г. Однако уже сейчас можно говорить о серьезном невыполнении намеченного, поскольку действующие меры недостаточно эффективны. За более чем 20 лет не было выработано единой модели экономики, системы экологического восстановления и социальной политики. Глобальные проблемы лишь усугубились. Самые крупные из них — это проблемы демографии, бедности и экологии.

Долгое время реализация целей устойчивого развития почти не сдвигалась с мертвой точки, так как изначально участниками концепции выступали некоммерческие организации и международные институты, а также небольшая часть бизнеса в лице крупнейших корпорации. Ситуация изменилась лишь в 2012 г., когда на форуме Рио+20 в рамках конференции ООН участники приняли на себя несколько сотен обязательств, в результате круг лиц, вовлеченных в устойчивое развитие, стал расширяться за счет крупного, малого, а также среднего бизнеса. Это впоследствии позволило увеличить финансирование, а также привело к большому разнообразию моделей устойчивого развития.

Первый российский обзор достижений Целей устойчивого развития был представлен в июне 2020 г. на форуме ООН министром экономического развития

Максимом Решетниковым. Отчет включал в себя все возможные действия властей страны по достижению хотя бы одной из 17 целей. Данный отчет показал, что деятельность имеет ряд недостатков, как на международном уровне, так и в рамках нашей страны.

Еще до выступления М. Решетникова в ООН, содержание отчета о реализации ЦУР в России, представленного Счетной палатой, подтвердило опасение авторитетного научного журнала Nature: лишь 8 из 17 целей соотнесены с национальными целями, утвержденными в указе президента в 2018 г. На основе содержания данного отчёта Счетная палата пришла к выводу, что в России отсутствует национальный план достижения ЦУР и никто не занимался его разработкой. А успехи в 8 целях были достигнуты в результате действовавших до 2015 г. принятых внутрироссийских программ или проектов. Не удалось обнаружить, что-то принятое именно для реализации ЦУР и внедрения данной концепции. Концепция не послужила толчком для разработки новых программ. Российская социально-экономическая политика достаточно условно была соотнесена с этими целями.

Еще до начала пандемии коронавируса журнал Nature усомнился в реалистичности достижений ЦУР к 2030 г. По мнению группы Верхнего уровня, при Генеральном секретаре ООН при реализации концепции устойчивого развития страны сталкиваются с рядом проблем. Основной проблемой является то, что устойчивое развитие — это общепринятая, но не обязательная концепция. Существует множество и других проблем в ее реализации, основными из которых являются следующие [4]:

1. Нехватка финансирования: каждый год из планируемых 7 трлн долл. не хватает более 2,5 трлн на реализацию планов. К наиболее затратным частям относятся следующие: доступ к качественному образованию и питанию населения, улучшение качества жизни во многих странах. Пандемия и последствия, вызванные ею, наиболее сильно тормозят планы, а зачастую и снижают уже достигнутые результаты.

2. Мировой финансовый рынок также значительно влияет на достижение результатов ЦУР. На мировых рынках размещено более 25 трлн долл., но совершенно нет доказательств того, что эти деньги работают на достижение целей устойчивого развития. Данным вопросом занималась группа экспертов Всемирного совета предпринимателей за устойчивое развитие (WBCSD), данные изучения которой опубликованы в книге «Финансирование перемен», вышедшей в соединенных штатах в 1996 г. В результате исследования эксперты показали, что общество вынуждено принимать решения, основанные на очень малом количестве информации, и зачастую данной информации не хватает для объективных решений. Это обусловлено отсутствием надлежащей технологии по измерении результатов целей устойчивого развития.

3. Неподготовленное сознание людей. Так, ценностные приоритеты многих людей не соответствуют концепции устойчивого развития. Природа рассматривается не как то, от чего мы очень сильно зависим, а как средство достижения личных экономических целей, при этом человек даже не задумывается о плачевных последствиях, которые он может нанести природе и окружающему миру.

4. Технологическое несовершенство как самой концепции, так и понятия «устойчивое развитие». Словосочетание «устойчивое развитие» включает в себя по сути два несовместимых понятия «устойчивость» и «развитие». Несовместимость заключается в том, что сама по себе устойчивость, противоречит развитию, так как развитие подразумевает изменения. Также представления об устойчивом развитии могут отличаться у разных стран, а именно, страны могут уделять разное внимание различным аспектам устойчивого развития, делая больший акцент на экономическую, социальную и экологическую составляющую, либо вовсе не уделять внимания одной из них, забывая о единстве составляющих концепции. Все это приводит к проблемам при выборе траектории развития и несогласованности. Отсутствие достаточного научного осмысления понятия «устойчивое развитие» — главная причина стратегических ошибок.

5. Близорукость политики. Проблема заключается в том, что политики нацеливают свои решения не на долгосрочную, а на краткосрочную перспективу. Так, автор книги «Пределы роста» Деннис Медоуз и его коллеги в своей первой книге выразили следующее мнение по поводу реализации концепции устойчивого развития: «Чем дальше, тем болезненнее будут идти эти изменения, и тем меньше шансов будет оставаться на конечный успех». А в 2006 г. вышла третья книга Д. Медоуза и его соавторов — «Пределы роста: 30 лет спустя», где они пишу, что в 1972 г. отводилось 50 лет на смену курса, теперь же времени остается все меньше, необходимо предпринимать незамедлительные действия, нет времени на раскачку, а политики в свою очередь, как говориться в книге: Все еще пытаются идти проторенной дорогой» [5]. Однако мнения авторов вовремя не были услышаны. Поэтому десять лет спустя после издания последней книги Д. Медоуз уже предлагает забыть о том, что можно спасти мир. Он уверен, что у мировой системы не осталось времени для перехода к устойчивому развитию. Этот шанс был упущен еще в 1980-х гг., а сейчас мировая система находится далеко за пределами роста [6].

Также существует ряд проблем, связанных с недостаточностью теоретических знаний, связанных с экономикой будущего. На это влияет ряд субъективные и объективных факторов, представлены ниже в рис. 1.

Перечисленные проблемы характерны для всех стран мира. Что же касается России, то основные проблемы представлены ниже на рис. 2. Данные проблемы встают перед транснациональными компаниями и мешают успешной реализации концепции устойчивого развития.

Условия пандемии коронавирусной инфекции еще более осложнили реализацию концепции устойчивого развития. Основные агенты устойчивого развития — государство и международные организации — не так оперативно адаптировались к возникшим проблемам. Цель — обеспечение здоровья и безопасности людей — провалена, системы здравоохранения оказались не готовы к условиям пандемии, репутация государственных структур сильно упала в связи с разрозненными заявлениями и действиями.

В то же время вовлечение в реализацию концепции частного бизнеса оказалась сильно стороной в России. Именно бизнес взял на себя инициативу в осуществлении антиковидных мер, особенно на начальном этапе пандемии. Оперативность и масштабы работы, развернутой на крупных предприятиях, по обеспечению

безопасности сотрудников были беспрецедентны, как и объемы прямой организационной и финансовой помощи, которую компании оказывали на местах. По грубым оценкам, российский бизнес потратил на весенне-летнюю антикризисную кампанию не меньше 60 млрд р.

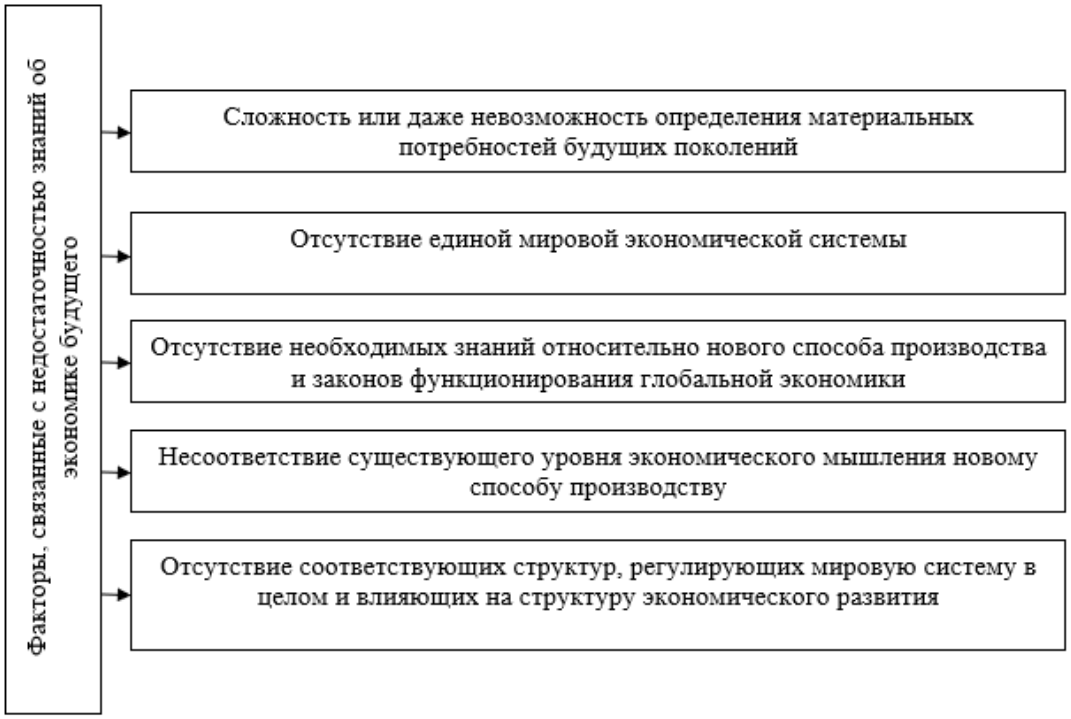


Рис. 1. Факторы, связанные с недостаточностью знаний об экономике будущего [2]

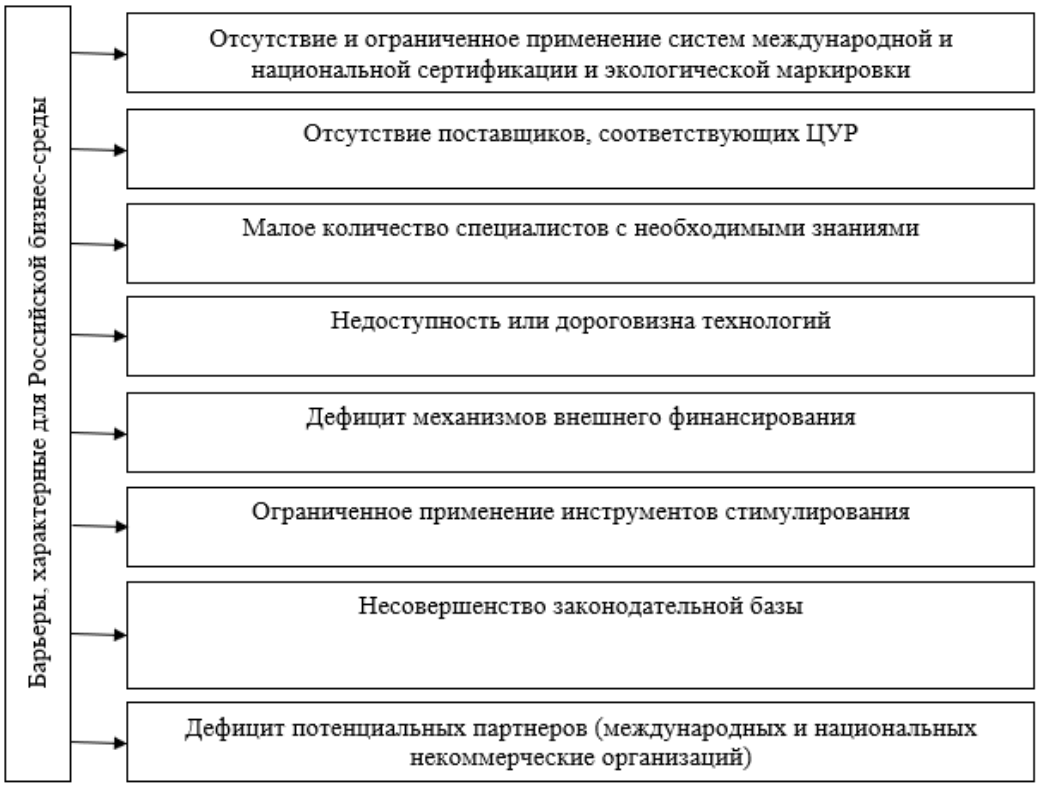


Рис. 2. Барьеры, характерные для российской бизнес-среды [7]

Таким образом, коронавирусная инфекция осложнила реализацию многих ЦУР, в числе которых хорошее здоровье населения, качественное образование, достойная работа и другие, что требует незамедлительных действия для преодоления проблем.

В качестве рекомендаций по преодолению трудностей и барьеров при реализации концепции устойчивого развития можно предложить следующие:

1. Увеличение финансовой составляющей реализации концепции, введение более жесткого контроля за поступлением и целевым использованием денежных средств странами и регионами.

2. Придание концепции не рекомендательный, а обязательный характер: должны быть разработаны законодательные нормы и определена ответственности за их несоблюдение при реализации концепции устойчивого развития.

3. Разработка стимулирующих мер для стран, соблюдающих нормы и реализующие цели устойчивого развития для повышения заинтересованности стран в их дальнейшем выполнении.

В России необходимо использовать следующие меры для более эффективной реализации целей устойчивого развития:

1. Осуществление контроля за целевым использованием поступающих в регионы средств, направленных на достижение целей устойчивого развития.

2. Увеличение финансирования регионов, где средств на выполнение целей устойчивого развития действительно не хватает.

3. Разработка мер по стимулированию регионов и частного бизнеса к реализации концепции устойчивого развития.

При соблюдении данных рекомендаций концепция устойчивого развития обретет больше шансов на успешную реализацию в нашей стране и за рубежом.

Список использованной литературы

1. Трофимова В.В. Проблемы и перспективы реализации модели устойчивого развития / В.В. Трофимова, Н.А. Кобзева, А.А. Сабаев // Молодой ученый. — 2015. — № 12 (92). — С. 508. — URL: https://moluch.ru/archive/92/20463.

2. Пасенов А.Н. Концепция устойчивого развития: историко-правовые аспекты / А.Н. Пасенов // NOMOTHETIKA: Философия. Социология. Право. — 2017. — № 10 (259). — URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-ustoychivogo-razvitiya-istoriko-pravovye-aspekty.

3. Савкина Е.В. Экологические аспекты устойчивого развития территорий / Е.В. Савкина // Государство, власть, управление и право: история и современность. — 2017. — С. 149–150.

4. Большаков Б.Е. Проблема устойчивого развития человечества через призму открытий ПГ Кузнецова / Б.Е. Большаков // Ноосферизм — новый путь развития. — 2017. — С. 324–365.

5. Пределы роста: 30 лет спустя / Д.Х. Медоуз, Й. Рандерс, Д.Л. Медоуз ; пер. с англ. Е.С. Оганесян ; под ред. Н.П. Тарасовой. — 2-е изд. — Электрон. текстовые дан. (1 файл pdf : 361 с.). — М. : БИНОМ : Лаборатория знаний, 2014.

6. Буфетова Л.П. Эволюция экономической сферы: вопросы теории и прикладные проблемы / Л.П. Буфетова. — 2017. — С. 12. — URL: https://lib.nsu.ru/xmlui/handle/nsu/139.

7. Калинин А. Устойчивое развитие в России: Руководство для транснациональных корпораций / А. Калинин и др. // Институт исследований развивающихся рынков бизнес-школы СКОЛКОВО (IEMS). — 2016. — С. 9.

Информация об авторах

Рябинин Михаил Борисович — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: darkoflme@yandex.ru.

Гиделия Ника Мерабович — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: nikagidelia@gmail.com.

Королёва Ирина Борисовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, Иркутск, e-mail: fine-1@yandex.ru.

Authors

Mikhail B. Ryabinin — Students, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: darkoflme@yandex.ru.

Nika M. Gidelia — Students, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: Nikagidelia@gmail.com.

Irina B. Koroleva — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: fine-1@yandex.ru.

© Рябинин М.Б., Гиделия Н.М., Королева И.Б., 2022

УДК 334.764.47

Е.В. Андреева

РОЛЬ ДЕЛОВЫХ ОБЪЕДИНЕНИЙ В ВЫРАБОТКЕ МЕР ПОДДЕРЖКИ СУБЪЕКТОВ МСП В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ

В статье представлен опыт системы торгово-промышленных палат России по защите прав и законных интересов предпринимателей в период пандемии новой коронавирусной инфекции. Рассмотрены риски, с которыми столкнулся малый и средний бизнес Иркутской области в период пандемии. Обоснована роль бизнес-объединений в разработке мер поддержки предпринимателей на примере деятельности Союза «Торгово-промышленная палата Восточной Сибири».

Ключевые слова: бизнес-объединения; торгово-промышленные палаты; поддержка бизнеса; налоговые льготы; пандемия коронавируса.

E.V. Andreeva

THE ROLE OF BUSINESS ASSOCIATIONS IN THE DEVELOPMENT OF MEASURES TO SUPPORT SMEs DURING THE PANDEMIC

The article presents the experience of the system of chambers of commerce and industry of Russia in protecting the rights and legitimate interests of entrepreneurs during the pandemic of a new coronavirus infection. The risks faced by small and medium-sized businesses of the Irkutsk region during the pandemic are considered. The role of business associations in the development of measures to support entrepreneurs is substantiated by the example of the activities of the Union «Chamber of Commerce and Industry of Eastern Siberia».

Keywords: business associations; chambers of commerce and industry; business support; tax benefits; coronavirus pandemic.

Значительная роль и влияние деловых объединений предпринимателей на формирование эффективной экономической политики в последние годы не подвергаются сомнению [1]. В то же время в допандемический период в экспертной среде все еще была довольно распространена точка зрения, согласно которой коллективные действия бизнес-объединений считались неизбежным злом для экономики, так как, по мнению исследователей, последовательное отстаивание интересов предпринимателей во многом способствовало замедлению экономического роста [2]. Однако пандемия новой коронавирусной инфекции наглядно показала, что риски, с которыми столкнулись в своей деятельности субъекты МСП, наносят серьезный вред не только отдельным предпринимателям, но и всему обществу, а следовательно, могут быть нивелированы только скоординированными совместными действиями власти и бизнеса в лице деловых объединений.

