

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Известия
Юго-Западного
государственного
университета
Серия: Экономика. Социология. Менеджмент
Научный журнал**

Том 14 № 2 / 2024

**Proceedings
of the Southwest
State University
Series: Economics, Sociology and Management
Scientific Journal**

Vol. 14 № 2 / 2024



**Известия Юго-Западного
государственного университета.
Серия: Экономика. Социология. Менеджмент
(Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta.
Seriya: Ekonomika. Sociologiya. Menedzhment)**

Научный рецензируемый журнал

Основан в 2011 г.

Цель издания – публичное представление научной общественности научных результатов фундаментальных, прикладных, проблемно-ориентированных научных исследований в таких отраслях, как экономические, философские и социологические науки.

Основными разделами журнала являются: тренды мировой и национальной экономики; модернизация и инновационно-технологическое развитие экономики; управление в социально-экономических системах; экономическая политика и механизмы ее реализации; государство и бизнес на пути цифровой трансформации; актуальные проблемы развития региональных социально-экономических систем; экономика и организация деятельности предприятий, отраслей, комплексов; приоритеты развития маркетинговой и логистической деятельности; социально-экономическое прогнозирование и моделирование; институциональные факторы развития экономических систем; проблемы и перспективы развития финансового сектора; трудовые ресурсы и образование; социально-экономические проблемы современного общества; философские исследования природы, общества, человека; научные исследования молодых ученых.

В журнале публикуются оригинальные работы (ранее не опубликованные), в том числе обзорные статьи, рецензии и обсуждения, соответствующие тематике издания.

Целевая аудитория: научные работники, профессорско-преподавательский состав образовательных учреждений, экспертное сообщество, молодые ученые, аспиранты, заинтересованные представители общественности, бизнеса и органов власти.

Журнал придерживается политики открытого доступа. Полнотекстовые версии статей доступны на сайте журнала, научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU. Журнал индексируется в международной базе данных Ulrichsweb (Ulrich's Periodicals Directory).

Журнал включен в перечень ведущих научных журналов и изданий ВАК Минобрнауки России, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора наук, кандидата наук по следующим научным специальностям:

Экономические науки: 5.2.2; 5.2.3; 5.2.6; 5.2.1; 5.2.4; 5.2.5.

Философские науки: 5.7.2; 5.7.6; 5.7.7; 5.7.8.

Социологические науки: 5.4.2; 5.4.4; 5.4.6; 5.4.7.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

Емельянов Сергей Геннадьевич, д-р техн. наук, профессор, лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники, ректор, Юго-Западный государственный университет (Курск, Россия)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЛАВНОГО РЕДАКТОРА:

Бессонова Елена Анатольевна, д-р экон. наук, профессор, Юго-Западный государственный университет (Курск, Россия)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Абрамов Александр Петрович, д-р социол. наук, доцент, Юго-Западный государственный университет (Курск, Россия)

Асеева Ирина Александровна, д-р филос. наук, профессор, Институт научной информации по общественным наукам РАН (Москва, Россия)

Банк Сергей Валерьевич, д-р экон. наук, профессор, МИРЭА – Российский технологический университет (Москва, Россия)

Буданов Владимир Григорьевич, д-р филос. наук, доцент, Институт философии РАН (Москва, Россия)

Волохова Наталья Владимировна, д-р филос. наук, доцент, Курский государственный университет (Курск, Россия)

Герасимова Ирина Алексеевна, д-р филос. наук, профессор, Институт философии РАН (Москва, Россия)

Гребенщикова Елена Георгиевна, д-р филос. наук, Институт научной информации по общественным наукам РАН (Москва, Россия)

Зотов Виталий Владимирович, д-р социол. наук, профессор, Московский физико-технический институт (национально-исследовательский университет) (Москва, Россия)

Киселев Сергей Викторович, д-р экон. наук, профессор, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова (Москва, Россия)

Кулагина Наталья Александровна, д-р экон. наук, профессор, МИРЭА – Российский технологический университет (Москва, Россия)

Минакова Ирина Вячеславна, д-р экон. наук, профессор, Юго-Западный государственный университет (Курск, Россия)

Налетова Ирина Владимировна, д-р филос. наук, профессор, Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина (Тамбов, Россия)

Нямдорж Даваахуу, канд. экон. наук, Улан-Баторский филиал Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова (Улан-Батор, Монгольская Народная Республика)

Ободец Роман Васильевич, д-р экон. наук, доцент, Башкирская академия государственной службы и управления при Глпве Республики Башкортостан (Уфа, Россия)

Подгорный Борис Борисович, д-р социол. наук, доцент, Юго-Западный государственный университет (Курск, Россия)

Преображенский Борис Георгиевич, д-р экон. наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Воронеж, Россия)

Проняева Людмила Ивановна, д-р экон. наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Среднерусский институт управления – филиал (Орел, Россия)

Рисин Игорь Ефимович, д-р экон. наук, профессор, Воронежский государственный университет (Воронеж, Россия)

Родионов Дмитрий Григорьевич, д-р экон. наук, профессор, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (Санкт-Петербург, Россия)

Стефановская Наталия Александровна, д-р социол. наук, доцент, Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина (Тамбов, Россия)

Сухарев Олег Сергеевич, д-р экон. наук, профессор, Институт экономики РАН (Москва, Россия)

Тен Юлия Павловна, д-р филос. наук, профессор, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Москва, Россия)

Ткачева Татьяна Юрьевна, д-р экон. наук, доцент, Юго-Западный государственный университет (Курск, Россия)

Трещевский Юрий Игоревич, д-р экон. наук, профессор, Воронежский государственный университет (Воронеж, Россия)

Шелковников Сергей Александрович, д-р экон. наук, профессор, Новосибирский государственный аграрный университет (Новосибирск, Россия)

Яновская Ольга Алексеевна, д-р экон. наук, профессор, Независимое агентство аккредитации и рейтинга (Нур-Султан, Республика Казахстан)

Учредитель и издатель:

ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»

Адрес учредителя, издателя и редакции

305040, г.Курск, ул. 50 лет Октября, 94

Телефон: (4712) 22-25-26,

Факс: (4712) 50-48-00.

E-mail: rio_kursk@mail.ru

Наименование органа, зарегистрировавшего издание:

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (ПИ №ФС77-82284 от 23.11.2021).

ISSN 2223-1552 (Print)

DOI Prefix: 10.21869

Сайт журнала: <https://swsu.ru/izvestiya/serieconom/>

© Юго-Западный государственный университет, 2024



Материалы журнала доступны под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License

Типография:

Полиграфический центр
Юго-Западного государственного
университета, 305040, г. Курск,
ул. 50 лет Октября, 94

Подписка и распространение:

журнал распространяется по подписке.
Подписной индекс журнала 44284
в объединенном каталоге «Пресса России».

Периодичность: один раз в два месяца

Свободная цена.

Оригинал-макет подготовлен А. Е. Джигоевой

Подписано в печать 27.04.2024. Формат 60х84/8.

Дата выхода в свет 13.05.2024.

Бумага офсетная. Усл. печ. л. 33,4.

Тираж 1000 экз. Заказ 18.

16+



Proceedings of the Southwest State University Series: Economics, Sociology and Management

Peer-reviewed scientific journal

Published since 2011

The purpose of the publication is to publicly present to the scientific community the scientific results of fundamental, applied, problem-oriented scientific research in industries such as economic, philosophical and sociological sciences.

The main sections of the journal are: trends of the world and national economy; modernisation and innovative technological development of economy; management in socio-economic systems; economic policy and mechanisms of its realization; the government and business on the path of the digital transformation; actual problems of regional socio-economic systems development; economics and organization of enterprises, industries, complexes; development priorities of marketing and logistics activities; socio-economic forecasting and modelling; institutional factors of economic systems development; problems and prospects of the financial sector development; human resources and education; socio-economic problems of modern society; philosophical study of nature, society and human; scientific researches of young scientists.

The journal publishes original works (previously unpublished), including review articles, reviews, and discussions relevant to the subject of the publication.

Target audience: scientists, faculty of educational institutions, expert community, young scientists, graduate students, interested representatives of the public, business and government.