Целью исследования является обоснование значимой роли деловых объединений в выявлении бизнес-рисков и угроз, связанных с пандемией коронавируса, и выработке соответствующих мер поддержки предпринимателей. Для достижения поставленной цели рассмотрен опыт работы конкретного бизнес-объединения Иркутской области — Союза «Торгово-промышленная палата Восточной Сибири» (далее — ТПП Восточной Сибири, ТПП ВС) на определенных этапах пандемии, проанализированы результаты и эффективность деятельности делового объединения по выработке мер поддержки субъектов МСП, сделаны соответствующие выводы.

В процессе исследования применялись научные методы индукции, дедукции, аналогии, анализа и синтеза [3].

Пандемия новой коронавирусной инфекции COVID-19 спровоцировала рост числа бизнес-рисков в деятельности предпринимателей, которые затронули все виды используемых бизнесом ресурсов — человеческие, производственные и финансовые [4]. Общественные объединения предпринимателей, в том числе и торгово-промышленные палаты, в непростой ситуации, вызванной пандемией, проявили себя чрезвычайно собранно и достойно. В этом смог убедиться как бизнес, так и региональная и федеральная власть.

С самых первых дней нарастания напряженности в экономике ТПП Восточной Сибири, как и вся система торгово-промышленных палат страны, в ежедневном режиме вела и продолжает антикризисную работу с предпринимательским сообществом. Достаточно оперативно, уже в конце марта 2020 г., при палате была создана постояннодействующая рабочая группа для выработки предложений по мерам поддержки бизнеса. К работе в ее составе были приглашены представители крупнейших общероссийских деловых объединений — «Опора России», «Деловая Россия», Российский союз промышленников и предпринимателей, исполнительной и законодательной власти Иркутской области, а также институтов поддержки предпринимательства, малого и среднего бизнеса, ведущих банков, налоговой службы, ФАС и других структур.

На начальном этапе значительный объем совместной работы бизнеса и власти был связан с заполнением возникшего в бизнес-среде информационного вакуума. В начале апреля прошлого года палата организовала работу телефонной «горячей линии» для обращений бизнеса о проблемах и тактике поведения в нестандартных ситуациях, возникающих при ведении предпринимательской деятельности. На официальном сайте палаты был создан специальный раздел, заработала форма обратной связи, вся информация дублируется в соцсетях. Обращения предпринимателей оперативно систематизируются и передаются в соответствующие министерства, ведомства и надзорные органы для реагирования и принятия решений.

С началом пандемии ТПП Восточной Сибири активно включилась и в работу по выработке мер государственной поддержки субъектов малого и среднего бизнеса на федеральном и региональном уровнях. Так, палата неоднократно направляла свод предложений от бизнеса по необходимым мерам поддержки в правительство региона и областной парламент, депутатам Государственной Думы

и членам Совета Федерации от Иркутской области, а также в Торгово-промышленную палату России. По мере изменения экономической ситуации предложения дополняются и актуализируются.

Что касается инициатив федерального уровня, то в середине прошлого года Торгово-промышленная палата России, основываясь на инициативах региональных палат, в том числе и ТПП ВС, направила три пакета предложений по мерам поддержки бизнеса в Правительство РФ и внесла свои предложения в Общенациональный план действий по восстановлению экономики, а также в Единый план по достижению национальных целей развития. Среди них, предложения по корректировке специальных налоговых режимов, установлению пониженных ставок имущественных налогов для бизнеса из пострадавших отраслей, отмене обязательной маркировки отдельных видов продукции и многие другие.

В частности, вопросы отсрочки и даже отмены обязательной маркировки молочной продукции обсуждались членами ТПП Восточной Сибири на встрече с министром экономического развития России Максимом Решетниковым, которая в сентябре 2020 г. состоялась в Иркутске. По поручению федерального министра специалисты палаты подготовили свод аналитической информации, подтверждающий значительную финансовую нагрузку на бизнес в связи с введением маркировки. Объективную аналитику представили многие члены ТПП ВС, в том числе группа предприятий «ЯНТА», Фабрика мороженого «Ангария», акционерное общество «Белореченское» и другие предприятия. Как следствие, с января текущего года участие в программе для производителей молочной продукции все еще оставалось добровольным, а обязательные требования о маркировке начали поэтапно вводиться только с мая 2021 г.

Нельзя обойти вниманием и ряд инициатив палаты на региональном уровне, которые активно поддержали органы власти Иркутской области. Так, достаточно оперативно — уже в апреле прошлого года, были внесены изменения в региональный закон по налогу на имущество для офисных и торговых центров, в результате ставка налога на весь 2020 г. осталась на уровне 0,5 %. Из инициатив бизнеса, которые также были приняты еще весной прошлого года, можно отметить введение арендных каникул для предпринимателей по государственному и муниципальному имуществу. В отдельных муниципалитетах также достаточно оперативно поддержали инициативу палаты по снижению ЕНВД для налогоплательщиков из наиболее пострадавших отраслей. В частности, это сделали власти Тулуна, Черемхово, Ангарска, Усть-Удинского района и некоторых других муниципалитетов.

Основываясь на инициативах членов ТПП Восточной Сибири и профильных комитетов палаты, были подготовлены законопроекты о пониженных ставках налога по УСН, а также предоставлении пострадавшему бизнесу льгот по транспортному налогу и налогу на имущество организаций. Работа над этими законами была долгой и непростой, активное участие в ней принимали и сами субъекты МСП, которые вносили предложения, предоставляли индивидуальные расчеты. Все законы в итоге были приняты областным парламентом практически единогласно. В настоящее время, учитывая продолжающуюся напряженность в экономике, ТПП ВС продолжает работу по этим мерам поддержки.

Необходимо также отметить, что, в том числе и по предложению палаты, перечень пострадавших от коронавируса отраслей, на которые распространяются перечисленные налоговые льготы, был существенно расширен на региональном уровне — в него вошли все предприятия и организации, деятельность которых ограничена или приостановлена, а это около 80 видов предпринимательской деятельности.

Важная работа была проведена Палатой в части внесения предложений в региональный план выхода из режима ограничений и получения разрешений на возобновление деятельности ряда субъектов МСП. Так, в результате многочисленных обращений предпринимателей удалось добиться постепенного открытия торговых центров и организаций, представляющих различные сферы бизнеса: туризма, индустрии красоты, общепита; сняли ограничения с компаний, занимающихся обслуживанием автотранспорта, курортной деятельностью, оказанием медицинских услуг, в частности стоматологических клиник, и многих других. Безусловно, продолжающееся распространение коронавируса сегодня не позволяет бизнесу работать в полную силу, однако усилия палаты и других деловых объединений позволили избежать полного локдауна.

Кроме того, палата актуализировала сводный перечень региональных предприятий — производителей и поставщиков СИЗов, средств дезинфекции, рециркуляторов воздуха, прочих средств защиты. Этот перечень был составлен специалистами ТПП ВС еще в разгар первой волны пандемии. Наличие такой сводной информации помогает предпринимателям выполнить требования по обеспечению безопасных условий для персонала и посетителей в условиях распространения коронавируса. Органы власти поддержали и инициативу ТПП Восточной Сибири о создании специальных мониторинговых групп, направленных на профилактику и предостережение бизнеса от нарушений санитарно-эпидемиологических требований.

Еще одно большое направление работы системы торгово-промышленных палат во взаимодействии с бизнесом и контрольно-надзорными органами — это выработка предложений по соблюдению санитарно-эпидемиологических требований и ограничительных мер. Большинство этих предложений появляются после разъясняющих вебинаров, которые ТПП ВС совместно с региональным Роспотребнадзором практически еженедельно проводит для бизнеса. В таких ВКС каждый раз принимают участие не менее сотни предпринимателей. Большой популярностью у предпринимателей пользуются и вебинары с участием ведущих банков по разъяснению условий получения и возврата льготных кредитов для бизнеса. Подобные ВКС палата проводила и продолжает организовывать с Газпромбанком, Сбербанком, Банком ВТБ, Промсвязьбанком, Банком МСП и другими.

Необходимо отметить, что онлайн-мероприятия, ВКС, интерактивные опросы — это тот инструмент, который система ТПП эффективно использует в период пандемии как на федеральном, так и на региональном уровне. В частности, активность бизнес-сообщества Приангарья была отмечена при подведении итогов независимого опроса предпринимателей «Бизнес-барометр страны» — в общей сложности в четырех этапах анкетирования приняли участие около 1 000 предпринимателей из Иркутской области.

Понимая все сложности, с которыми столкнулось региональное здравоохранение, ТПП ВС поддержала волонтерскую акцию помощи врачам «Мы вместе». Было подготовлено соответствующее обращение к членам палаты — производителям пищевой продукции, ресторанного бизнеса, поставщикам горюче-смазочных материалов, транспортным компаниям и другим предпринимателям с просьбой оказать посильную помощь медицинским учреждениям региона. Откликнулись многие, и не только члены ТПП Восточной Сибири. На протяжении года предприниматели осуществляют доставку бесплатных горячих обедов для врачей, оказывают помощь с СИЗами и средствами дезинфекции, питьевой водой. Для оперативного взаимодействия с медучреждениями и бизнесом в палате открыта специальная «горячая линия», поступающие заявки принимает выделенный специалист.

В ноябре прошлого года совместными усилиями ТПП Восточной Сибири и членов палаты все машины Иркутской станции скорой медицинской помощи были оснащены новым электронным оборудованием, которое помогло существенно оптимизировать работу «скорой» и сократить обслуживание вызовов бригадами врачей на десятки минут. Акцию ТПП ВС поддержал и давний партнер палаты — Иркутский военно-патриотический парк «Патриот», который преподнес в дар городской клинической больнице № 1 современное медицинское оборудование.

Важно, что несмотря на сложный период для бизнеса и региональной экономики в ТПП ВС продолжают вступать предприниматели. С начала пандемии в палату вступили более 100 новых компаний, а общее число членов палаты превышает 450 организаций. Бизнес идет, видя, что в палате можно получить реальную помощь, что ТПП Восточной Сибири налажено конструктивное взаимодействие с иными деловыми объединениями и с органами власти всех уровней.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод о многообразии и специфике угроз, с которыми столкнулся бизнес в период пандемии коронавируса [5]. Многие из этих рисков не были досконально изучены до начала пандемии, а методы управления ими вырабатывались и вырабатываются оперативно, так сказать «на ходу», в тесном взаимодействии бизнеса и власти. Становится очевидной значимая роль деловых объединений предпринимателей, которые выступают независимой площадкой для выработки и продвижения инициатив по мерам поддержки субъектов МСП. Нет сомнений, что система торгово-промышленных палата, в частности ТПП Восточной Сибири, была и будет форпостом защиты и отстаивания интересов предпринимателей и в дальнейшем. Необходимо отметить, что комплекс антикризисных мер поддержки бизнеса, принятых в Иркутской области, получил высокую оценку на федеральном уровне. В этой связи требуют дальнейшего исследования механизмы поддержки бизнеса в период пандемии, в частности, видна необходимость сравнительного анализа активности деловых объединений в региональном разрезе.

Список использованной литературы

1. Янгулбаев М.Б. Коммуникационные механизмы взаимодействия бизнеса и власти / М.Б. Янгулбаев // Коммуникология. — 2017. — Т. 6, № 6. — С. 146–155.

2. Скаржинская В.М. К вопросу об эффективности коллективных действий / В.М. Скаржинская, В.И. Цуриков // Российский журнал менеджмента. — 2014. — Т. 12, № 3. — С. 87–106.

3. Едронова В.Н. Система методов в научных исследованиях / В.Н. Едронова, А.О. Овчаров // Экономический анализ: теория и практика. — 2013. — № 10 (313). — С. 33–47.

4. Былков В.Г. Функционирование регионального рынка труда в условиях пандемии COVID-19 / В.Г. Былков. — DOI 10.17150/2500-2759.2021.31(1).43-51 // Известия Байкальского государственного университета. — 2021. — Т. 31, № 1. — С. 43–51.

5. Максимова Е.В. Влияние коронавируса на экономику России / Е.В. Максимова, А.Г. Рябцев, О.А. Сазонова // Инновации и инвестиции. — 2020. — № 4. — С. 283–286.

Информация об авторе

Андреева Елена Витальевна — кандидат экономических наук, доцент, колледж Байкальского государственного университета, г. Иркутск, e-mail: AndreevaEV@bgu.ru.

Author

Elena V. Andreeva — Ph.D. in Economics, Associate Professor, College of Baikal State University, Irkutsk, e-mail: AndreevaEV@bgu.ru.

© Андреева Е.В., 2022

УДК 330.341.2

Ж.Л. Баянова, А.В. Юсупова

РАЗВИТИЕ СИБИРСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ИСТОРИЧЕСКОЙ РЕТРОСПЕКТИВЕ (XVII — первая половина XX вв.)

В статье проводится обзор истории развития предпринимательства в Сибири. Исследуется период зарождения и формирования предпринимательской деятельности в сибирском регионе в период с XVII в. по первую половину XX в. Раскрываются особенности торговой и промышленной деятельности как форм осуществления предпринимательской деятельности. Анализируется специфика предпринимательства на отдельных исторических этапах, а также влияние государственных реформ на данную сферу.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность; сибирское предпринимательство; историческая ретроспектива; торговля; промышленность; реформы.

Z.L. Bayanova, A.V. Yusupova

DEVELOPMENT OF SIBERIAN ENTREPRENEURSHIP IN HISTORICAL RETROSPECTIVE (XVII — first half of XX centuries)

The article provides an overview of the history of the development of entrepreneurship in Siberia. The author examines the period of origin and formation of entrepreneurial activity in the Siberian region in the period from the 17th century to the first half of the 20th century. The features of commercial and industrial activities as forms of entrepreneurial activity are revealed. The specificity of entrepreneurship at certain historical stages is analyzed, as well as the impact of government reforms on this area.

Keywords: entrepreneurial activity; Siberian entrepreneurship; historical retrospective; trade; industry; reforms.

Введение. Славится Сибирь своими обширными территориями, богатыми природными ресурсами. Просторы тайги, реки и озера, полезные ископаемые: бурый и каменный уголь, руда, нефть, газ — все это достояние сибирских земель. Освоение Сибири связано с походами дружины Ермака, в конце XVI в. Сибирь была включена в состав Русского государства. Это событие ознаменовало начало нового этапа развития российской экономики: у правительства появился источник дополнительных доходов, а у предприимчивых купцов появилась возможность организовать свое дело, приносящее прибыль.

Вся история становления и развития предпринимательства в Сибири заслуживает отдельного внимания и глубокого изучения. Целью данного исследования является изучение становления и развития предпринимательской деятельности в сибирском регионе в исторической ретроспективе в период с XVII в. и по первую половину XX в. Основные задачи: исследование истоков предпринимательской

деятельности, анализ специфики данного вида деятельности на отдельных исторических этапах. Методологически автор использовал общенаучный инструментарий — как диалектический, так и ряд других, а именно: анализ, описание, исторический метод.

Полученные результаты свидетельствуют, что указанный автором период представляет особый научный интерес, так как исторический аспект формирования тех или иных институтов позволяет составить полное представление о тех явлениях, которые существуют и развиваются по сей день.

Выводы. Сибирские земли всегда считались кладовой, содержавшей разнообразные богатства. Главной целью освоения Сибири был поиск пушного зверя. Пушнина высоко ценилась на внутреннем и внешнем рынках, ее реализация приносила хорошую прибыль в бюджет страны. Предпринимательство в Сибири началось именно с торговли ценными мехами, к XVII в. Сибирь стала лидером по их поставке на рынке страны. Постепенно развивались рынки, специализирующиеся на пушнине, хозяевами были купцы из Европейской части России: Федотовы, Ревякины, Босые. Самостоятельно или с помощью поверенных они приобретали пушнину у охотников, а затем вывозили ее в Европу. В добыче пушнины были заинтересованы не только частные лица, но и само государство, поэтому население должно было платить дань, которая именовалась ясаком. Торговые люди могли приобретать мягкое золото после того, как был проведен сбор ясака. Некоторые виды пушнины, представляющие особую ценность, могли быть приобретены только для государевой казны. Вывоз пушнины из страны облагался особой пошлиной.

Постепенно интенсивное использование соболиных угодий привело к резкому сокращению числа зверей. В конце XVII в. власти стали издавать указы, запрещавшие добывать пушнину. Меха были основным объектом торгового оборота в Сибири в XVII в., но не единственным.

К 70-м гг. XVII в. в Сибири сложился хлебный рынок, приносящий хорошую прибыль. Также развивался рыбный промысел, без которого нельзя было обойтись ни в одной местности. Кроме того, в сибирских селениях были ремесленники, занимающиеся кузнечным делом, чеканкой серебра, писанием икон, изготовлением глиняной посуды и другими ремеслами [1].

Процесс формирования сибирской торговой деятельности способствовал установлению экономических связей между отдельными областями страны и с соседними государствами. Благодаря торговле Сибирь стала важным элементом в системе всероссийского рынка. Торговые люди стимулировали местное производство и содействовали преобразованию сибирских городов в торговые и ремесленные районы.

Становление более или менее самостоятельной торгово-промышленной деятельности, перерастание кустарных ремесел в промышленность, развитие ярмарочной торговли, открытие первых банков, пришлось на XVIII в.

С 1727 г. в результате гильдейской реформы предприниматели были разделены на 3 гильдии. Каждая гильдия отличалась количеством юридических прав, сферами коммерческой деятельности, а также величиной подлежащих уплате

налогов. Благодаря реформе торгово-промышленное предпринимательство стало носить статус определенного социально-экономического института.

Дешевый хлеб, незамысловатая технология приготовления, гарантированная реализация — все это обеспечивало получение высокой и постоянной прибыли от винокурного производства. Частные лица в отдельных районах Сибири, которые были богаты хлебами, стали организовывать винокурни. В 1756 г. возле Иркутска в городе Илимске, который спустя 200 лет попадет в район затопления Усть-Илимского водохранилища, был построен крупнейший винокуренный завод, построил его генерал-прокурор А. Глебов. Винокурение приносило большую выгоду, поэтому в 50-х гг. XVIII в. государство превращает данный промысел в казенную и дворянскую монополию [2].