The magazine adheres to an open access policy. Full-text versions of articles are available on the website of the journal, the scientific electronic library eLIBRARY.RU. The journal is indexed in the international database Ulrichsweb (Ulrich's Periodicals Directory).

The journal is included in the list of leading scientific journals and publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Ministry of Education and Science, in which the main scientific results of dissertations for the degree of Doctor of Science, Candidate of Science (Ph.D) in the following scientific specialties should be published:

Economic sciences: 5.2.2; 5.2.3; 5.2.6; 5.2.1; 5.2.4; 5.2.5.

Philosophical sciences: 5.7.2; 5.7.6; 5.7.7; 5.7.8.

Sociological sciences: 5.4.2; 5.4.4; 5.4.6; 5.4.7.

EDITOR-IN-CHIEF

Sergey G. Yemelyanov, Doctor of Engineering Sciences, Professor, a Holder of the Russian Government Prize in the Field of Science and Engineering, Rector of the Southwest State University (Russia, Kursk)

DEPUTY EDITOR

Bessonova Elena Anatolyevna, Doctor of Economic Sciences, Professor, Southwest State University (Kursk, Russia)

EDITORIAL BOARD

Aleksandr P. Abramov, Doctor of Sociology, Associate Professor, Southwest State University (Kursk, Russia)

Irina A. Aseyeva, Doctor of Philosophy, Professor, Institute of Scientific Information for Social Sciences, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

Irina A. Gerasimova, Doctor of Philosophy, Professor, Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

Elena G. Grebenshchikova, Doctor of Philosophy, Institute of Scientific Information for Social Sciences, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

Sergey V. Bank, Doctor of Economics, Professor, MIREA-Russian Technological University (Moscow, Russia)

Vladimir G. Budanov, Doctor of Philosophy, Associate Professor, Institute of Philosophy, Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

Lyudmila I. Pronyaeva, Doctor of Economics, Professor, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Central Russian Institute of Management – Branch (Orel, Russia)

Igor E. Risin, Doctor of Economics, Professor, Voronezh State University (Voronezh, Russia)

Sergey V. Kiselev, Doctor of Economics, Professor,
Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia)

Natalia A. Kulagina, Doctor of Economics, Professor,
MIREA – Russian Technological University (Moscow,
Russia)

Irina V. Minakova, Doctor of Economics, Professor,
Southwest State University (Kursk, Russia)

Irina V. Naletova, Doctor of Philosophy,
Professor, Derzhavin Tambov State University
(Tambov, Russia)

Nyamdorzh Davaahuu, Candidate of Economics, Ulan
Bator Branch of Plekhanov Russian University of
Economics (Ulan Bator, Mongolian People's Republic)

Boris B. Podgorny, Doctor of Sociology, Associate
Professor, Southwest State University (Kursk, Russia)

Roman V. Obodets, Doctor of Economics, Associate
Professor, Bashkir Academy of Public Administration
and Management under the Head of the Republic
of Bashkortostan (Ufa, Russia)

Boris G. Preobrazhensky, Doctor of Economics,
Professor, Russian Presidential Academy of National
Economy and Public Administration (Voronezh, Russia)

Dmitry G. Rodionov, Doctor of Economics, Professor,
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
(St. Petersburg, Russia)

Natalia A. Stefanovskaya, Doctor of Sociology,
Associate Professor, Tambov State University
named after G. R. Derzhavin (Tambov, Russia)

Sergey A. Shelkovnikov, Doctor of Economics, Professor,
Novosibirsk State Agrarian University (Novosibirsk, Russia)

Oleg S. Sukharev, Doctor of Economics, Professor,
Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences
(Moscow, Russia)

Yulia P. Ten, Doctor of Philosophy, Professor, Financial
University under the Government of the Russian
Federation (Moscow, Russia)

Tatyana Yu. Tkacheva, Doctor of Economics, Associate
Professor, Southwest State University (Kursk, Russia)

Yuri I. Treshchevsky, Doctor of Economics, Professor,
Voronezh State University (Voronezh, Russia)

Natalia V. Volokhova, Doctor of Philosophy, Associate
Professor, Kursk State University (Kursk, Russia)

Vitalij V. Zotov, Doctor of Sociology, Professor, Moscow
Institute of Physics and Technology (National Research
University) (Moscow, Russia)

Olga A. Yanovskaya, Doctor of Economics, Professor,
Independent Agency of Accreditation and Rating
(Nursultan, Republic of Kazakhstan)

Founder and Publisher :
“Southwest State University”

**Official address of the Founder, Publisher
and Editoriat Office:**

305040, Russia, Kursk, ul. 50 Let Oktyabrya, 94

Phone: (+74712) 22-25-26,

Fax: (+74712) 50-48-00.

E-mail: rio_kursk@mail.ru

The Journal is officially registered by:

The Federal Supervising Authority in the Field
of Communication, Information Technology and Mass media
(PI №FS77-82284 of 23.11.2021).

ISSN 2223-1552 (Print)

DOI Prefix: 10.21869

Web-site: <https://swsu.ru/izvestiya/serieeconom/>

© Southwest State University, 2024



Publications are available in accordance with
the Creative Commons Attribution 4.0 License

Printing office:

Printing Center
of the Southwest State University,
305040, Russia, Kursk,
ul. 50 Let Oktyabrya, 94

Subscription and distribution:
the journal is distributed by subscription.
Subscription index 44284 in the General
Catalogue “Pressa Rossii”

Frequency: once in two months

Free-of-control price.

Original lay-out design: A. E. Djioeva

Sent to the printer 27.04.2024. Format 60x84/8.

Release date 13.05.2024.

Offset paper. Printer's sheets: 33,4.

Circulation 1000 copies. Order 18.

16+

СОДЕРЖАНИЕ

ТРЕНДЫ МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	10
Актуальные тенденции развития международного бизнеса в энергетике в Российской Федерации	10
<i>Кузьмина В. М., Пархомчук М. А., Зеленина А. А.</i>	
Перспективы развития российской черной металлургии в условиях санкций	22
<i>Шманев С. В.</i>	
УПРАВЛЕНИЕ В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ.....	34
Стратегические и операционные маркетинговые решения и их роль в деятельности предприятия	34
<i>Галиева Г. Ф., Плясова С. В., Корякина Т. В., Труфанова С. А.</i>	
Совершенствование системы учета премирования персонала на предприятии оборонно-промышленного комплекса	47
<i>Фролова О. А., Баранова Н. Е.</i>	
Принципы построения системы управления стратегией развития предприятия	58
<i>Пурин Е. В., Анисимов А. Ю.</i>	
Вопросы активизации экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения	71
<i>Куликов М. В.</i>	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ	83
Институциональная среда как инструмент управления развитием региона в условиях цифровизации	83
<i>Якушкина Т. А., Партненко С. И., Мокрецова А. И.</i>	
Механизм оценки финансовой устойчивости с целью определения рисков работы с контрагентами	95
<i>Богомолова И. П., Тринеева Л. Т., Филатова М. В., Цуканова К. А., Жахов Н. В.</i>	
ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ	107
Опыт внедрения концепции бережливого производства на предприятии рынка теплоизоляционных материалов	107
<i>Кондаков М. В.</i>	
Интегративный подход к развитию инклюзивного туризма: модель многоуровневого взаимодействия субъектов рынка услуг	123
<i>Мустафина А. В., Пирогова О. Е.</i>	
Кулинарные студии как инновационный продукт для популяризации внутреннего туризма Курской области.....	133
<i>Абушенкова М. В., Смирнова М. А.</i>	
ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ И ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	149
Коллаборации как инновационный маркетинговый инструмент	149
<i>Ползунова Н. Н., Рябова Д. О.</i>	
Инновационный подход к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда	160
<i>Пономарев С. В., Крайнова О. С., Московцева Л. В., Плясова С. В.</i>	
Маркетплейс: бизнес-модель современной экономики.....	175
<i>Пьянова Н. В., Саленкова С. А., Пьянов Р. Р., Крыжановская О. А.</i>	
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ.....	186
Цифровая научно-образовательная среда университета: от теории к практике	186
<i>Абрамов А. П., Афанасьева В. А., Супрун А. Ю., Смирнова М. А.</i>	
Ценностные основания социальной консолидации городских сообществ.....	198
<i>Бабинцев В. П., Серкина Я. И., Ушамирский А. Э., Великих П. К.</i>	