В XVIII в. основывались предприятия, которые занимались добывающей промышленностью. Были построены Усть-Кутский, Селенгинский и Усольский солеваренные заводы. В 1736 г. Яковом Бобровским был куплен казенный Тельминский завод, купец переоборудовал его в суконную фабрику. Степан Прокопьев в 1747 г. построил близ Иркутска стекольную и шелковую мануфактуры.

Позднее, образование поселка Тальцинск стало следствием возникновения в 1784 г. стекловаренного завода, ставшего первым в Восточной Сибири.

Но частная сибирская промышленность оказалась слабой и нестабильной, предприятия разорялись примерно через 5–10 лет после основания. Высокая конкуренция с кустарным производством и с предприятиями Европейской части России, плохое качество сырья, недостаточность свободной рабочей силы и узкий местный рынок сбыта — основные причины такого исхода.

Предпринимательская деятельность характеризовалась как нестабильное и рискованное дело, но это не пугало местных предпринимателей. В XVIII в. стали появляться сибирские купеческие династии, которые были на слуху до конца XIX — начала XX вв. Это династии Басниных, Базановых, Дудоровских, Мыльниковых, Мясниковых, Немчиновых, Сибиряковых и др.

Становление регулярной золотодобычи стало следующим этапом развития предпринимательства в Сибири. В начале XIX в. Россия находилась в непростых экономических обстоятельствах, в дополнение к этому золотопромышленность на Урале была в упадке. В 1812 г. государство вынуждено было прекратить монопольное покровительство добычи драгоценных металлов, отныне частным лицам было дозволено добывать золото.

Новость о том, что в сибирской тайге есть богатейшие золотоносные россыпи, вызвала так называемую золотую лихорадку. Для добычи драгоценного металла в Сибири создавали золотопромышленные компании, которых к 1862 г. насчитывалось порядка 460. Новый промысел помимо предоставления возможности получить большую прибыль оказывал стимулирующее влияние на развитие других отраслей предпринимательства. На рудники нужно было поставлять большое количество провианта, была необходимость в поставке одежды, обуви, лодок, телег, лошадей и орудий труда [3].

Примерно к XIX в. в Сибири получили распространение скорняжное (пушное), кирпичное, свечное, мыловаренное ремесла, маслобойное, производство и

пивоварение. Чаще всего это были мелкие предприятия кустарного типа. В середине XIX в. насчитывалось около 800 частных предприятий, но только около 100 из них можно было отнести к мануфактурам. Количество частных предприятий росло, однако продолжали господствовать мелкие заведения ремесленного типа, которые, однако, в литературе именовались «заводами» [1, с. 56].

Предпринимательская деятельность в области промышленности развивалась медленно, основной сферой предпринимательства для большинства сибирских купцов по-прежнему оставалась торговля. Признаком торговой деятельности в Сибири было отсутствие специализации отдельных торговцев на том или ином ее виде. Иркутская купчиха Авдеева-Полевая писала о лавках сибирских купцов: «Тут есть все, начиная от предметов роскоши до самых грубых изделий; но нет такого разделения лавок, как в России. В одной лавке найдете вы сукно, шелковые материи, холст, чай, сахар и разные мелочи» [4].

Отмена крепостного права, а также либеральные реформы 60-70-х гг. повлекли изменения в правовом положении предпринимателей. Большое значение для социально-экономической сферы имели крестьянская, земская, городская, судебная, военная и другие реформы. В связи с крестьянской реформой увеличился рост переселения в Сибирь, это поспособствовало развитию товарно-денежных отношений и распространению капитализма. В основном переселялись крестьяне, которые стали оказывать влияние на развитие сельского хозяйства. Благодаря им была повышена результативность сельскохозяйственной деятельности, производство осуществлялось с помощью новых орудий и приемов труда, которые, видоизменялись и совершенствовались в сибирских условиях. Площади сельскохозяйственных угодий расширились, стали осваиваться новые земли лесостепной и степной зон. Широкое распространение получила земледельческая культура в Восточной Сибири: в Забайкальской области и в Иркутской губернии.

Выращивался хлеб, скот, производилось масло, развивалось пчеловодство, использовались передовые методы, которые рекомендовались в современной литературе и применялись улучшенные орудия труда. В период аграрной реформы П.А. Столыпина сельскохозяйственное предпринимательство стало развиваться более стремительно, в начале XX в. экспорт зерна и продуктов животноводства с начала века и до Первой мировой войны вырос в два раза.

Сибирь с богатыми природными ресурсами была заманчива для торгово-промышленной буржуазии России. В Сибири можно было, как сбывать фабрично-заводские изделия, привозимые из центральной России, так и найти сферу прибыльного помещения капиталов и реализовать свою «предпринимательскую жилку». Сформировавшаяся на сибирских землях торгово-промышленная деятельность требовала развития транспортных артерий, и было принято решение о строительстве Сибирской железной дороги.

19 мая 1891 г. во Владивостоке состоялась торжественная церемония закладки великого сибирского пути и можно сказать, что в этот момент открылась новая страница в экономическом развитии Сибири. Невероятно быстрыми темпами проходило строительство Сибирской железной дороги, это событие не могло не оказать влияние на промышленность, хотя это влияние было достаточно противоречивым. Быстрый рост получили некоторые отрасли промышленности —

переработка сельскохозяйственного сырья и горнодобывающая промышленность. В тоже время сибирская металлургия была в упадке, так как она не могла выдержать соперничества с более сильными конкурентами на российском рынке. В 1899 г. закрылись Николаевский и Лучихинский заводы в Иркутской губернии. Сокращалось производство металла на Петровско-Забайкальском и Гурьевском заводах. Однако строительство Сибирской железной дороги положительно повлияло на рост промышленных лесозаготовок, так как был высокий спрос на лесоматериалы, лесопильни примыкали непосредственно к железной дороге. Красноярск, Иркутск, Верхнеудинск, Чита стали относительно крупными центрами лесопромышленности.

Открытие Великого Сибирского Пути поспособствовало расширению сибирской обрабатывающей промышленности. Ведущими были те отрасли промышленности, которые были связаны с переработкой сельскохозяйственного сырья. В начале XX в. довольно четко определилась специализация Сибири как поставщика зерна, масла и мяса. В процессе капиталистического развития сложились крупные центры торговли хлебом — Красноярск, Минусинск, Иркутск. «В 1897 г. в западном направлении по железной дороге было вывезено 13 млн 700 тыс. пудов хлеба, а в 1906 г. — 39 млн 100 тыс. пудов» [5].

Произошли положительные изменения и в развитии скотоводства. Поголовье скота росло, это в свою очередь отражало специализацию Сибири на производстве масла и мяса. Сибирское мясо занимало прочные позиции на рынках страны. За 15 лет, с 1900 по 1914 г., вывоз продуктов скотоводства увеличился в среднем на 80 %, т.е. каждый год возрастал в среднем на 5 %. Поставки мяса могли быть значительно больше, но не было достаточно холодильников и вагонов-ледников. Открытие движения по Сибирской железной дороге означало переход от мелкотоварного производства к капиталистическому.

После Октябрьской революции 1917 г. был запущен процесс ликвидации частной собственности, началось формирование командно-административной системы. Власть изменила свое отношение к предпринимательству, годами складывающаяся система самоорганизации и саморазвития частного бизнеса была сломлена. Все сибирские предприятия и промыслы, в том числе кустарные мастерские, подлежали национализации. Собственностью государства становились все произведенные товары, которые теперь подлежали централизованному распределению. Предприниматели были объявлены вне закона, им было запрещено самостоятельно поставлять свою продукцию на рынок и получать прибыль.

Спустя некоторое время правительство юной советской России попыталось организовать государственное коммунистическое предпринимательство. В.И. Ленин в Письме к съезду, писал о крайней необходимости найти «…ту степень соединения частного торгового интереса, проверки и контроля его государством, степень подчинения его общим интересам, которая раньше составляла камень преткновения для многих и многих социалистов» [6]. Предпринимателям дали свободу, пусть и небольшую, им разрешалось работать на рынок и получать необходимые для развития ресурсы. Это оказало хорошее влияние на восстановление хозяйства, разрушенного революцией и гражданской войной. Стимулирование товарно-денежных отношений, экономической предприимчивости, инициативы и

заинтересованности в результатах труда — это основные задачи новой экономической политики (НЭП). Новая политика позволила снять запрет на частнопредпринимательскую деятельность, она способствовала восстановлению сельского хозяйства. Произошел подъем производительных сил и улучшение положения рабочих, крестьян и представителей всех других слоев общества. В июле 1921 г. законодательством было допущено существование простых товариществ, в июле 1922 г. — акционерных обществ, полных товариществ, товариществ с ограниченной ответственностью.

Произошла децентрализация некоторых предприятий, те, которые не были подвержены процедуре денационализации, сдавались в аренду. В экономику вновь вернулись элементы частной деятельности, предпринимателям разрешалось создавать собственные промышленные предприятия, только число занятых должно было быть не более 20 человек. На долю частного сектора в период НЭПа приходилось от 1/5 до 1/4 промышленной продукции, 40–80 % розничной торговли и небольшая часть оптовой торговли [7].

В 1930-е гг. начались радикальные перемены в экономической сфере всей страны. Ограничения деятельности предпринимателей переросли в процесс ликвидации предпринимателей как класса. Индустриализация, централизация и коллективизация не давала права существовать частным элементам в экономике страны. Такой подход составил основу всей последующей экономической политики, предпринимательство стало уголовно наказуемым деянием.

Период перестройки, а затем распад Советского Союза ознаменовал возрождение российского предпринимательства. Возрождение это было сложным и неоднозначным, его история требует самостоятельного анализа. В целом, исследование показало, что особенности предпринимательской деятельности в Сибири связаны с географическими, социально-политическими и экономическими факторами. Октябрьская революция запустила процесс ликвидации частной собственности, затем новая экономическая политика стремилась возродить предпринимательство, что у нее в принципе получилось. Однако наступил период реформ, и долгое время предпринимательство в России было под запретом, пока не наступило время кардинальных изменений в жизни нашей страны.

Список использованной литературы

1. Старцев А.В. Предпринимательство в Сибири : исторический опыт (XVII — начало XX вв.) / А.В. Старцев, Ю.М. Гончаров. — Барнаул, 2014. — 214 с.

2. Зиновьев В.П. Винные откупа в Западной Сибири (XVIII в. — 1863 г.) : исторический опыт хозяйственного освоения Сибири / В.П. Зиновьев. — Томск, 1994. — С. 36–52.

3. Ремнев А.В. Самодержавие и Сибирь. Административная политика в первой половине XIX в. / А.В. Ремнев. — Омск : Изд-во Ом. ун-та, 1995. — 237 с.

4. Шпалтаков В.П. Городская ярмарочная торговля в Западной Сибири в первой половине XIX в. Обменные операции городов Сибири периода феодализма / В.П. Шпалтаков — Новосибирск, 1990. — 300 с.

5. Китанина Т.М. Хлебная торговля в России в 1875–1914 гг. / Т.М. Китанина. — Л., 1978. — 287 с.

6. Буров В.Ю. Малое предпринимательство в России и Байкальском регионе / В.Ю. Буров, В.С. Потаев, А.П. Суходолов. — Иркутск : Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2011. — 357 с.

7. Афанасьев М. 1000 лет предпринимательства на Руси: от Рюрика до Горбачева / М. Афанасьев // Экономика. — 1991. — № 2. — С. 74–84.

Информация об авторах

Баянова Жанна Леонидовна — студент, кафедра предпринимательского и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: ms.zbayanova@mail.ru.

Юсупова Анастасия Владимировна — старший преподаватель, кафедра предпринимательского и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

Authors

Zhanna L. Bayanova — Student, Department of Business and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: ms.zbayanova@mail.ru.

Anastasia V. Yusupova — Senior Lecturer, Department of Business and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

© Баянова Ж.Л., Юсупова А.В., 2022

УДК 334.01

Д.В. Буньковский

ФАКТОРЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ НЕЛЕГАЛЬНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ

В ходе исследования были рассмотрены различные аспекты и детерминанты возникновения и развития нелегальной предпринимательской активности. В данной статье в результате изучения процессов изменения масштабов нелегального предпринимательства представлены их основные особенности и некоторые причины. Кратко описаны ключевые отношения, взаимосвязи и воздействия на формирование нелегальной предпринимательской активности таких факторов, как проявления коррупции и вымогательства.

Ключевые слова: предпринимательство; нелегальная предпринимательская деятельность; факторы развития; легальность; коррупция.

D.V. Bunkovsky

FACTORS OF THE EMERGENCE AND DEVELOPMENT OF ILLEGAL ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

The study examined various aspects and determinants of the emergence and development of illegal entrepreneurial activity. In this article, as a result of studying the processes of changing the scale of illegal entrepreneurship, their main features and some reasons are presented. The key relationships, interrelations and impacts on the formation of illegal entrepreneurial activity of such factors as manifestations of corruption and extortion are briefly described.

Keywords: entrepreneurship; illegal entrepreneurial activity; development factors; legality; corruption.

В современных условиях проблема нелегальной предпринимательской активности превращается в одну из ключевых угроз экономической безопасности любой страны. Невзирая на весьма существенный потенциал роста, содержащийся в феномене нелегального предпринимательства, успешная борьба с ним и сокращение до масштабов не опасных для общества является вполне выполнимой функцией органов государственной власти. Учитывая особенности явления нелегального предпринимательства, ключевыми направлениями противодействия ему должны быть системные меры по предупреждению нелегальной предпринимательской деятельности и созданию благоприятных условий для осуществления и развития легальной предпринимательской деятельности.

Целью исследования является рассмотрение различных аспектов и детерминант возникновения и развития нелегальной предпринимательской активности, в ходе которого выполняются задачи описания отношений, взаимосвязей и воздействий на формирование нелегальной предпринимательской активности таких факторов как проявления коррупции и вымогательства.

В процессе исследования применен методологический инструментарий системного анализа при изучении процессов и детерминант возникновения и развития различных проявлений нелегальной предпринимательской активности. Кроме того, использованы такие методы научно-познавательной деятельности как наблюдение, сравнение, обобщение, описание и гипотетико-дедуктивное рассуждение.

Проблемы развития нелегального предпринимательства и различные аспекты противодействия ему рассматриваются в науке, в основном, во взаимосвязях с общей проблематикой преступлений и правонарушений экономической направленности. При этом с позиции институционального анализа выделяются ключевые факторы возникновения нелегального предпринимательства, к которым, как правило, относят высокую налоговую нагрузку, чрезмерную регламентацию предпринимательской деятельности и значительный размер государственного сектора в национальной экономике.

В работах отечественных и зарубежных исследователей можно найти ценные теоретические и научно-практические положения, отчасти формирующие теоретическую и методологическую базу противодействия экономической преступности. В то же время в связи с многоаспектностью явления нелегальной предпринимательской активности отсутствуют комплексные подходы к его определению и анализу.

Феномен нелегального предпринимательства заключает в себе широкий спектр негативных факторов, оказывающих влияние не только на национальную экономику, но и на другие сферы. Важно учитывать и нравственно-психологические аспекты противодействия нелегальному предпринимательству, поскольку от добросовестности и решительности, а не декларативности противодействия нелегальному предпринимательству со стороны государства, зависит отношение граждан к действующим принципам построения легальных экономических отношений.

Изменение масштабов нелегального предпринимательства зависит от соотношения издержек осуществления нелегальной предпринимательской деятельности с эффектами от ее осуществления в легальной форме. На данное соотношение оказывают влияние как объективные, так и субъективные факторы.

Преимуществами легальной предпринимательской деятельности можно считать возможности обращения к правоохранительной системе, более высокую доступность финансовых ресурсов, увеличение потенциала взаимодействия с более широким кругом деловых партнеров, предъявление прав на государственную поддержку предпринимательства и многие другие возможности использования официальных социально-экономических институтов, позволяющих обеспечивать относительно высокий уровень экономической безопасности и устойчивость развития субъекта предпринимательства [1; 2]. При этом наличие и уровень развития официальных социально-экономических институтов в значительной степени влияют на вероятность возникновения и развития нелегальной предпринимательской активности.

Среди условий возникновения и развития нелегального предпринимательства следует отдельно выделить такие явления, как вымогательство и коррупция.

В условиях развития организованной преступности легальное предпринимательство может подвергаться вымогательству со стороны криминальных элементов, что подталкивает их укрывать часть своей деятельности и доходов.

Коррупция играет специфическую роль в перечне факторов криминализации деятельности, что определяется следующим:

1. Коррупционные отношения являются особым видом криминального поведения, направленного на систематическое извлечение выгоды.

2. Коррупция выступает значимым фактором сокрытия легальной экономической деятельности от учета и регистрации посредством увеличения издержек легальной деятельности (вымогательство взяток) и снижения ее выгод (деформация рыночных институтов, например, системы судопроизводства).

3. Коррупция является одним из важнейших инструментов организованной преступности как традиционной, так и экономической.

Важно отметить, что часто в различного рода коррупционных отношениях заинтересованы сами субъекты предпринимательства. При этом можно выделить «деловую коррупцию», проявляющуюся внутри самой предпринимательской деятельности. С другой стороны, развитие различных проявлений коррупции становится существенной угрозой для расширения легального предпринимательства.

Исследования общественно-экономических систем различных типов показывают, что фундаментальным фактором коррупции выступают недостаточное развитие системы рыночных институтов и отсутствие прозрачного государственного регулирования экономики [3–5]. По мнению экспертов Всемирного банка, к конкретным наиболее значимым факторам развития коррупции относятся:

1. Незавершенность процесса либерализации экономики.

2. Недостаточное развитие конкурентной среды.

3. Коммерциализация инфраструктурных монополий в условиях неэффективной системы контроля.

4. Неэффективное корпоративное управление.

5. Протекционизм во внешней торговле.

6. Слабый контроль деятельности предприятий с иностранными инвестициями.

Процессы развития теневой экономической активности и проявлений коррупции в предпринимательской деятельности имеют следующие основные проявления:

1. Повышенное расходование ресурсов субъекта предпринимательства вследствие теневого материального обеспечения коррумпированных представителей органов государственного регулирования.

2. Неэффективное использование рабочего времени в процессах урегулирования и устранения коррупционных факторов и барьеров функционирования и развития субъекта предпринимательства.