Метакомпетенции как ключевой фактор индивидуальной и командной эффективности	212
<i>Каменева Т. Н., Шевырев В. А., Шихгафизов П. Ш.</i>	
ФИЛОСОФСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИРОДЫ, ОБЩЕСТВА, ЧЕЛОВЕКА.....	224
Цифровой народ: философско-правовое осмысление	224
<i>Кравец А. В.</i>	
«Политический романтизм» и «эстетическая политика»: содержание, сопоставление, критика.....	236
<i>Мальцев К. Г., Мальцева А. В., Ломако Л. Л.</i>	
Общая структура эмпирической картины диспозиций институциональных агентов модели «тройной спирали» в России	252
<i>Каменский Е. Г., Маякова А. В., Огурцова А. Ю., Гусейнов М. А.</i>	
НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ.....	262
«Умные технологии» масштабирования банковского бизнеса.....	262
<i>Аверина А. С.</i>	
Экономический аспект важности сбалансированного питания: снижение нагрузки на здравоохранение	275
<i>Мастерова С. Н.</i>	
К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ.....	287

CONTENT

TRENDS OF THE WORLD AND NATIONAL ECONOMY	10
Current Trends in the Development of International Business in the Energy Sector in the Russian Federation	10
<i>Violetta M. Kuzmina, Marina A. Parkhomchuk, Angelina A. Zelenina</i>	
Prospects for the Development of the Russian Ferrous Metallurgy in the Context of Sanctions	22
<i>Sergey V. Shmanev</i>	
MANAGEMENT IN SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS.....	34
Strategic and Operational Marketing Solutions and Their Role in the Company's Activities.....	34
<i>Gulnaz F. Galieva, Svetlana V. Plyasova, Tatiana V. Koryakina, Svetlana A. Trufanova</i>	
Improvement of the System of Accounting for Bonuses for Personnel at the Enterprise of the Military-Industrial Complex	47
<i>Olga A. Frolova, Nadezhda E. Barinova</i>	
Principles of Building a Management System for Enterprise Development Strategy	58
<i>Evgeny V. Purin, Alexander Yu. Anisimov</i>	
Issues of Activation of Economic Instruments for Managing Resource-Saving Processes	71
<i>Mikhail V. Kulikov</i>	
ACTUAL PROBLEMS OF REGIONAL SOCIO- ECONOMIC SYSTEMS DEVELOPMENT	83
The Institutional Environment as a Tool for Managing the Development of the Region in the Context of Digitalization	83
<i>Tatyana A. Yakushkina, Svetlana I. Partnenko, Anna I. Mokretsova</i>	
Mechanism for Assessing Financial Stability to Identify the Risks of Working with Contractors	95
<i>Irina P. Bogomolova, Lyudmila T. Trineeva, Marina V. Filatova, Kristina A. Tsukanova, Nikolai V. Zhakhov</i>	
ECONOMICS AND ORGANIZATION OF ENTERPRISES, INDUSTRIES, COMPLEXES.....	107
Experience of Implementation of the Lean Production Concept at the Enterprise of Thermal Insulating Materials Market.....	107
<i>Maxim V. Kondakov</i>	
An Integrative Approach to the Development of Inclusive Tourism: a Model of Multilevel Interaction of Service Market Entities	123
<i>Alisa V. Mustafina, Oksana E. Pirogova</i>	
Culinary Studios as an Innovative Product for the Popularization of Domestic Tourism in the Kursk Region.....	133
<i>Marina V. Abushenkova, Marina A. Smirnova</i>	
DEVELOPMENT PRIORITIES OF MARKETING AND LOGISTICS ACTIVITIES	149
Collaborations as an Innovative Marketing Tool.....	149
<i>Natalya N. Polzunova, Daria O. Ryabova</i>	
An Innovative Approach to the Organization of the Company's Activities Based on the Use of Digital Technologies for Brand Promotion	160
<i>Sergey V. Ponomarev, Olga S. Krainova, Larisa V. Moskovtseva, Svetlana V. Plyasova</i>	
Marketplace: Business Model of the Modern Economy	175
<i>Natalia V. Pyanova, Sofia A. Salenkova, Ruslan R. Pyanov, Olga A. Kryzhanovskaya</i>	
SOCIOLOGICAL ASPECTS OF SOCIAL DEVELOPMENT	186
Digital Scientific and Educational Environment of the University: from Theory to Practice.....	186
<i>Alexander P. Abramov, Valerya A. Afanas'eva, Anna Yu. Suprun, Marina A. Smirnova</i>	
Value Bases of Social Consolidation of Urban Communities	198
<i>Valentin P. Babintsev, Yana I. Serkina, Alexey E. Ushamirsky, Pavel K. Velikhikh</i>	

Meta-Competencies as a Key Factor of Individual and Team Effectiveness	212
<i>Tatiana N. Kameneva, Viktor A. Shevyrev, Pirmagomed Sh. Shikhgafizov</i>	
PHILOSOPHICAL STUDY OF NATURE, SOCIETY AND HUMAN.....	224
Digital People: Philosophical and Legal Understanding.....	224
<i>Alexander V. Kravets</i>	
"Political Romanticism" and "Aesthetic Politics": Content, Comparison, Criticism	236
<i>Konstantin G. Maltsev, Anna V. Maltseva, Leonid L. Lomako</i>	
The General Structure of the Empirical Picture of the Dispositions of Institutional Agents of the "Triple Helix" Model in Russia.....	252
<i>Evgeny G. Kamensky, Anna V. Mayakova, Albina Y. Ogurtsova, Maxim A. Huseynov</i>	
SCIENTIFIC RESEARCHES OF YOUNG SCIENTISTS	262
Development Prospects of Modern Banking	262
<i>Anna S. Averina</i>	
The Economic Aspect of the Importance of a Balanced Diet: Reducing the Burden On Healthcare.....	275
<i>Svetlana N. Masterova</i>	
INFORMATION FOR AUTHORS	287

Актуальные тенденции развития международного бизнеса в энергетике в Российской Федерации

В. М. Кузьмина^{1✉}, М. А. Пархомчук¹, А. А. Зеленина¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: kuzmina-violetta@yandex.ru

Резюме

Актуальность исследования связана со значимостью экспорта российского энергетического сырья на мировые рынки. Даже в условиях санкционного давления инвестиционная привлекательность данного сектора экономики не теряет своей значимости для зарубежных партнёров.

Цель – выявление тенденций развития международного бизнеса в энергетическом секторе Российской Федерации.

Задачи: проанализировать текущее состояние логистических ориентаций экспорта российского энергетического сырья; выявить привлекательные направления российского энергетического рынка для зарубежных партнёров.

Методология. В качестве исходных теоретических материалов были использованы работы отечественных и зарубежных специалистов. Международный бизнес и его развитие в энергетическом секторе проанализированы в рамках модели тройной включенности (Triple Embeddedness Framework – TEF). Информационная база представлена статистическими данными Worldtradelaw, материалами Official Website of the International Trade Administration, Центра компетенций по взаимодействию с международными организациями (Globalcentre), Минэнерго и Центробанка России, энергетических компаний РФ.

Результаты. Доказано, что из-за сложной геополитической обстановки и санкционного давления российский энергетический бизнес ощутил на себе некоторые инвестиционные трудности. Однако он быстро восстановил свое влияние и снова начал привлекать значительные объёмы прямых иностранных инвестиций.

Выводы. Перспективными направлениями бизнес-сотрудничества в энергетической сфере для России являются ОАЭ, Вьетнам как потенциальный будущий импортер СПГ, Китай, на который сегодня приходится основная часть всего энергетического товарооборота России, и другие страны Восточной Азии.

Ключевые слова: международный бизнес; инвестиции; ПИИ; энергетический рынок; Российская Федерация.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Кузьмина В. М., Пархомчук М. А., Зеленина А. А. Актуальные тенденции развития международного бизнеса в энергетике в Российской Федерации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 10–21. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-10-21>.