3. Возникновение искусственных рыночных барьеров в результате недобросовестной конкуренции и затруднение процессов расширения и развития деятельности субъекта предпринимательства на легальной основе.

Важно отметить, что формирующийся сегодня методологический аппарат прогнозирования, выявления и противодействия различным проявлениям коррупции и нелегального предпринимательства может иметь весьма высокую результативность, а его применение обладает значительными актуальностью и перспективами [6].

Современный релевантный подход к управлению рисками легального предпринимательства и противодействию теневой предпринимательской активности должен быть ориентирован на создание условий легализации нелегальной предпринимательской активности. При этом необходимо учитывать обеспечение барьеров для развития теневой предпринимательской активности, совершенствование мер ограничения воздействия теневой экономики на деятельность субъектов легального предпринимательства.

В результате проведенного исследования вышеописанных процессов и явлений можно утверждать о том, что разрешение проблем противодействия нелегальному предпринимательству находится в плоскости взаимосвязей общественных институтов, органов государственного экономического регулирования и некоммерческих организаций. При этом важно отметить, что в современной теории методологический аппарат борьбы с нелегальным предпринимательством и стимулирования легального предпринимательства по большей части установлен и понятен. Однако на практике он используется часто не системно и вследствие этого не результативно. Таким образом, основной задачей становится не выработка нового инструментария развития, а создание оптимальной структуры из уже изученных элементов и факторов. Системное применение изученных и описанных в данном исследовании причинно-следственных взаимосвязей в сфере борьбы с нелегальным предпринимательством и стимулирования легального предпринимательства должно способствовать поддержанию экономической безопасности и обеспечению развития национальной экономики.

Список использованной литературы

1. Кривошлыков В.С. Управление угрозами экономической безопасности: обзор теоретических концепций / В.С. Кривошлыков, Н.В. Жахов, Л.М. Фомичева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. — 2016. — № 9. — С. 69–74.

2. Родионов Д.Г. Построение эконометрической модели устойчивого развития промышленного предприятия / Д.Г. Родионов, Н.Д. Дмитриев, Л.Э. Дубаневич // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2021. — № 7-1. — С. 61–71.

3. Алцыбеева И.Г. Конкурентоспособность как индикатор социально-экономического развития и экономической безопасности организации / И.Г. Алцыбеева, А.А. Созинова, В.А. Шалунова // Экономика и предпринимательство. — 2021. — № 7 (132). — С. 822–825.

4. Пескова Д.Р. О разработке модели прогнозирования тенденций экономического поведения домохозяйств под влиянием теневой экономики / Д.Р. Пескова, Г.М. Россинская // Евразийский юридический журнал. — 2018. — № 11 (126). — С. 374–375.

5. Социально-экономические процессы в условиях модернизации экономики: современные вызовы, глобальные трансформации и стратегические ориентиры развития / А.Е. Агумбаева, Э.Ф. Амирова, С.В. Беляева [и др.] ; под ред. О.А. Подкопаева. — Самара : ООО НИЦ «ПНК», 2021. — 225 с.

6. Терехов А.М. Особенности статистического моделирования и прогнозирования преступности: теоретический аспект / А.М. Терехов, С.И. Кувычков, С.А. Смирнов // Юридическая наука и практика: Вестник Нижегородской академии МВД России. — 2021. — № 2 (54). — С. 123–130.

Информация об авторе

Буньковский Дмитрий Владимирович — кандидат экономических наук, доцент, кафедра философии и социально-гуманитарных дисциплин, Восточно-Сибирский институт МВД России, г. Иркутск, e-mail: bdv611@yandex.ru.

Author

Dmitry V. Bunkovsky — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Philosophy and Social and Humanitarian Disciplines, East Siberian Institute of the Ministry of Internal Affairs of Russia, Irkutsk, e-mail: bdv611@yandex.ru.

© Буньковский Д.В., 2022

УДК 334.012.6(571.53)

Д.А. Дунаев, М.В. Винокурова

ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА СЕКТОР МАЛОГО БИЗНЕСА ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

В современных условиях пандемии короновируса огромное влияние на развитие малого бизнеса в России и мире оказывают изменения условий хозяйствования. Малые предприятия испытывают ограничения в деятельности, несут дополнительные расходы и вынуждены подстраивать существующие бизнес-процессы под эти условия для сохранения клиентов и своей деятельности.

Проблемы, с которыми столкнулся малый бизнес, — это нарушение режима деятельности, сокращение реальных доходов населения и, как результат, сокращение покупательской способности. Это все приводит к сокращению объемов производства товаров, работ, услуг, к ухудшению финансового состояния предприятий, росту инфляции, увеличению безработицы и другим проблемам.

Малый бизнес в Иркутской области, так же как и в целом по стране, очень сильно пострадал от пандемии. Органами государственной власти принимаются такие меры поддержки, как установление региональных налоговых преференций по налогам; освобождение от арендной платы за имущество, находящееся в государственной собственности; возможность отсрочки платы налогов; предоставление льготных микрозаймов; предоставление субсидий работодателям в виде частичной компенсации затрат на заработную плату трудоустроенных из числа безработных и другие меры поддержки, которые позволят восстановить экономику региона.

Ключевые слова: малый бизнес; пандемия короновируса; меры государственной поддержки.

D.A. Dunaev, M.V. Vinokurova

IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE SMALL BUSINESS SECTOR OF THE IRKUTSK REGION

In modern the coronavirus pandemic conditions, changes in the economic environment have a huge impact on the development of small businesses in Russia and the world. Small businesses experience limitations in their activities, additional costs arise and are forced to adjust existing business processes to these conditions in order to retain customers and their activities.

The problems faced by small businesses are a violation of the operating regime, a decrease in real incomes of the population and, as a result, a decrease in purchasing power. All this leads to a reduction in the production of goods, works of services, to a deterioration in the financial condition of enterprises, an increase in inflation, an increase in unemployment and other problems.

Small businesses in the Irkutsk region, as well as in the country as a whole, have suffered greatly from the pandemic. State authorities are taking such support measures

as the establishment of regional tax preferences for taxes; exemption from rent for state property; the possibility of deferring the payment of taxes; provision of preferential microloans; the provision of subsidies to employers in the form of partial compensation for the costs of wages of those employed from among the unemployed and other support measures that will allow the region's economy to recover.

Keywords: small business; coronavirus pandemic; government support measures.

Пандемия COVID-19 стала причиной огромного напряжения, вызванного во всем мире, что отразилось на жизни каждого человека. Были затронуты все области жизнедеятельности без исключения. Основной экономический удар пандемии приняли на себя представители малого и среднего бизнеса — владельцы маникюрных салонов, обувных мастерских, придорожных кафе и т.п.

По словам многих экспертов, в число которых входит руководитель департамента социологии факультета социальных наук НИУ ВШЭ д-р экон. наук Александр Чепуренко, пандемия еще далека от завершения, и многие статистические данные будут уточнены лишь спустя какое-то время. В то же время в начале пандемии ряд экспертов ожидало более худшего развития событий в сфере предпринимательства. Это было связано со сложившимися неблагоприятными тенденциями в данном секторе еще с 2016 г., когда количество закрывающихся предприятия стало преобладать над вновь открывающимися [3].

Также по результатам представительного опроса владельцев малого бизнеса в рамках проекта «КоронаФОМ» фонда «Общественное мнение» были выявлены общие сходства в состоянии сектора малого бизнеса. Прежде всего около 15 % субъектов малого бизнеса вообще не почувствовали негативного эффекта от пандемии, самые серьезные затруднения пандемия вызвала у владельцев бизнеса, основанного на непосредственном контакте с потребителями (туризм и развлечения, общественное питание, гостиничный бизнес и т.д.), т.е. в сфере услуг.

От неоднозначности ситуации пострадали даже сферы с, казалось бы, самым гибким восприятием общей ситуации, такие как образование, культура, наука. Разброс оценок здесь оказался самым крупным с результатами от «никак не повлияла» до «повлияла очень негативно». Несмотря на всю тяжесть ситуации, сектор малого бизнеса не был утерян как полноценная часть экономической системы [3].

Тяжелая ситуация во время пандемии не стала исключением и для сектора малого бизнеса в Иркутской области. По сообщению министра экономического развития Натальи Гершун, основные потери во время пандемии понесли туристический, ресторанный бизнес, деятельность в сфере культуры, спорта и развлечений. Все это привело к ухудшению финансового и хозяйственного положения предприятий, а также риску сокращения рабочих мест [4].

По оценке ситуации в городе на 1 октября 2020 г. количество предприятий снизилось на 5,2 % в сравнении с тем же периодом 2019 г. Доля убыточных предприятий увеличилась на 7,1 %. Потребительский рынок оказался под влиянием сильного негативного эффекта, ведь он напрямую зависит от благосостояния граждан. Особенно сильно пострадала сфера услуг. За девять месяцев 2020 г. оборот розничной торговли был снижен на 2,5 %, общественного питания — на

37,2 %, платных услуг населению — на 8,3 % (по сравнению с таким же периодом прошлого года) [1].

Иркутская область насчитывает около 100 тыс. зарегистрированных хозяйствующих субъектов, 85 тыс. из которых являются субъектами малого бизнеса, которые обеспечивают около четверти экономически активного населения рабочими местами. Пандемия оказала крупное негативное влияние на сектор в целом. И чтобы сгладить этот эффект и помочь предприятиям справиться с кризисом, который не все могут преодолеть самостоятельно, предполагается оказание государственной поддержки [4].

Так, приняты меры в отношении категории налогоплательщиков из наиболее пострадавших в период распространения COVID-19 отраслей. К основным мерам поддержки относятся:

– установление региональных налоговых преференций по налогу, взимаемому в связи с применением упрощенной системы налогообложения (УСН) и транспортному налогу;

– освобождение от арендной платы за имущество, находящееся в государственной собственности Иркутской области;

– возможность отсрочки платы.

Фондом микрокредитования были предоставлены льготные микрозаймы, в том числе на неотложные нужды предпринимателей. В 2020 г. выдано 274 микрозайма на сумму 692,1 млн р., в том числе 66 займов на 191,2 млн р. на неотложные нужды. По антикризисным мерам при поручительстве Фонда поддержки и Центра «Мой бизнес» 120 субъектам МСП предоставлено 2,9 млрд р. на кредиты, реструктурированы кредитные договоры 39 предпринимателям на сумму 1,2 млрд р. [4].

Для более удобного взаимодействия с предпринимателями были созданы специальные каналы связи в актуальных социальных сетях, где выкладывается вся актуальная информация. Также была организована специальная горячая линия [4].

Банки региона одобрили более 5,1 тыс. заявлений на получение поддержки на общую сумму 27,3 млрд р., из них 556 на кредиты под 0 % на заработную плату на общую сумму более 1,3 млрд р. и 3 019 на сумму 7,5 млрд р. по программе льготного кредитования под 2 % [4].

В 2020 г. в Иркутской области организовывали общественные и временные работы. Работодателям предоставляются субсидии в виде частичной компенсации затрат на заработную плату трудоустроенных из числа безработных. В 2021 г. хотят выделить субсидии работодателям для трудоустройства 1 791 безработного гражданина [4].

Данные меры поддержки помогли смягчить отрицательное воздействие пандемии на малый бизнес. Однако это не означает, что все проблемы, связанные с кризисом, были решены на данный момент. В первую очередь это связано с тем, что поддержка была оказана самым пострадавшим отраслям, однако определение таких отраслей стало возможно лишь с течением времени. Из-за чего много реально пострадавших отраслей оказалось отрезанным от данного типа поддержки. Вторым фактором было то, что некоторые принятые меры лишь отодвигали реальное решение проблемы на будущее (в основном это касается лишь предоставления различных отсрочек) [3].

Согласно опросу предпринимателей, проведенному общероссийским народным фронтом (ОНФ), чуть более половины, в частности 52 %, опрошенных указали, что относятся к перечню пострадавших отраслей. Из этого числа 78 % обращались за получением субсидий, а по итогу оформить ее смогли только 54 %, что составляет около 25 % опрошенных [3].

С банками ситуация сложилась немного хуже: 51 % запрашивали или хотели бы запросить кредит для выплаты зарплат по ставке 0 %, 42 % — кредит по ставке 8,5 %. Но 74 % получили отказ в оформлении льготного кредита по ставке 0 %, и еще больше (87 %) — отказ в оформлении кредита под 8,5 % [3].

Из сложившейся ситуации можно сделать вывод, что еще не все последствия пандемии были рассмотрены и, возможно, какие-то принятые меры были поспешными. Однако участие в программах поддержки оказало положительное влияние на целостность сектора предпринимательства и позитивные взаимоотношения между государством и малым бизнесом. Таким образом, можно заметить, что охват малого бизнеса различными мерами поддержки существенно возрос. Ведь раньше в опросе предпринимателей было сложно выявить даже 1 % бенефициаров государственной поддержки [2].

По общей картине можно сказать, что малый бизнес преодолел первые волны кризиса. В 2021 г. заметны восстановительные процессы и по оборотам, и по численности. Стратегические документы правительства нацеливают вектор развития малого бизнеса не просто на восстановление, а на активный рост данного сектора, который, в частности, будет очень сильно зависеть от спада пандемии.

Список использованной литературы

1. Болотов Р.Н. Экономика города понесла меньший ущерб от пандемии, чем прогнозировалось / Р.Н. Болотов. — URL: https://www.interfax-russia.ru/exclusives/mer-irkutska-ruslan-bolotov-ekonomika-goroda-ponesla-menshiy-ushcherb-ot-pandemii-chem-prognozirovalos.

2. Выжутович В.В. Как малый бизнес перенес нашествие коронавируса / В.В. Выжутович // Российская газета. — № 239 (8590) — URL: https://rg.ru/2021/10/19/kak-perenes-malyj-biznes-nashestvie-koronavirusa.html.

3. Выжутович В.В. Тест на ковид. Жизнь после. Малый бизнес / В.В. Выжутович // Российская газета. — 2021. — Вып. от 7 июня. — URL: https://rg.ru/2021/06/07/tema-s-sociologom-aleksandrom-chepurenko.html.

4. Люстрицкий Д.Г. Всем предпринимателям Иркутской области помогают в пандемию коронавируса / Д.Г. Люстрицкий // Общественно-политическая газета «Областная». — 2021. — Вып. от 26 мая. — URL: https://www.ogirk.ru/2021/05/26/vsem-predprinimateljam-irkutskoj-oblasti-pomogajut-v-pandemiju-koronavirusa.

Информация об авторах

Дунаев Дмитрий Алексеевич — магистрант, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: irkdandy@gmail.com.

Винокурова Мария Викторовна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: mariav1982@mail.ru.

Authors

Dmitry A. Dunaev — Master's Degree Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: irkdandy@gmail.com.

Maria V. Vinokurova — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: mariav1982@mail.ru.

© Дунаев Д.А., Винокурова М.В., 2022

УДК 332.142

А.В. Самаруха

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СТРАНЕ И РЕГИОНАХ

Современные факторы развития экономики России и ее регионов все в большей мере формируют трудности и проблемы деятельности малого и среднего предпринимательства в большинстве сфер производства товаров и предоставления услуг. Затянувшийся период перманентных локдаунов и социальных ограничений, связанный с угрозами распространения пандемии коронавируса Ковид-19, наряду с усилением санкций, связанных с обострением военно-политической конфронтации на западных рубежах нашей страны, а также формированием энергетических и финансовых кризисных явлений определяет как снижение потребительской способности населения, так и сворачивание предпринимательской инициативы малых и средних форм и размеров, прежде всего в торговле, транспорте и, соответственно, в малом производстве. В свете необходимости проведения цифровизации экономики и реализации стратегических задач страны МСП в регионах требует целевого ориентирования и стимулирования к активному развитию в формирующихся условиях новой нормальности.

Ключевые слова: малое и среднее предпринимательство; страна; регион; проблемы; экономический спад; перспективы; малые формы промышленного производства.

A.V. Samarukha

CURRENT PROBLEMS OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE COUNTRY AND REGIONS

Modern factors of the development of the economy of Russia and its regions increasingly form the difficulties and problems of small and medium-sized enterprises in most areas of production of goods and the provision of services. Prolonged period of permanent lockdowns and social constraints associated with threats to the spread of the Kovid-19 coronavirus pandemic, Along with the intensification of sanctions related to the aggravation of military-political confrontation on the western borders of our country, as well as the formation of energy and financial crises, defines as a decrease in the consumer capacity of the population, and the curtailment of small and medium-sized entrepreneurial initiatives, first of all, in trade, transport and, accordingly, in small production. In the light of the need to digitalize the economy and implement the country's strategic goals, SMEs in the regions require targeted orientation and incentives for active development in the emerging conditions of a new normality.

Key words: small and medium-sized enterprises; country; region; problems; economic recession; prospects; small forms of industrial production.

Современные условия развития глобальной экономики формируют факторы развития экономики России и ее регионов. Международная повестка дня ООН [2] определяет несистемное малое и среднее предпринимательство угрозой устойчивому развитию. Крупные транснациональные корпорации выстраивают новые бизнес-модели [4], которые предполагают расширение собственной доли на всех рынках продовольственных, промышленных товаров, бытовых и транспортных услуг. Кроме того, затянувшийся период перманентных локдаунов и социальных ограничений, связанный с угрозами распространения пандемии коронавируса Ковид-19 [8], наряду с усилением санкций [3], связанных с обострением военно-политической конфронтации на западных рубежах нашей страны, а также формированием энергетических и финансовых кризисных явлений, определяет, как снижение потребительской способности населения, так и сворачивание предпринимательской инициативы малых и средних форм и размеров, прежде всего, в торговле, туризме, транспорте и, соответственно, в малом производстве. Все в большей мере формируются трудности и проблемы в деятельности малого и среднего предпринимательства в большинстве сфер производства товаров и предоставления услуг, что требует ответной реакции как со стороны МСП, так и со стороны научного сообщества.

Целью научной статьи является выявление, систематизация и ранжирование современных проблем малого и среднего предпринимательства в стране и регионе, а также разработка рекомендаций по формированию устойчивых промышленных предпринимательских сетей малых и средних размеров в составе ТНК. Задачами исследования определены: обобщение экспертных мнений по вопросам проблем и перспектив развития малого и среднего предпринимательства, систематизация ключевых трудностей с учетом тяжести и масштабности угроз усиления, а также разработка концептуальных рекомендаций по формированию устойчивых предпринимательских сетей из малых и средних индустриальных предприятий, производящих продовольственные и промышленные товары, бытовые и транспортные услуги, в составе ТНК.