Поступила в редакцию 11.02.2024

Принята к публикации 10.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Current Trends in the Development of International Business in the Energy Sector in the Russian Federation

Violetta M. Kuzmina^{1✉}, Marina A. Parkhomchuk¹, Angelina A. Zelenina¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: kuzmina-violetta@yandex.ru

Abstract

The relevance of the study is related to the importance of the export of Russian energy raw materials to world markets, and even in the face of sanctions pressure, the investment attractiveness of this sector of the economy does not lose its importance in the eyes of foreign partners.

The purpose is to analyze trends in the development of international business in the energy sector of the Russian Federation.

Objectives: analyze the current state of logistics orientations for the export of Russian energy raw materials; to show the investment attractiveness of the Russian energy market for foreign partners.

Methodology. The works of domestic and foreign specialists were used as initial theoretical materials. International business and its development in the energy sector are analyzed within the framework of the Triple Embeddedness Framework (TEF). The information base is represented by statistical data from Worldtradelaw, materials from the Official Website of the International Trade Administration, the Competence Center for Interaction with International Organizations (Globalcentre), the Ministry of Energy and the Central Bank of Russia, and energy companies of the Russian Federation.

Results. It has been proven that due to the difficult geopolitical situation and sanctions pressure, the Russian energy business experienced some investment difficulties, but quickly regained its influence and again began to attract significant amounts of foreign direct investment.

Conclusions. Promising areas of business cooperation in the energy sector for Russia are the UAE, Vietnam as a potential future importer of LNG, China, which today accounts for the bulk of Russia's total energy trade, and other East Asian countries.

Keywords: international business; investments; FDI; energy market; Russian Federation.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kuzmina V. M., Parkhomchuk M. A., Zelenina A. A. Current Trends in the Development of International Business in the Energy Sector in the Russian Federation. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 10–21. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-10-21>.

Received 11.02.2024

Accepted 10.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

С начала XXI в. стабильность и развитие были основой дипломатических отношений. Тем не менее частые и интенсивные геополитические конфликты привели к значительным изменениям международной экономической и политической структуры. Последние периоды волатильности оказали значительное влияние на валютные, фондовые, нефтяные и другие сырьевые рынки, а также макроэкономику многих стран. По мере

того как эпидемии и геополитические споры, такие как украинский кризис, продолжают обостряться, может обостриться растущее число проблем, приводящих к неопределенности в отношении глобальных ресурсов.

Несмотря на введенные санкции стран Запада и США против российского энергетического комплекса, энергетический комплекс России представляет собой основную бизнес-структуру, обеспечивающую стабильность экономики и

играющую ключевую роль в формировании доходов бюджетной системы страны, а также является одним из механизмов стабильного функционирования международного энергетического рынка, участвуя в обеспечении глобальной энергетической безопасности.

Единая энергетическая система Российской Федерации представлена семью объединёнными энергосистемами (ОЭС): ОЭС Центра, Средней Волги, Урала, Северо-Запада, Юга и Сибири – и территориально изолированными энергосистемами – Камчатский край, Чукотский автономный округ, Сахалинская и Магаданская области, Норильско-Таймырский и Николаевский энергорайоны, энергосистемы северной части Республики Саха.

Цель – выявление тенденций развития международного бизнеса в энергетическом секторе Российской Федерации.

Задачи:

1. Проанализировать текущее состояние логистических ориентаций экспорта российского энергетического сырья.

2. Выявить привлекательные направления российского энергетического рынка для зарубежных партнеров.

Геополитические события, связанные с проведением специальной военной операции России на Украине и введением череды пакетов санкций со стороны стран «коллективного» Запада, оказали влияние на состояние ПИИ и иностранного бизнеса в энергетическом секторе Российской Федерации. С момента возникновения кризиса более 400 ТНК отозвали свои дочерние компании, чтобы поддержать политику своих правительств в отношении бойкота России и последующего ослабления экономики нашей страны.