Методами и приемами познания в исследовании выбранной темы послужили: обобщение, систематизация, ранжирование, дедукция, логика, моделирование сценария, формирование концепции, разработка рекомендаций.

В свете необходимости проведения цифровизации экономики и реализации стратегических задач страны МСП в регионах требует целевого ориентирования и стимулирования к активному развитию в формирующихся условиях новой нормальности. Создаваемый новый глобальный экономический порядок [6] определяет новые ориентиры. С одной стороны, свободное предпринимательство, действительно, изыскивая оптимальные варианты извлечения прибыли, способно нарушать баланс устойчивого развития. С другой стороны, социальное равновесие в рыночной экономике возможно лишь при наличии устойчивой многочисленной прослойки среднего класса в обществе, соответственно, сокращение рабочих мест в отраслях в следствие максимальной автоматизации и роботизации производственных процессов повлечет необходимость создания рабочих мест в свободных отраслях, какими для сырьевых регионов являются все направления импортозамещения.

Для определения возможной структуры промышленного МСП в период следующих 20–30 лет необходимо перечислить современные структурные проблемы и их характеристики, определить степень негативного и стимулирующего влияния на экономику и социальную сферу.

Структура экономики современного этапа претерпевает трансформацию основополагающих принципов рыночного капитализма, к таким относится право на частную собственность, конфиденциальность и тайна личной информации, свобода выбора, право на достойный оплачиваемый труд, право на свободное предпринимательство и т.д. Попеременно, на протяжении двух десятилетий, а в последние восемь лет, начиная с проявления активной фазы международных антироссийских санкционных мер, особенно остро, изменяются правила ведения крупного бизнеса, что находит свое отражение на уровне МСП.

Первой проблемой структурного устройства экономики России и ее регионов можно обозначить существенно более низкий уровень МСП в перечне направлений социально-экономического развития, при том, что, согласно оценке экспертов, реальная доля предпринимательства на порядок ниже, так как львиная часть учитываемого в качестве МСП сектора представлена аффилированными с ТНК компаниями, в целях так называемого легального снижения налогообложения и которые, по сути, являются конторами по обеспечению отмывания или иного теневого финансового механизма. Тогда как реальная доля МСП в экономике не превышает 3 % ВВП. Еще и межрегиональная дифференциация, в соответствии с базовым разделением труда, определяет, что густонаселенные регионы с развитым производством и рынком потребления имеют долю МСП выше, а сырьевые малонаселенные регионы, в экономике которых преобладает добывающая промышленность, обладают низким уровнем развития МСП. Эта проблема формируется многими факторами как ментального и культурного образования граждан — экономического характера, так и нормативно-правовыми ограничениями государственного аппарата экономики, а также внешними факторами макроэкономики, к числу которых относятся все санкционные ограничения прошедших трех десятилетий рыночной эпохи. Многие огрехи системы управления прошедших лет рыночных реформ на практике привели к отсутствию в экспортно-сырьевых регионах стабильного многочисленного и весомого в структуре ВВП сектора социально-экономического устройства общества — класса малого и среднего предпринимательства.

Второй структурной проблемой современного развития МСП можно назвать стратегический дисбаланс целей развития. С одной стороны, существует набор стратегических ориентиров, национальных проектов, программ федеральной, региональной и муниципальной, а также международной поддержки и множество стратегических документов отраслевого и регионального уровня, что вселяет надежду, как минимум, среди молодёжи, но они не станут ждать также долго как их родители. С другой стороны, поддерживаемое глобальными финансовыми институтами стратегическое движение по устойчивому развитию, которое совпадает с отечественными стратегическими документами по технологиям и отдельным концептуальным целям, в частности в аспекте цифровизации и хранения баз данных по россиянам на серверах ТНК из США, однако, в глобальных вопросах

гуманистического развития человечества существенно расходятся с общенародными духовными ценностями. Данный аспект в так называемой Повестке дня 2030 ООН обозначил, что свободное предпринимательство может стать угрозой для устойчивого развития, как в следствии теневой вовлеченности, так и по причине сложной подконтрольности и сомнительности возможности единогласной солидарности в вопросах сбалансированного социо-эколого-экономического развития, по представлениям ООН. Кроме того, излишняя образованность и финансовая обеспеченность, присущие как раз классу предпринимателей способствуют излишнему потреблению и, соответственно, лишнему производственному использованию природных ресурсов и загрязнению окружающей среды. Возникает моральное напряжение и неуверенность в будущем, не способствующее развитию предпринимательских инициатив в обществе.

Третьей структурной проблемой развития МСП, в том числе сырьевых регионов России, можно назвать активную цифровую и технологическую трансформацию общества и экономики, что определяет смену форматов ведения средних, малых и микроформ бизнеса, включая самозанятых. С одной стороны, внедрены и масштабно развиваются элементы автоматизации и цифровых коммуникаций, облегчающие и упрощающие процессы учета, передачи управляющих команд и финансовых платежей. С другой стороны, отсутствие альтернативных возможностей ведения бизнеса в полностью защищенных информационных условиях разрушает саму идею коммерческой тайны, тайны интеллектуальной собственности, тайны коммерческой переписки и т.д. Дата-контроль и киберпреступность неизбежно грядущей цифровой эпохи [7] определяют необходимость введения в отчет о прибылях и убытках обязательной статьи — «расходы на информационную безопасность», и логично, чтобы она снижала налогооблагаемую прибыль, а не как сейчас — цифровая модернизация для обеспечения информационной безопасности производится за счет прибыли.

Четвертая проблема имеет статус усилителя первых трех проблем — это перманентно действующий режим социальных ограничений, вводимый в связи с угрозой распространения пандемии коронавируса Covid-19. Перевод на дистанционные формы большого числа социальных учреждений, объявление локдаунов, внедрение QR-кодирования и квазикарантинных мер напрямую способствует масштабированию цифровизации, усиливает снижение уверенности в возможностях свободного предпринимательства, ограничивает и удорожает контакты с партнерами и клиентами, формирует новые направления жесткой конкуренции — «на выживание», в фармацевтической сфере, в аспекте биологической безопасности. Наибольший ущерб пандемические явления нанесли туристической сфере, в которой уровень МСП находится на высоком уровне, выше только в торговле.

Наиболее весомой для перспективного развития МСП, на наш взгляд, является вторая проблема, так как она приведет к захвату и контролю рынков силами ТНК что, следовательно, приведет к существенному сокращению и вытеснению МСП в теневой сектор. Первая проблема может быть устранена только на высоком государственном уровне, через внедрение высоких стандартов экономической культуры в обществе, на новых правовых принципах. Третья проблема может стать хорошей возможностью для решения и первой, и второй, и четвертой

проблем, так как имеет потенциал прорывного технологического развития регионов [5], в том числе сырьевых, в достаточно короткие сроки. Однако в концептуальном плане предлагаемые ниже рекомендации потребуют от государства структурной крупномасштабной стратегической реконструкции.

В свете сочетания стратегических ориентиров России, ее регионов и отраслей с объективными факторами глобального уровня и региональной локации, учитывая возможную политическую связанность всех направлений проблематики, важно отметить, что конфронтацию интересов до уровня внутреннего гражданского конфликта, считаем, нецелесообразной. Соответственно, считаем возможным применение адаптационного подхода к стратегии развития МСП в регионах в зависимости от существующей структуры ВРП.

В случае с сырьевыми регионами, в структуре экономики которых преобладают добывающие и первичные обрабатывающие производства, необходимо уравновесить промышленность отраслями, повышающими автономность и автотрофность [1] производства и замещающие импорт в потреблении. Соответственно, для активизации развития промышленного МСП необходимо стратегически определить вхождение технологических предпринимательских кластеров в производственно-сбытовые цепочки ТНК, тем самым систематизируя предложение и ограничивая потребление с экологической точки зрения на устойчивое развитие. Важно выбрать эффективные финансовые инструменты развития технологического предпринимательства — лучшим способом, на наш взгляд, может стать инженерно-техническая бизнес франшиза, отвечающая требованиям стандартов устойчивого развития, включенная в финансовые программы и производственно-сбытовые цепочки реально действующих бизнес моделей.

Предлагаемое концептуальное решение проблемы предпринимательства в условиях реализации стратегии устойчивого развития выражается в предложении соединить инженерно-техническую предпринимательскую инициативу граждан с технологически оснащённой системой управления и поддержки отраслевого развития, в едином стратегическом векторе. Считаем целесообразным формирование на региональном уровне устойчивых предпринимательских сетей из малых и средних индустриальных предприятий, производящих продовольственные и промышленные товары, бытовые и транспортные услуги, в составе производственных и сбытовых сетей ТНК, что станет тематикой будущих научных исследований.

Список использованной литературы

1. Багайников М.Л. Автотрофность как императив социально-экономического развития региона / М.Л. Багайников. — DOI 10.17150/2500-2759.2017.27(3).359-365 // Известия Байкальского государственного университета. — 2017. — Т. 27, № 3. — С. 359–365.

2. Босхолов С.С. Криминологическая оценка результатов математического моделирования динамики процессов изменения численности народонаселения в целях критики преступных идей неомальтузианства / С.С. Босхолов, А.П. Миронов, Т.М. Судакова. — DOI 10.17150/2500-4255.2019.13(5).727-739 // Всероссийский криминологический журнал. — 2019. — Т. 13, № 5. — С. 727–739.

3. Глазьев С.Ю. Оценка влияния санкций и других кризисных факторов на состояние российской экономики / С.Ю. Глазьев, В.В. Архипова // Российский экономический журнал. — 2018. — № 1. — С. 3–29.

4. Делягин М.Г. Конец эпохи. Осторожно: двери открываются! / М.Г. Делягин. — М. : Книжный мир, 2019. — Т. 1: Общая теория глобализации. — 832 с. — ISBN 978-5-6041887-7-4.

5. Делягин М.Г. Стратегия «Большого рывка» / М.Г. Делягин, С.Ю. Глазьев, А.И. Фурсов. — М. : Алгоритм, 2013. — 239 с. (Меч Империи). — ISBN 978-5-4438-0543-6.

6. Иноземцев В.Л. Экономика без догм. Как США создают новый экономический порядок / В.Л. Иноземцев. — М. : Альпина Паблишер, 2021. — 266 с. — ISBN 978-5-9614-5976-0.

7. Серебренникова А.В. Криминологические проблемы цифрового мира (цифровая криминология) / А.В. Серебренникова. — DOI 10.17150/2500-4255.2020.14(3).423-430 // Всероссийский криминологический журнал. — 2020. — Т. 14, № 3. — С. 423–430.

8. Филиппов В.Н. Трансформация информационно-коммуникационных стратегий коммерческих структур в период постпандемии и экономической турбулентности / В.Н. Филиппов. — DOI 10.17150/2308-6203.2021.10(2).351-365 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2021. — Т. 10, № 2. — С. 351–365.

Информация об авторе

Самаруха Алексей Викторович — доктор экономических наук, профессор, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: samarukha_alex@mail.ru.

Author

Alexey V. Samarukha — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: samarukha_alex@mail.ru.

© Самаруха А.В., 2022

УДК 336.14:353(57)

Н.П. Склянова, Н.А. Брянская

СТРАТЕГИИ ВЫСОКИХ, СРЕДНИХ И НИЗКИХ ЦЕН, ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ КОМПАНИЯХ

Раскрыта сущность цены в экономической рыночной системе и роль ценовой стратегии маркетинга. Отмечено, что цена является главным мерилом общественных расходов, поскольку она управляет экономикой через перераспределение ценностей между экономическими субъектами. Осуществлен анализ факторов и конкурентоспособных стратегий ценообразования, влияющих на формирование. Конкурентоспособные стратегии ценообразования в системе управления ценами выделяют на основе двух критериев: конкурентных преимуществ, базирующихся на ценовом факторе или на неценовом, и величине целевого рынка.

Ключевые слова: цена; расходы; спрос; предложение; маркетинговая деятельность; ценовые стратегии; качество.

N.P. Sklyanova, N.A. Bryanskaya

HIGH, MEDIUM AND LOW-PRICE STRATEGIES, APPLICATION FEATURES IN DOMESTIC AND FOREIGN COMPANIES

The essence of the price in the economic market system and the role of the price strategy of marketing are revealed. It is noted that the price is the main measure of public spending, since it controls the economy through the redistribution of values between economic actors. The analysis of factors and competitive pricing strategies influencing the formation is carried out. Competitive pricing strategies in the price management system are distinguished on the basis of two criteria: competitive advantages based on the price factor or non-price factor, and the size of the target market.

Keywords: price; costs; demand; supply; marketing activities; pricing strategies; quality.

Цена как инструмент перераспределения стоимости служит базисом экономического благополучия рыночных агентов, формируя экономический интерес и опосредует продовольственную безопасность государства.

Стратегически важной задачей и основой конкурентных преимуществ товаропроизводителей и сбытовых организаций, поставляющих продукцию на рынок, является постановка не только интересов потребностей потребителей, но и формирование взвешенной ценовой политики, в которой перекрестится большинство экономических, социальных и экологические проблемы нации. По мнению одного из профессионалов по ценообразованию, «эффективное создание, распространение и продвижение продукта является лишь посевом фурора в бизнесе, но обдуманное ценообразование — это его сбор» [20]. Однако многие отечественные

предприятия не уделяют должного внимания вопросам ценовой политики, разработке научно обоснованных стратегий по ценообразованию, несмотря на их значимость.

Решение трудности просит при выборе способов ценообразования товаропроизводителями учитывать все причины, влияющие на процесс ценообразования, а конкретно: маркетинговые цели, выбранную маркетинговую стратегию, издержки производства, особенности организационной структуры компании; природу рынка и спроса, конкуренцию и другие составляющие внешней маркетинговой среды.

В этом контексте очень актуален и важен вопрос формирования ценовых стратегий компаний для заслуги маркетинговых целей, укрепления рыночных позиций на внутреннем и наружном рынках продукции.

Анализ последних исследований и публикаций. Актуальным проблемам исследования теории и практики цен и ценообразования в рыночной экономике, формированием ценового механизма как базиса экономического интереса хозяйствования в аграрном секторе, усовершенствованием ценовой политики для государственного регулирования аграрного рынка в современных геополитических условиях посвящены труды многих отечественных и зарубежных ученых. Наиболее известные труды Г. Амстронга [1], В.Г. Андрийчука [2], Я.К. Белоусько [3], П. Ваневского [21], Р. Голдена [20], Т. Нагле [20], Б.Й. Пасхавера [8], Ф. Котлера [1], П.Т. Саблука [9], О.Г. Шпикуляка [11], О.М. Шпичака [13], Н.Л. Зайцева [17], Н. Симона [18], А. Смита [10] и др.

Высоко оценивая их научное наследие, следует отметить, что вопросы ценовой политики, формирования ценовых стратегий в производстве имеют определенные особенности, связанные с современными глобальными тенденциями формирования рынка продукции и т.д., которые пока не привлекли должного внимания в научной среде и определили цель нашего исследования.

Цель и задачи исследования — раскрыть роль цены в экономической рыночной системе в маркетинговой стратегии, осуществить анализ факторов и конкурентоспособность стратегий ценообразования, влияющих на формирование цен на продукцию, разработать стратегию маркетинговой деятельности предприятий по показателям «цена — качество» лидерства на рынке по показателям качества.

Полученные результаты. Важной составляющей маркетингового комплекса и основой маркетинговых целей предприятий является цена. Цена напрямую зависит от взвешенности системы экономических отношений, выступая средством взаимосвязи между продавцом и покупателем на рынке.

В контексте развития экономической науки рассмотрим сущность и роль цен в экономической системе в зависимости от этапов исторического развития.

Наиболее фундаментально цену в экономической рыночной системе рассмотрел представитель классической политической экономии Адам Смит, подняв вопрос соотношения цен и отметил, что в любой момент времени рыночная цена определяется спросом и предложением. По его концепции в основу цены положена стоимость товара как сумма нормальных компенсаций, уплачиваемых за факторы, использованные в производстве. Следовательно, естественная цена в ре-

альном мире определяется производственными затратами в денежном выражении, состоящими из заработной платы, ренты и прибыли, которые сами являются естественной ценой рабочей силы, земли и капитала [4, с. 116].

В маркетинговом смысле цена — это рыночная стоимость сделки в соответствии с ожиданиями продавца и покупателя, предусмотренная преимущественно в денежном выражении [14, с. 16]. Это означает, что прежде, чем установить цену, предприятие должно выбрать стратегию сбыта своего товара.

В то же время заслуживает внимания научный подход известных американских маркетологов Ф. Котлера и К. Фокса, выделяющих шесть целей ценовой стратегии, а именно [16, с. 244–247]:

1. Выживание на рынке. К этой цели стремятся, когда выживание на рынке более важно, чем прибыльность в краткосрочной перспективе. Предприятия, ставящие перед собой такого типа цель, готовы снизить цены, однако это можно сделать только на короткое время.

2. Максимизация текущей прибыли.

3. Максимизация текущего дохода.

4. Максимизация роста числа клиентов или объемов продаж. Такая цель базируется в предположении, что потребители очень чувствительны к цене. Для достижения этого цены устанавливаются на максимально низком уровне, что позволяет проникнуть на целевой рынок.

5. Завоевание лидерства по показателям качества товара. Для достижения этой цели применяется стратегия высочайшего качества, заключающаяся в том, что предприятие повышает цену, чтобы построить престиж, при котором покупатели констатировали бы свою убежденность в том, что они покупают элитные продукты.

6. Возврат операционных расходов функционирования на рынке.

Следует отметить, что формирование стратегий ценообразования может осуществляться на основании одного критерия — уровня цен, или же на основе совокупности определенных критериев.

Стратегия высоких цен применяется, когда предприятие реализует свою продукцию по ценам выше средних на рынке. Для того чтобы так можно было действовать, продукция должна отличаться чем-то исключительным и одновременно важно, чтобы клиент был готов заплатить более высокую цену. Продукция, для которой применяется такая ценовая стратегия, предназначена для узкой клиентуры, поскольку продукция характеризуется высоким качеством. В ситуации, когда производитель испытывают проблемы со сбытом своей продукции, они продают ее по средним ценам, которые соответствуют продукции, произведенной по обычным технологиям. Стратегия средних цен, часто называемых нейтральными ценами, используется большинством отечественных предприятий.

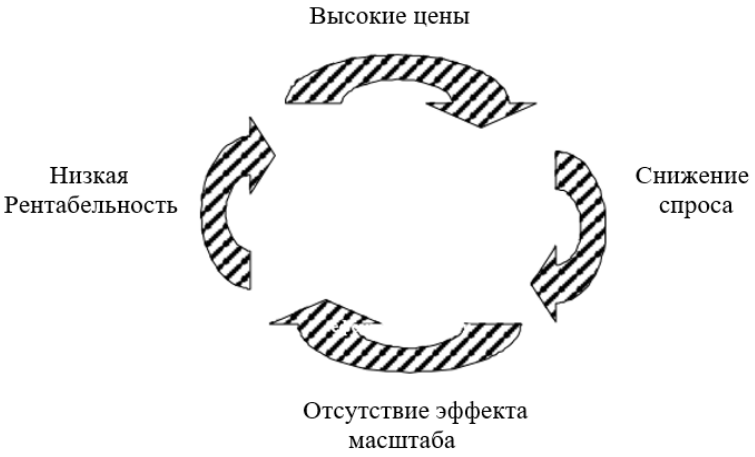
Стратегия низких цен — стратегия, в которой важнейшим инструментом для конкуренции является низкая цена. Именно такая цена отличает бренд на рынке. Предприятия, использующие эту стратегию, предлагают свою продукцию по ценам ниже средних на рынке. Эффективное использование этой стратегии возможно, если спрос на данный товар эластичен по цене, поскольку цена ниже

цены конкурентов дает возможность привлекать больше клиентов, что соответственно ведет к увеличению прибыли за счет наращивания объемов производства.

Следовательно, ценовая стратегия является одной из важных маркетинговых стратегий (вместе со стратегией продукта, дистрибуции, продвижения и стратегией персонала). Выбранная ценовая стратегия должна соответствовать другим стратегиям предприятия. Ценовая стратегия не учитывает аспекты конкуренции между производителями или между дистрибьюторами, поскольку конкуренция на рынке связана между участниками рынка и операторами, предлагающими традиционные продукты.

Сертифицированное предприятие, формируя свою стратегию цен, должно руководствоваться целями, к которым оно стремится. Цели стратегии ценообразования могут иметь защитный характер, когда предприятие ориентировано на выживание или защиту существующей рыночной позиции, поэтому в процессе установления цен на продукцию следует учитывать как внутренние, так и внешние факторы. К внутренним факторам относятся: себестоимость производства продукции, ее инновационность и уникальность, этап жизненного цикла, а также соответствие цены ожиданиям покупателей. В то же время, цены на продукцию должны учитывать затраты, связанные с применением методов производства.

Именно так вместо процесса приспособления цен к уровню спроса и предложения раскручивается спираль роста цен, на что обратил внимание немецкий ученый А. Спиллер, обосновав модель порочного круга ценовой стратегии (рис.) [19].



Порочный круг ценовой стратегии рынка

Из вывода аналитиков немецкого рынка следует, что для того, чтобы выйти из порочного круга, разница между ценами на необычные и обычные продукты не должна превышать 20 % [22].

Установление цен на основе спроса определяет верхний предел допустимого ценового диапазона. Эта стоимость определяется через цену продукта либо сервисы в восприятии покупателей, которые считают, что очень высочайшие цены ограничивают спрос.

Покупатели неоднократно делают выводы о ценности продукции, изучая цены, устанавливаемые конкурентами на аналогичную продукцию. В этой ситуации предприятие должно основывать свою цену, главным образом, на ценах конкурентов, применяя конкурентоспособную стратегию ценообразования.

Конкурентоспособные стратегии ценообразования в системе управления ценами выделяют на основе двух критериев: конкурентных преимуществ, базирующихся на ценовом факторе или неценовом, и величине целевого рынка (табл.).

Конкурентоспособные стратегии в системе управления*

Величина целевого рынка	Конкурентное преимущество	
	Цена	Льгота
Широкий	Общее ценовое лидерство	Общая дифференциация льгот
Узкий	Направленное ценовое лидерство	Направленная дифференциация льгот

* Составлена по: [16, с. 66].

Учитывая двухмерную классификацию ценовых стратегий, можно осуществить разделение стратегий ценообразования с учетом уровня цен и уровня качества продукции, а также распределением конкурентных стратегий в управлении ценами. В соответствии с этой классификацией, которая базируется на уровнях цен и качества, можно выделить девять ценовых стратегий в маркетинговой деятельности предприятий по показателям цена — качество.

В деятельности субъектов вышеуказанные варианты зависят от намерений предприятия, его товара, сегмента рынка и многих других составляющих маркетингового комплекса, формирующих стратегию маркетинговой деятельности.

В целом ценообразование на рынке продукции формируется под влиянием высокого уровня затрат на ее производство, где высокое качество и специфические оздоровительные свойства продуктов играют важнейшую роль для потребителя.

Таким образом, из проведенного исследования следует, что соотношение цен по сравнению с ценами на обычную продукцию влияют: более высокие затраты на производство, каналы распределения, уровень переработки и ее высокие качественные свойства.

Значение цены в качестве маркетингового инструмента на рынке относительно невелико, потому что ценовая эластичность спроса по цене незначительна, а конкуренция преимущественно базируется на внеценовых инструментах. Так, когда производитель позиционируются на рынке, основываясь на неценовых факторах, цена в целом определяется качеством товара, методами стимулирования сбыта и каналами распространения, ведь потребитель ищет товар, обеспечивающий ему максимальную ценность с точки зрения оптимального сочетания цены и преимуществ товара предметом дальнейших научных исследований.

Список использованной литературы

1. Амстронг Г. Маркетинг. Общий курс : учеб. пособие / Г. Амстронг, Ф. Котлер. — 5-е изд.— Москва : Изд. дом «Уильямс», 2001. — 608 с.

2. Андрийчук В.Г. Экономика предприятий : учебник / В.Г. Андрийчук. — Москва : МНЭУ, 2013. — 779 с.

3. Белоусская Я.К. Методологические основы ценового регулирования общественного воспроизводства / Я.К. Белоусская // Экономика АПК. — 1997. — № 11. — С. 22–30.

4. Блауг М. Экономическая теория в ретроспективе / М. Блауг ; пер. с англ. И. Дзюба. — Москва : Изд-во Саломеи Павлычко «Основы», 2001. — 670 с.

5. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теория и практика : учеб. пособие / В.Г. Герасимчук. — Москва : Высш. шк., 1994. — 327 с.

6. Экономическая энциклопедия. В 3 т. / редкол.: С.В. Мочерный (отв. ред.) и др. — Киев : Изд. центр «Академия», 2002. — Т. 3. — 952 с.

7. Зайцев Н.Л. Краткий словарь экономиста / Н.Л. Зайцев. — Москва : ИНФРА-М, 2006. — 3-е изд. — 160 с.

8. Пасхавер Б.Й. Цены производства и потребления продовольственного рынка / Б.Й. Пасхавер // Экономика РФ. — 2007. — № 12. — С. 51–61.

9. Саблук П.Т. Ценообразование в период рыночного реформирования АПК / П.Т. Саблук. — Москва : ННЦ ИАЭ, 2006. — 440 с.

10. Смит А. Теория нравственных чувств / А. Смит. — Москва : Респ., 1997. — 351 с.

11. Шпикуляк О.Г. Институции рынка / О.Г. Шпикуляк. — Москва : ННЦ ИАЭ, 2009. — 480 с.

12. Шпичак О.М. Обоснование цены на продукцию / О.М. Шпичак // Экономический справочник. — Москва : Пресса РФ, 2003. — С. 309–310.

13. Шпичак О.М. Ценовой механизм / О.М. Шпичак // Экономика: состояние, тенденции и перспективы развития. — Москва : ИАЭ УААН, 2002. — 647 с.

14. Karasiewicz G. MargetingoweStrategiecen / G. Karasiewicz. — PWE, Warszawa, 1997.

15. Kotler P. Kotler on Marketing / P. Kotler. — New York : The Free Press, 1999. — P. 142–148.

16. Kotler P. Strategy Marketing for Educational Institutional / P. Kotler, K. Fox. — Prentice Hall : Engle-woodCliffs, 1983.

17. Pilarczyk B. Marketing ekologicznych produktow zywnosciowych / B. Pilarczyk, R. Nesterowcz. — Warszawa : Wydawnictwo Oficyna ; Wolters Kluwer business, 2010. — 260 s.

18. Simon H. Zarzadzanie cenami / H. Simon. — Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 1996.

19. Spiller A. Preispolitik fur okologische Lebensmittel, Eine neoinstitutionalistische Analyse / A. Spiller // Agrarwirtschaft. — 2001. — № 7. — S. 451–461.

20. Nagle T.T. The Strategy and Tactics of Pricing / T.T. Nagle, R.K. Holden. — 2nd ed. — Upper Saddle River, NJ : Prentice Hall, 1995). — P. 1.

21. Wianowski P. Strategiecenowe / P. Wianowski. — PWE, Warszawa, 2003.

22. Dienel W. Entwicklung von Kooperationsvorhaben zwischen Landwirtschaft, Marken-Herstellern und konventionellen Handelsketten zur Überwindung von Schnittstellenproblemen und Ineffizienzen innerhalb der Öko-Marketingkette (Dritter

Zwischenbericht zu 2005) / W. Dienel, Jö. Kunz. — Berlin, 2006. — URL: http://orgprints.Org/7295/l/7295-03OE292-ble-dienel-et-al-2006-kooperation-zwischen.pdf.

Информация об авторах

Склянова Наталья Павловна — студент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: nataskl060318@gmail.ru.

Брянская Наталья Александровна — кандидат экономических наук, доцент, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: BryanskayaNA@bgu.ru.

Authors

Natalia P. Sklyanova — Student, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: nataskl060318@gmail.ru.

Natalia A. Bryanskaya — Ph.D. in Economics, Associate Professor, Department of Enterprise Economics and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: BryanskayaNA@bgu.ru.

© Склянова Н.П., Брянская Н.А., 2022

УДК 334.021.1

А.В. Юсупова

«КАРАНТИННЫЙ БИЗНЕС»: АНАЛИЗ ДВУХЛЕТНЕГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В БАЙКАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ

Субъекты малого и среднего предпринимательства традиционно обособляются в обороте по причине необходимости выполнения государством в их отношении различных поддерживающих и обеспечительных мер. Подобная компенсаторная функция необходима для того, чтобы нивелировать естественный недостаток опыта грамотного ведения бизнеса и отсутствие достаточной материально-технической базы для воплощения идей стартапа. В этой связи любые экстраординарные события требуют от инфраструктуры поддержки малого бизнеса максимальной оперативности в принятии и адаптации механизмов развития. События последних двух лет предопределили интерес автора статьи к изучению и обобщению действующих программ поддержки представителей малого и среднего предпринимательства в Иркутской области.

Ключевые слова: малый бизнес; государственная программа поддержки; подпрограмма; акселерация; предпринимательство.

A.V. Yusupova

«QUARANTINE BUSINESS»: ANALYSIS OF TWO YEARS' EXPERIENCE OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT ENTREPRENEURSHIP IN THE BAIKAL REGION

Subjects of small and medium-sized enterprises are traditionally isolated in the turnover due to the need for the state to perform various supporting and security measures in relation to them. Such compensatory function is necessary in order to level the natural lack of experience of competent business conduct and lack of sufficient material and technical base to implement startup ideas. In this connection any extraordinary events require the infrastructure of small business support to be as quick as possible in adopting and adapting development mechanisms. The events of the last two years predetermined the author's interest to study and summarize the existing programs to support representatives of small and medium-sized businesses in the Irkutsk region.

Keywords: small business; state support program; subprogram; acceleration; entrepreneurship.

Социально-экономический вызов, предопределенный в 2020 г. сложившейся санитарно-эпидемиологической обстановкой мирового масштаба, неизбежно был брошен и каждому отдельно взятому представителю отечественного бизнеса. Прецедентов кризисных явлений подобного уровня и содержательного проявления современная российская экономика еще не адаптировала. В этой связи

представляется важным и своевременным рассмотреть, каким образом государственный аппарат с помощью имеющегося в его арсенале и вновь принятого правового инструментария смог обеспечить надлежащее развитие субъектов малого и среднего предпринимательства (далее — МиСП, малый бизнес).

С учетом вышесказанного, автором поставлена цель изучения и критического анализа действующих федеральных и региональных программ поддержки и развития малого бизнеса. Во исполнение обозначенной цели в ходе исследования последовательно решены следующие задачи:

1. Уяснить круг действующих нормативных документов, опосредующих меры поддержки в отношении как субъектов МиСП, так и институтов развития в качестве элементов инфраструктуры поддержки на территории Иркутской области.

2. Оценить, были ли скорректированы и адаптированы под новые социально-экономические обстоятельства указанные документы стратегического планирования и прогнозирования.

3. Проанализировать, каким образом период 2020–2021 гг. отразился на содержании, порядке и эффективности оказания запланированных нормативной документацией мероприятий по развитию региональных форм МиСП.

При проведении исследования автором были использованы как общенаучные (диалектический, логический и системный), так и специальные юридические (формально-юридический, сравнительно-правовой) методы познания.

Пожалуй, ключевым документом, определяющим направления и способы поддержки представителей бизнес-сообщества в Иркутской области, следует считать актуальную государственную программу, рассчитанную на срок реализации в 2019–2024 гг. — «Экономическое развитие и инновационная экономика», принятую в конце 2018 года [9]. Целевая установка документа предполагает обеспечение с помощью предусмотренных механизмов поддержки устойчивого роста предпринимательства в регионе как за счет внедрения инновационных технологий, так и привлечения инвестиций. Разумеется, широта заявленной цели потребовала структурного разделения документа на подпрограммы, среди которых первостепенное значение уделялось подпрограмме «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области». В свою очередь, достижение целевых показателей подпрограммы предполагалось за счет основных мероприятий — от довольно консервативных вариантов в виде финансовой поддержки и развития инфраструктуры поддержки МиСП до смелого решения увеличить показатели молодежного предпринимательства.

Значимость обозначенной региональной подпрограммы усилилась принятием в конце декабря 2018 г. на федеральном уровне национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [10], к реализации мероприятий которого Байкальский регион подключился с 2019 г. В частности, подпрограмма пополнилась тремя региональными проектами: «Акселерация субъектов МиСП», «Расширение доступа субъектов МиСП к финансовой поддержке, в том числе к льготному финансированию» и «Популяризация предпринимательства» [4]. Всего по стране было запущено 12 подобных проектов (например, «Цифровая экономика», «Наука» и пр.) с

планируемым финансированием из бюджетов всей бюджетной системы страны чуть больше 18 трлн р., из которых около 13 — из федерального бюджета.

Увы, следует согласиться с С.С. Гороховой, которая констатирует «недостаточную согласованность целей и задач национальных проектов и государственных программ», что в итоге делает конечный результат крайне непредсказуемым, несмотря на внушительное финансовое обеспечение, по причине запутанной схемы распределения мероприятий национального проекта по программам либо включения нескольких проектов в одну программу [2, с. 43].

Возвращаясь на нашему региону, отметим, что позднее постановлением Правительства Иркутской области от 11.10.2019 г. № 846-пп был изменен перечень мероприятий, предусмотренных региональной подпрограммой: от специализации на молодежном предпринимательстве было принято решение отказаться, в качестве ключевых заявлялись — усиление рыночных позиций представителей МиСП, повышение эффективности господдержки, в том числе тем предпринимателям, которые ведут деятельность на территориях, которые пострадали в результате чрезвычайных ситуаций [5]. Так государство реагировало на события, неблагоприятные последствия которых было крайне затруднительно предотвратить в Иркутской области (стихийные бедствия, прежде всего — пожары).

Однако, 2020 год ознаменовал более глобальное и не менее вредоносное событие, социально-экономический эффект которого вряд ли было возможно предвосхитить: постановлением Правительства Иркутской области от 26.06.2020 г. № 519-пп подпрограмма была дополнена в части целеполагания и сопутствующих этому мероприятий указанием на необходимость «оказания неотложных мер поддержки субъектам МиСП в связи с распространением новой коронавирусной инфекции» [6]. Указанное направление выполнялось только в 2020 г., целевыми показателями были обозначены:

1. Количество субъектов МиСП, получивших поддержку при содействии государственной микрофинансовой организации (в Байкальском регионе эти функции выполняет микрокредитная компания «Фонд микрокредитования Иркутской области») — 4 ед.

2. Объем финансовой поддержки, оказанной субъектам МиСП, при гарантийной поддержке регионального гарантийного фонда (в Байкальском регионе — «Иркутский областной гарантийный фонд») — 33 161,26 тыс. р.

Одновременно было установлено ресурсное обеспечение по рассматриваемому мероприятию: из областного бюджета выделено 6 145,8 тыс. р., из федерального — 29 265,2 тыс. р. На текущий же год, сохранив в целом указанное чрезвычайное направление мер поддержки, подпрограмма финансирование не предусмотрела. Во многом, это свидетельствует об отсутствии острой необходимости в софинансировании бизнеса на фоне ограничительных мер, поддержка субъектов МиСП сохранилась и продолжила совершенствоваться в штатном режиме.

Используя открытые статистические данные отчетности по выполнению действующей подпрограммы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области» на 2019–2024 гг., можно обнаружить следующие показатели по объему и направлениям поддержки. Прежде всего, элементы

инфраструктуры поддержки МиСП обеспечили стопроцентное освоение выделенных из областного бюджета средств — на условиях субсидирования получили финансирование вышеупомянутые Фонд микрокредитования Иркутской области (Фондом заключено 274 договора займа на сумму 692,1 млн р., число обратившихся на получением микрозайма представителей малого бизнеса — 242) и Иркутский областной гарантийный фонд (за 2020 г. поручительств Фонда на общую сумму 921,6 млн р. было выдано 108 предпринимателям региона, которые смогли с таким обеспечением привлечь заемные средства на сумму, превышающую 2 млрд р.), а также непосредственно Фонд «Центр поддержки субъектов МиСП в Иркутской области» [3].

Деятельность последнего опосредуется широким перечнем структурных подразделений, рассмотреть отчетность всех не представляется возможным ввиду ограниченного объема исследования. Например:

1. Центр кластерного развития (выполняет роль координатора восьми территориальных кластеров) за 2020 г. отчитался об оказании 755 различных услуг (согласно регламенту, перечень услуг включает 14 — от консультирования до оценки потенциала импортозамещения), которыми воспользовались 365 представителей малого бизнеса.

2. Региональный центр инжиниринга Иркутской области (основная функция сводится к «доращиванию» идей и технологий представителей промышленного и сельскохозяйственного производства за счет обеспечения проектных, инженерных и даже внедренческих задач) обеспечил за 2020 г. консультации в количестве 524, к которым прибегли 128 предпринимателей Байкальского региона, заключил 45 договоров во исполнение производственной поддержки МиСП, а также 6 договоров на финансирование путем выделения субсидий победителям конкурса «УМНИК — 2019», реализующих НИОКР.

3. Центр поддержки экспорта (данное подразделение содействует региональным предпринимателям в выходе на международные рынки — начиная от услуг по переводу материалов, заканчивая организацией участия в международных бизнес-миссиях, а также централизованно оказывает помощь в привлечении инвестиций) в 2020 г. организовал проведение процедуры международной сертификации продукта, реализуемого 8 представителями МиСП Иркутской области, для 16 предпринимателей было обеспечено размещение на зарубежных электронных маркетплейсах.

Кроме того, во исполнение национального проекта по акселерации (буквально «выращиванию») малого бизнеса до поставщиков, соответствующих требованиям Федерального закона № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц», Центром компетенций, созданном при Центре поддержки субъектов МиСП в Иркутской области, были приняты в работу восемь заявок. Относительно последней меры в литературе есть интересное замечание: не все эксперты видят справедливость и соблюдение конституционного принципа защиты конкуренции, когда представители МиСП получают «неординарный доступ к закупкам» [1, с. 29].

Реагируя на общефедеральном уровне на складывающуюся социально-экономическую повестку, Президент РФ своим указом от 21 июля 2020 г. № 474 поручил провести актуализацию действующих документов планирования — проектов, программ поддержки [7]. В этой связи региональными властями были приведены в соответствие с национальным проектом и региональные проекты подпрограммы «Поддержка и развитие малого и среднего предпринимательства в Иркутской области».

Кроме того, был реформирован ключевой представитель инфраструктуры поддержки — по всей стране создана своеобразная сеть центров «Мой бизнес». В начале 2021 г. в Управлении Минюста России по Иркутской области регистрацию соответствующих изменений в учредительные документы произвел Фонд поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства Иркутской области. Теперь, согласно принятой Правительством Иркутской области 26 декабря 2020 г. «дорожной карте», поддержку субъектам МиСП обеспечивает Фонд поддержки и развития предпринимательства Иркутской области Центр «Мой бизнес», структурные подразделения которого также были реорганизованы в соответствующие институты развития (например, Управление гарантийной поддержки, Центр поддержки предпринимательства и пр.).

Продолжилось совершенствование и нормативного обеспечения — проект по акселерации МиСП пополнился мероприятиями по созданию системы поддержки фермеров и развитию сельской кооперации, а на смену проекту по доступности финансовой поддержки пришел новый — «Создание условий для легкого старта и комфортного ведения бизнеса». Также на фоне вступления Иркутской области с 1 июля 2020 г. в эксперимент по внедрению налога на профессиональный доход, в подпрограмму был включен еще один региональный проект — «Создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами».

Всего в доступном к ознакомлению реестре хозяйствующих субъектов, получивших государственную поддержку за счет бюджетных средств в 2020 г. и первом полугодии 2021 г., содержится указание на 1 207 представителей бизнеса. Например, при реализации вышеуказанного проекта по поддержке фермеров были предоставлены гранты в форме субсидий «Агростартап» в объеме 2 000,0 тыс. р. каждому из 14 глав крестьянских (фермерских) хозяйств.

Рамки одного исследования не позволят представить все возможные меры поддержки, оказываемые представителям малого бизнеса. Однако, рассмотрение и обобщение автором нормативной базы и реализуемых мер на территории Байкальского региона за последние два года позволяет сделать следующие выводы. Пандемия коронавирусной инфекции вынужденно потребовала от представителей власти отреагировать и скорректировать направления поддержки. При этом глобального пересмотра всей инфраструктуры, методологии оказания мер поддержки не произошло. Более того, обзор действующих программ, подпрограмм и региональных проектов позволяет умозаключить, что меры реагирования носили временный характер, институты развития субъектов МиСП продолжили реализацию заложенных в их компетенцию мероприятий. Адресная поддержка на фоне

непростой социально-экономической ситуации оказывалась и продолжает обеспечиваться отдельными нормативными актами уполномоченных государственных органов. Одной из последних подобных инициатив можно назвать грантовую поддержку тех субъектов МиСП, которые региональным нормативным актом отнесены к категории социальных предпринимателей [8]. Заявки принимаются с 11 ноября до 10 декабря 2021 г., и позволят представителям социально ориентированного бизнеса софинансировать в объеме 50 % проекты стоимостью не менее 200 000 р.

В целом, принятый еще в 2020 г. перечень наиболее пострадавших отраслей российской экономики и сопутствующие меры по-прежнему актуальны: периодически меры совершенствуются, некоторые из них разрабатываются непосредственно для представителей малого бизнеса. В частности, возможность приобретения отечественного облачного программного обеспечения вдвое дешевле, льготное кредитование по ставке 3 %, субсидирование нерабочих дней, вводимых указом Президента РФ. Региональные власти, как правило, адаптируют федеральные инициативы, а поддержка малого и среднего бизнеса оказывается на прежних условиях (с учетом постоянной корректировки финансовой части документов планирования).

Список использованной литературы

1. Агапова Е.В. Неординарный правовой режим публичных закупок у субъектов малого и среднего бизнеса / Е.В. Агапова, О.А. Беляева // Журнал предпринимательского и корпоративного права. — 2020. — № 3. — С. 26–31.

2. Горохова С.С. Национальные проекты Российской Федерации как инструмент достижения стратегических целей и задач государства / С.С. Горохова // Российская юстиция. — 2020. — № 6. — С. 41–44.

3. Государственная поддержка среднего и малого бизнеса: пресс-релиз от 14.07.2021 г. / Иркутская область : офиц. портал. — URL: https://irkobl.ru/region/economy/business.

4. О внесении изменений в государственную программу Иркутской области «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2019–2024 годы : постановление Правительства Иркут. обл. от 05.02.2019 г. № 73-пп. — URL: http://www.pravo.gov.ru.

5. О внесении изменений в государственную программу Иркутской области «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2019–2024 годы : постановление Правительства Иркут. обл. от 11.10.2019 г. № 846-пп. — URL: http://www.pravo.gov.ru.

6. О внесении изменений в государственную программу Иркутской области «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2019–2024 годы : постановление Правительства Иркут. обл. от 26.06.2020 г. № 519-пп. — URL: http://www.pravo.gov.ru.

7. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года : указ Президента РФ от 21.07.2020 г. № 474 г. // Российская газета. — 2020. — № 159.

8. О предоставлении из областного бюджета грантов в форме субсидий субъектам малого и среднего предпринимательства, включенным в реестр социальных предпринимателей : постановление Правительства Иркут. обл. от 09.11.2021 г. № 830-пп. URL: http://www.ogirk.ru.

9. Об утверждении государственной программы Иркутской области от 12.11.2018 г. № 828-пп «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2019–2024 годы : (ред. от 07.10.2021 г.) // СПС «Консультант Плюс».

10. Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» : утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратег. развитию и нац. проектам 24.12.2018 г. № 16 // СПС «Консультант Плюс».

Информация об авторе

Юсупова Анастасия Владимировна — старший преподаватель, кафедра предпринимательского и финансового права, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

Author

Anastasia V. Yusupova — Senior Lecturer, Department of Business and Financial Law, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: yusupova.bgu@gmail.com.

© Юсупова А.В., 2022

УДК 336.14:353(57)

Г.В. Давыдова, М.И. Тагиев

ТЕНЕВАЯ ЭКОНОМИКА В ЛЗП

Авторами выявлены специфические особенности лесозаготовительной промышленности, которые, с одной стороны, являются источником успешного ее развития, с другой — фактором роста теневой экономики. Выполнен аналитический обзор работ, посвященных теневой экономике, указывается, что эти вопросы по отношению к лесозаготовительной промышленности в отечественных и зарубежных исследованиях недостаточно изучены. Поэтому авторами выделены ключевые свойства теневой экономики в отрасли, базовые признаки. Все это позволило сформировать последовательность этапов, способствующих возникновению и росту теневой экономики в лесозаготовительной промышленности.

Ключевые слова: лесозаготовительная промышленность; теневая экономика; незаконная заготовка; лес; оценка.

G.V. Davydova, M.I. Tagiev

SHADOW ECONOMY LOGGING INDUSTRY

In the report, the authors identified the specific features of the logging industry, which, on the one hand, are the source of its successful development, and on the other, are a factor in the growth of the shadow economy. An analytical review of works devoted to the shadow economy is carried out, it is indicated that these issues in relation to the logging industry in domestic and foreign studies have not been sufficiently studied. Therefore, the authors have highlighted the key properties of the shadow economy in the industry, basic features. All this made it possible to form a sequence of stages that contribute to the emergence and growth of the shadow economy in the logging industry.

Keywords: logging industry; shadow economy; illegal logging; timber; valuation.

Обеспечение устойчивого развития экономики традиционно является одной из основных задач государственного регулирования. При этом во всем мире значение теневой экономики объективно актуализируется, что требует адекватного понимания особенностей функционирования этого явления и его влияния на легальный сектор. В течение последних лет не только состоялся значительный рост объемов теневой экономики в отраслях народного хозяйства, но и существенно изменились ее социальные и экономические эффекты. При этом теневая экономика приносит определенные положительные последствия, такие, как обеспечение работой значительного количества населения, рост уровня реальных доходов и т.д. Изучение выявление факторов, развивающих теневую экономическую деятельность лесозаготовительной отрасли, является одним из основных принципов нашей исследовательской работы.

Основная цель исследования состоит в совершенствовании инструментов, способствующих снижению размера теневой экономики.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

1. Разработать методику количественного уменьшения теневой экономики в лесозаготовительной промышленности с учетом опыта отечественных и зарубежных ученых.

2. Раскрыть основные факторы, положительно влияющие на незаконную заготовку на примере лесозаготовительной промышленности России.

Выбор того или иного теоретического подхода к изучению теневых явлений в исследуемом экономическом секторе определяет специфика любой отрасли. Поэтому необходимо максимально учесть этот спектр при выборе подхода к разработке данной проблемы и уточнении понятия теневой экономики в лесопромышленном секторе.

Незаконная заготовка леса по свидетельству многочисленных официальных и неофициальных источников сегодня основная и самая масштабная форма проявления теневой экономики в лесопромышленном секторе. Следует отметить, что эта деятельность является частью производственного процесса, в ходе которого сырьевой ресурс превращается в производственный продукт первой стадии переработки. Следовательно, систематический учет и экономическая оценка результатов теоретически здесь может быть организована. Практически незаконно используются лесные ресурсы страны, причем деятельность осуществляется на ее территории гражданами (организаторы и исполнители) этой же страны.

Специфической особенностью лесозаготовительной промышленности является то, что древесина есть исходное сырье для нее. Поэтому ее стоимость во многом определяет уровень издержек производства и может считаться с одной стороны, главным экономическим источником развития лесозаготовительной промышленности, с другой — фактором роста теневой экономики.

Представим основные характеристики древесного сырья как сырьевой базы лесозаготовительной промышленности:

1. Исчерпаемый, но возобновляемый источник сырья, и это свойство «неиссякаемости» вносит важный аспект надежности во все развитие лесного комплекса, хотя срок возобновления длительный, и весь ресурсооборот растянут во времени. Возобновляемость обеспечивает не только возможность получения древесного сырья в необходимых для экономики объемах, но и дает принципиальную возможность в каждом последующем цикле получать при сниженных затратах сырье улучшенного качества. Срок возобновления лесных ресурсов также может быть сокращен направленным воздействием труда на весь процесс воспроизводства. С исчерпанием невозобновляемых ресурсов роль древесины возрастает. И это же свойство сырья является фактором роста теневой экономики.

2. Длительность выращивания леса (80–120 лет) требует совершенной институциональной структуры лесного хозяйства, особенно института собственности, так как сложившаяся институциальная структура не позволяет лесному бизнесу функционировать эффективно и способствует созданию условий для роста теневой экономики.

3. Многоцелевое назначение и использование леса (товарная продукция, воспроизводство лесов, защитная и рекреационная функция) свидетельствует о том, что те конкретные услуги и ресурсы лесов, на которые предъявляется спрос

со стороны отдельных потребителей или общества в целом, должны воспроизводиться в процессе ведения лесного хозяйства. За каждым из ресурсов и услуг леса стоит свой круг потребителей, который во времени меняет структуру пользования лесом. Особенно это характерно для последнего десятилетия XXI в. Данная характеристика лесов также является фактором роста теневой экономики, если нарушается связанность ресурсов и услуг между собой.

4. Подразделение на две группы: рыночные ресурсы, имеющие рыночную стоимость, и общественные блага, которые неделимы между индивидуальными потребителями, но их значимость увеличивается и также является фактором роста теневой экономики при условии отсутствия объективной оценки лесных пространств и методики расчета выброса парниковых газов промышленностью и их поглощения лесами. Следовательно, необходимо обеспечить максимальный учет поглощающей способности отечественных лесов. В августе 2020 г. опубликовано исследование ценности лесов в мире, выполненное Boston Consulting Group. Согласно выбранной методике, львиная доля этой ценности образовалась не из стоимости 1 $м^3$ лесозаготовки, а из цены 1 т сокращений выбросов углекислого газа (CO_2). Разброс оценок по странам в четыре с лишним раза. Показано, что в Европе поглощение флорой углекислого газа может стоить больше 100 долл. за тонну, в Бразилии — меньше 20 долл., а в России рассчитывают только стоимость рыночных ресурсов. Впервые этой группой исследователей названа конкретная цена лесного богатства РФ: от 4 до 17 трлн долл. США. Это на четверть больше оценок запасов нефти в стране, даже при сравнении по нижнему уровню. Такая ситуация объясняет наличие условий для роста теневой экономики.

5. Самые большие по площади лесные земли для сырья. Это требует их постоянного учета, исследования динамики лесов: по группам и категориям защитности, по породному и возрастному составу, по средним таксационным показателям, по экологическим параметрам. А далее необходим лесопожарный, лесопатологический мониторинг, мониторинг состояния лесопользования и др. Необъективная информация по разным признакам лесов является условием роста теневой экономики.

Следовательно, лесной комплекс, особенно лесозаготовительная промышленность, обладает определенной спецификой и предъявляет особые требования к формированию теневой экономики, отличной от общих показателей для экономики страны.

При исследовании отраслевой теневой экономики неприемлем широкий подход к определенной отрасли, так как природа теневой экономики и факторы ее возникновения и развития существенно варьируются в пределах специализированных производств (лесовыращивание, лесозаготовка, деревообработка, лесохимия). Чем более узкое направление исследования, тем точнее и реалистичнее оценка. Этой точки зрения придерживаются отечественные и зарубежные исследователи в области экономики и организации лесного комплекса [1]. В данном исследовании объектом изучения является не лесной комплекс в целом, а лесозаготовительная промышленность, успешность работы, которой зависит от запасов леса и его продуктивности. Выбранная степень детализации отрасли соответ-

ствует целям и задачам изучения теневой экономики в лесозаготовительной отрасли, ее составу, содержанию и выработке мер по предупреждению возможного ее появления.

Аналитический обзор работ, посвященных теневой экономике, несмотря на многолетние исследования, показывает по-прежнему их актуальность. Меняются общественные отношения, условия функционирования отраслей и предприятий в них, изменяются содержание, формы, структура и размеры теневой экономики. Как ни странно, но научных отечественных и зарубежных исследований по вопросам теневой экономики в лесном комплексе недостаточно, а отдельно в лесозаготовительной отрасли нет [2].

Анализ определений теневой экономики в лесном комплексе данных разными авторами позволил выделить следующие ее ключевые свойства:

1. Сознательное нарушение установленных норм и правил экономических отношений, носящих прямой или косвенный ущерб интересам государства и общества [3].

2. Нарушение требований законодательства [4].

3. Скрытая или нелегальная форма экономической деятельности по использованию общественных природных ресурсов, направленных на получение дохода, скрываемого от официальной власти [5].

Кроме того, среди свойств теневой экономики в лесозаготовительной промышленности можно выделить базовые признаки, связанные с присущим им свойством управляемости:

1. Нарушение институциональной среды между субъектами лесных отношений.

2. Быстрая реакция на внутренние и внешние изменения.

3. Несвоевременный учет сильных сторон конкурента.

4. Несвоевременное использование своих преимуществ.

Основной причиной создания условий для возникновения и роста теневой экономики в лесозаготовительной отрасли (и в целом природно-ресурсных отраслей) является несовпадение экономических интересов бизнеса (лесозаготовительная промышленность) и государства (собственника лесных ресурсов). Несмотря на интенсивный законотворческий процесс реформирования отрасли за последние десятилетия, экономические показатели лесной отрасли страны остаются на неконкурентном уровне, и многие из них отличаются отрицательной динамикой. Сложившаяся в лесной отрасли РФ ситуация полностью зависит от ее институциональной структуры. Именно институциональная теория может объяснить, почему происходившие институциональные преобразования не смогли сдвинуть с мертвой точки экономику отрасли, и какие изменения требуются для реального экономического роста.

Список использованной литературы

1. Кириченко И.В. Система оценки качества научных исследований в странах Европы / И.В. Кириченко, Н.В. Шелюбская // Университетское управление: практика и анализ. — 2019. — Т. 23, № 4. — С. 9–20.

2. Мясников Д.А. Инструменты и методы определения масштаба теневой экономики в лесопромышленном комплексе : автореф. дис. … канд. экон. наук / Д.А. Мясников. — Иркутск, 2009. — 24 с.

3. Грошева В.А. Институциональная экономика : учеб. пособие / В.А. Грошева, Л.А. Миэринь. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014. — 138 с.

4. КоАП РФ Глава 8. Административные правонарушения в области охраны окружающей среды и природопользования : федер. закон от 30.12.2008 г. № 309-ФЗ) // СПС « КонсультантПлюс».

5. Степанов А.А. Теневые экономические отношения в реальной экономике (теория и практика) : монография / А.А. Степанов, Э.А. Алишаев, Н.В. Жукова, Н. В. Морозова, М.В. Савина. — Москва : Старая Басманная, 2010. — 164 с.

Информация об авторах

Давыдова Галина Васильевна — доктор экономических наук, профессор, кафедра отраслевой экономики и управления природными ресурсами, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

Тагиев Микаил Исмаилович — преподаватель-исследователь, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: mixail.tagiev@mail.ru.

Authors

Galina V. Davydova — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: DavydovaGV@bgu.ru.

Mikail I. Tagiev — Lecturer-Researcher, Department of Industrial Economics and Natural Resources Management, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: mixail.tagiev@mail.ru.

© Давыдова Г.В., Тагиев М.И., 2022

УДК 331.108.4

Хиба Теллиа

ПРОФЕССИОНАЛИЗМ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

В статье выявлены проблемы управления персоналом в гостиничном бизнесе. Отмечена зависимость качества гостиничных услуг от квалификации и мотивации труда персонала. Сделан вывод о том, что для повышения качества услуг на предприятиях гостиничной сферы необходимо акцентировать внимание на компетентности, обучении, развитии, мотивации труда персонала. Определено, что построение эффективной системы управления персоналом и повышение качества гостиничных услуг возможно при условии совершенствования уровня профессионализма персонала.

Ключевые слова: гостеприимство; управление; персонал; гостиничные услуги; качество услуг; обслуживание; компетентность; профессионализм; квалификация.

Hiba Thellia

PROFESSIONALISM OF THE STAFF AS A FACTOR IN IMPROVING THE QUALITY OF HOTEL SERVICES

The problems and features of personal management in hotel enterprises are revealed. The dependence of the quality of hotel services on the qualification and motivation of the staff is noted. It is concluded that in order to improve the quality of services in hotel enterprises, it is necessary to focus on competence, training, development, motivation of personal. It is determined that the construction of an effective personal management system and improving the quality of hotel services is possible subject to improving the level of professionalism development.

Keywords: hospitality; management; staff; hotel services; quality of services; service; competence; professionalism; qualification.

Гостиничный бизнес в России является динамично развивающейся сферой деятельности, которая напрямую связана с постоянно увеличивающимся потоком отечественных и зарубежных туристов. Для современного рынка гостиничных услуг характерны высокий уровень конкуренции, при этом конкурентную борьбу выдерживают только те гостиничные предприятия, которые соблюдают и повышают стандарты качества обслуживания при оказании услуг [1; 2].

Управление гостиничным предприятием ориентировано на создание качественного сервисного продукта при гостеприимстве и на повышение эффективности взаимоотношений с потребителями услуг, высококачественное сервисное обслуживание клиентов, способствующее формированию положительной деловой репутации, повышению конкурентоспособности [2].

Гостеприимство является важнейшим потребительным свойством туристского продукта, обеспечивающим удовлетворение потребностей туристов в комфортном и безопасном проживании и отдыхе, и может быть представлено, как совокупность средств и способов, включая поведение персонала гостиницы, направленное на обеспечение стандартов качества обслуживания гостей (клиентов, потребителей гостиничных услуг) и удовлетворение их потребностей в комфортном, безопасном проживании и отдыхе, опирающееся на принципы уважения, заботы, любезности, радушия.

Качество обслуживания в гостиницах определяют следующие факторы: материально-техническое и технологическое обеспечение; качество сервисного обслуживания; системный контроль соблюдения стандартов качества предоставления гостиничных услуг, технологий обслуживания; компетентность управляющего персонала; профессионализм обслуживающего персонала [3].

Для оценки качества гостиничных услуг используются такие критерии, как: надежность — деловая репутация, длительность существования, стабильность работы гостиницы; безопасность — психологический и физический комфорт клиентов при проживании в гостинице; доступность — соответствие цены и качества гостиничных услуг; компетентность — знания, умения, навыки персонала, обеспечивающие высокий уровень профессионализма при оказании гостиничных услуг; система коммуникаций — скоординированная деятельность всех служб, направленная на эффективное, своевременное обеспечение потребностей клиентов; честность — двухстороннее доверие между персоналом и гостями гостиниц; добросовестность — гарантия соблюдения качества оказания гостиничных слуг; вежливость, доброжелательность, обходительность, предусмотрительность, отзывчивость, внимательность — ключевые личностные характеристики персонала при оказании гостиничных услуг; удовлетворенность клиентов работой, отношением персонала в период проживания в гостинице — оценка качества конечного продукта дается потребителем и определяется его субъективным мнением об услуге.

Для сферы гостеприимства характерна специфичность в системе управления персоналом. Персонал является важнейшим ресурсом, неотъемлемой частью конечного продукта, что подтверждается тем, что 90 % услуг в гостинице составляют контактные виды деятельности [5]. От профессионализма, квалификации и компетентности, культуры и манер поведения, добросовестности выполнения персоналом трудовых обязанностей зависят качество предоставления услуг, комфортность и безопасность условий пребывания гостей, эффективность деятельности, имидж и деловая репутация, конкурентоспособность гостиничного предприятия [6–8].

Качество гостиничного продукта основывается на эффективной системе управления персоналом, профессиональном мастерстве работников, высоком уровне культуры обслуживания. Высококвалифицированный, компетентный персонал является необходимым условием для обеспечения гостиничного сервиса и оказания услуг надлежащего качества [3; 4].

Однако проведенный автором статьи анализ научных публикаций по теме исследования показал, что в сфере гостеприимства присутствует проблема дефицита высококвалифицированных специалистов с высшим и средним специальным профильным образованием, а также недостаточность профессиональных знаний, умений, навыков для создания качественного продукта в сфере гостеприимства.

Кроме того, в условиях, сложившихся в следствие пандемии COVID-19, безопасность здоровья гостей может быть обеспечена только при условии высокого уровня исполнительской дисциплины и обучения персонала гостиничных предприятий способам профилактики и обеспечения сохранения здоровья проживающих клиентов.

Все это обусловливает актуальность и необходимость поиска новых способов повышения эффективности управленческой деятельности, качества гостиничного сервиса, направленного на удовлетворение потребностей гостей, а также современных технологий развития компетентности и профессионализма персонала гостиничных предприятий.

Цель исследования — выявить основные проблемы в системе управления персоналом, влияющие на качество гостиничных услуг и предложить пути решения данных проблем.

Задачи исследования:

1. Провести анализ публикаций, посвященных исследованию систем управления персоналом в сфере гостеприимства.

2. Выявить основные проблемы в системе управления персоналом, влияющие на качество гостиничных услуг.

3. Определить пути решения выявленных проблем.

Теоретической основой исследования послужили научные публикации отечественных ученых, посвященные вопросам управления персоналом в сфере гостеприимства. При подготовке научной статьи был использован метод кабинетного исследования. Также был использован метод обобщения для систематизации проблем в системе управления персоналом, характерных для большинства гостиничных предприятий.

Анализ научных публикаций отечественных ученых позволил выделить и обобщить основные проблемы, связанные с управлением персоналом: недостаточное количество высококвалифицированных специалистов; отсутствие у работников профильного, как высшего, так и среднего специального образования; недостаточность профессиональных знаний, умений, навыков в сфере гостеприимства; недостаточный уровень информированности персонала о стандартах качества предоставляемых услуг и реализуемом продукте; профессиональная непригодность из-за отсутствия или не выраженности личностных качеств: вежливость, доброжелательность, коммуникабельность, предусмотрительность и т.п.; неспособность самостоятельно и на соответствующем уровне выстраивать отношения с клиентом; низкий уровень мотивации работников к развитию собственного профессионализма и необходимых в работе личностных качеств; низкий уровень координации действий сотрудников или служб гостиницы; отсутствие специальных программ удержания сотрудников; высокий уровень текучести кадров [1–15].

Из вышесказанного следует, что для обеспечения качества услуг на предприятии гостиничной сферы персонал должен иметь профильное профессиональное образование, быть высококвалифицированным и компетентным, а также обладать определенным набором личностных качеств и характеристик [9–11].

Выявленные проблемы отражаются на качестве гостиничных услуг, требуют решения и обусловливают необходимость совершенствования управления персоналом гостиничных предприятий, которое должно быть направлено на активизацию деятельности обслуживающего персонала по созданию качественного гостиничного продукта, способствующему максимальному удовлетворению потребностей гостей.

В связи с этим основные цели системы управления персоналом, направленные на повышение качества услуг в соответствии с современными требованиями рынка гостиничного сервиса, могут быть сформулированы следующим образом: сформировать ключевые компетенции персонала; повысить качество труда персонала; обеспечить повышение квалификации, обучение и развитие персонала; сформировать эффективную систему мотивации труда персонала.

Обеспечение качественного гостиничного сервиса и повышение эффективности системы управления персоналом на предприятии может быть достигнуто с помощью решения на должном уровне таких задач, как: обеспечение потребности в работниках необходимой квалификации и компетентности; обучение, формирование ключевых компетенций работников, развитие профессионализма; развитие личностных качеств и способностей, культуры поведения; рациональное, эффективное использование потенциала работников; обеспечение условий для качественного, производительного труда; формирование системы мотивации труда персонала; отбор, подбор персонала; формирование стабильного, лояльного коллектива.

Для достижения целей, направленных на повышение качества гостиничных услуг в первую очередь необходимо акцентировать внимание на обучении, развитии и мотивации труда персонала.

Важным аспектом в системе управления персоналом гостиничного предприятия является постоянное обучение и развитие, как управляющего, так и обслуживающего персонала, которое направлено на формирование уровня профессионализма и компетентности, соответствующего требованиям стандартов качества обслуживания в индустрии гостеприимства [14].

Условно программы обучения персонала могут быть подразделены следующим образом: обучение и адаптация к должности вновь принятых сотрудников категории обслуживающего персонала; повышение профессиональных умений и навыков, способствующих эффективности трудовой деятельности обслуживающего персонала; переподготовка, повышение квалификации для управляющего персонала.

Активное взаимодействие действующих гостиничных предприятий и учебных заведений при подготовке и переподготовке специалистов позволяет повысить уровень сформированных профессиональных компетенций и снизить затраты предпринимателей на дополнительное обучение как молодых специали-

стов, так и персонала в целом [14]. Для решения проблемы квалификации персонала в сфере гостеприимства важна непрерывность образования, исследователями также предлагается пересмотреть существующие в нашей стране программы подготовки и использовать практико-ориентированный подход для формирования необходимых навыков у обучающихся [9; 14; 15].

Особое внимание в системе управления персоналом в современных условиях следует уделять мотивации труда обслуживающего персонала на предприятии гостиничной сферы. Анализ отечественными учеными мотивационного профиля персонала гостиниц позволил выявить, что 20 % составляет размер денежного вознаграждения, а 80 % — нематериальная мотивация, социально-психологический климат, стиль руководства [12].

Программы мотивации в гостиницах представляют собой комплекс эффективных инструментов, технологий, способов влияния на персонал для поддержания гостиничного сервиса на уровне, соответствующему стандартам качества обслуживания. Для мотивации труда персонала на предприятии гостиничной сферы могут быть использованы следующие виды: материальная мотивация: достойная оплата труда; премии; коллективный бонус за эффективность трудовой деятельности; награждение лучших работников; служебное питание; повышение квалификации, переподготовка; участие в тренингах, отраслевых конференциях за счет предприятия; система корпоративных тарифов; выплаты одноразовых пособий; страховка и др.; нематериальная мотивация: гибкий рабочий график; индивидуальное одобрение, оценка труда; поощрение лучших работников; конкурсы профессионального мастерства; обучение, развитие профессиональных знаний, умений, навыков; корпоративные мероприятия и т.п.

Важно отметить значение и необходимость развития у работников гостиницы личностно-эмоциональных характеристик, проявляемых по отношению к клиентам, таких как: уважение, дружелюбие, любезность, забота, радушие, сердечность, умение обеспечить психологический комфорт и способность чувствовать и удовлетворять потребности гостей [7].

Следует также отметить, что эффективность системы управления персоналом гостиничного предприятия зависит как от качества человеческих ресурсов, так и их поведения в условиях осуществления трудовой деятельности. Важное место в системе управления персоналом играет социально-психологический климат в трудовом коллективе, который влияет на эффективность, результативность, производительность труда работников, а также качество конечного гостиничного продукта.

Подводя итоги, следует сказать, что основой высокого уровня конкурентоспособности гостиничного предприятия является персонал, которому отводится ведущая роль, поскольку качество гостиничных услуг определяется профессионализмом, добросовестностью выполнения трудовых обязанностей и его доброжелательным, предусмотрительным отношением к гостям. Индустрии гостеприимства необходимы компетентные, высококвалифицированные специалисты, обладающие определенным набором знаний, умений, навыков, ключевых компетенций.

Важно подчеркнуть, что построение эффективной системы управления качеством гостиничного продукта и использования потенциала трудовых ресурсов на предприятии гостиничной сферы возможно при условии внедрения системы развития и совершенствования уровня профессионализма персонала, а также совершенствования системы мотивации труда. Одним из путей создания качественного гостиничного продукта и доведения его соответствия требованиям стандартов и повышения удовлетворенности потребителей гостиничным сервисом является обучение и развитие профессионализма обслуживающего и компетентности управляющего персонала.

Работа на предприятиях гостиничной сферы требует от персонала наличия не только профессиональных навыков для выполнения трудовых обязанностей, но и личностных качеств, способствующих эффективному общению с гостями, таких как: коммуникабельность, дружелюбие, участие, терпимость, моральная устойчивость, честность, нравственность, самоконтроль, самодисциплина.

Список использованной литературы

1. Даниленко Н.Н. Комплексный подход к оценке конкурентоспособности организаций гостиничного сектора / Н.Н. Даниленко, Е.А. Арбатская // Активизация интеллектуального и ресурсного потенциала регионов: новые вызовы для менеджмента компаний : материалы 3-й Всерос. конф., Иркутск, 18 мая 2017 г. — Иркутск, 2017. — С. 93–97.

2. Лустина Т.Н. Влияние системы управления персоналом на конкурентоспособность предприятий индустрии гостеприимства / Т.Н. Лустина, А.Г. Панова, И.А. Суслова // Сервис в России и за рубежом. — 2018. — № 2 (80). — С. 59–71.

3. Никольская Е.Ю. Управление качеством гостиничных услуг : учебник / Е.Ю. Никольская, А.А. Тихненко, Л.А. Попов — Москва : Русайнс, 2021. — 197 с.

4. Рубцова Н.В. Кадровое обеспечение туристской сферы Прибайкалья: основные проблемы и пути их преодоления / Н.В. Рубцова, Т.П. Головченко // Экономика труда. — 2019. — Т. 6, № 1. — С. 173–184.

5. Мысова О.С. Специфика управления персоналом как подсистемы гостиничного менеджмента / О.С. Мысова // Вестник Кемеровского государственного университета. — 2015. — Т. 4, № 1. — С. 230–234. — URL: https://vestnik.kemsu.ru/jour/article/viewFile/1001/996.

6. Кудинова О.С. Основные критерии профессионализма специалистов гостиничного сервиса / О.С. Кудинова, Д.Г. Скудьмовская // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. — 2017. — № 5 (50). — С. 151–156.

7. Рубцова Н.В. Стимулирование труда в сфере гостеприимства в аспекте оценки личностных характеристик работников / Н.В. Рубцова, Э.А. Ржепка, К.С. Солодухин. — DOI 10.18334/lim.8.4.113715 // Лидерство и менеджмент. — 2021. — Т. 8, № 4.

8. Слепцова Е.В. Персонал как одна из составляющих гостиничного продукта / Е.В. Слепцова, К.Г. Семенихина // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2017. — № 7. — С. 64–67.

9. Головченко Т.П. Практико-ориентированная модель подготовки сотрудника для индустрии туризма в вузе / Т.П. Головченко, И.Ю. Калинина, Н.В. Рубцова // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2020. — Т. 9, № 3 (32). — С. 82–85.

10. Зайцева Н.А. Оценка профессиональных квалификаций сотрудников индустрии гостеприимства : монография / Н.А. Зайцева, Е.Л. Ильина, Е.Ю. Никольская [и др.]. — Москва : РУСАЙНС, 2018. — 256 с.

11. Ржепка Э.А. Особенности рынка труда в сфере гостеприимства: соответствие кандидатов требованиям работодателей / Э.А. Ржепка, Н.В. Рубцова // Азимут научных исследований: экономика и управление. — 2021. — Т. 10, № 3 (36). — С. 315–318.

12. Жукова М.А. Кадровая политика гостиничных компаний в период кризиса / М.А. Жукова// Вестник Государственного университета управления. — 2017. — № 1. — С. 5–9.

13. Калинина И.Ю. Подготовка сотрудника предприятия индустрии туризма в условиях нового образовательного и профессионального контента: проблемы и перспективы / И.Ю. Калинина, Т.П. Головченко, Н.В. Рубцова // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2020. — Т. 9, № 3 (32). — С. 120–123.

14. Рубцова Н.В. Непрерывное образование в сфере гостеприимства / Н.В. Рубцова, Э.А. Ржепка // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2020. — Т. 9, № 2 (31). — С. 211–214.

15. Рубцова Н.В. Использование практико-ориентированных проектов в процессе подготовки магистров-менеджеров гостиничных предприятий / Н.В. Рубцова // Азимут научных исследований: педагогика и психология. — 2020. — Т. 9, № 2 (31). — С. 221–224.

Информация об авторе

Теллиа Хиба — магистрант, кафедра менеджмента и сервиса, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: hb_th@list.ru.

Author

Hiba Thellia — Master’s Degree Student, Department of Management and Service, Baikal State University, Irkutsk, e-mail: hb_th@list.ru.

© Теллиа Хиба, 2022