Эта волна вывода ПИИ касается как горизонтальных, так и вертикальных инвестиций, и некоторые инвесторы, похоже, не собираются возвращаться к ним, в то время как другие временно приостанавливают свою деятельность. В такой ситуации решение о выводе ПИИ оказы-

вается очень логичным, несмотря на политический характер этого межгосударственного конфликта, учитывая, что фирмы, работающие за рубежом, часто просчитывают риски, связанные с их зарубежной деятельностью. Таким образом, в Российской Федерации существуют геополитические риски, что означает, что эти фирмы сочли целесообразным отозвать свои инвестиции в условиях, характеризующихся кризисом (J. A. Sousane, M. Y. Fakhouri, Z. Mansouri) [1].

Геополитический риск – это один из аспектов международных отношений, который изменяет политику правительства в отношении ТНК и влияет на решение о размещении (N. Fania, C. Yan, J. B. Kuyon, S. Djeri) [2].

Общее мнение заключается в том, что растущие геополитические риски влияют на решения о размещении ПИИ. В международном бизнесе ученые сосредоточились на политической стабильности и других факторах политического риска, таких как вооруженные конфликты, рассматривая размещение ПИИ как третью сторону в межгосударственных отношениях. Кроме того, во многих исследованиях показатели странового риска (терроризм, война, государственный переворот) и геополитический риск взаимозаменяемы, хотя они разные (С. Kuzemko, M. Blondeel, C. Dupont, M. C. Brisbois) [3]. Среди исследователей также существует мнение о том, что геополитические риски негативно влияют на приток ПИИ в Российскую Федерацию, где более высокий индекс геополитических рисков в Российской Федерации приводит к снижению ПИИ из враждующих стран. Другими словами, по мнению T. T. T. Nguyen, B. T. Pham, H. Sala, растущая геополитическая напряженность между Россией и враждебными странами вынуждает ТНК отзываться свои инвестиции, в т. ч. из энергетического сектора экономики [4].

Ряд исследователей (I. Overland, N. Poussenkova) считают, что двусторон-

ние экономические отношения положительно смягчают влияние геополитических рисков на приток ПИИ и развитие иностранного бизнеса в Российскую Федерацию, что означает, что когда страна имеет прочные коммерческие связи с Россией, растущие геополитические риски будут оказывать более слабое негативное влияние на иностранный бизнес и приток ПИИ, даже если правительство этой страны враждебно настроено по отношению к России [5]. В качестве примера можно привести Китай. Сотрудничество в области энергетики представляет собой фундаментальный аспект в рамках инициативы «Один пояс и один путь» (BRI). Китай активно развивает обширное сотрудничество в энергетическом секторе со странами, расположенными вдоль маршрута BRI, примером чего является завершение и эксплуатация знаковых проектов, включая проект по сжижению природного газа на Ямале в России [6].

Материалы и методы

В качестве исходных теоретических материалов были использованы работы отечественных и зарубежных специалистов. Международный бизнес и его развитие в энергетическом секторе проанализировано в рамках теории тройной включенности. Модель тройной включенности (Triple Embeddedness Framework – TEF) описывает отраслевые фирмы как включенные в две внешние среды: социально-политическую среду и экономическую среду. Кроме того, отраслевые фирмы рассматриваются как встроенные в отраслевой режим, опосредующий действия по отношению к внешней среде.

Первый уровень TEF – это внутренняя социально-политическая и экономическая среда. Наш анализ здесь сосредоточен на специфических для России социально-экономических и политических условиях, в которых работает угольная

промышленность, включая взаимодействие между участниками отрасли, правительством и гражданским обществом.

Второй уровень TEF – это международная социально-политическая и макроэкономическая среда. Для целей нашего анализа мы понимаем под этим внешние политические силы и технологические изменения, влияющие на мировой рынок угля как в текущих, так и в будущих условиях.

Третий уровень TEF – это режим в отрасли, ее возможности, ограничения и стратегии реагирования. Здесь основное внимание уделяется способности российского угольного сектора адаптироваться и эффективности государственных стратегий поддержки отрасли.

Сочетание этих уровней дает целостную картину адаптации отрасли к глобальному энергетическому переходу в различных масштабах. Этот анализ закладывает основу для окончательной оценки перспектив российской угольной промышленности и многогранных технологических, политических и экономических рисков, с которыми столкнутся как федеральные, так и региональные российские власти в ближайшие десятилетия.

Информационная база представлена статистическими данными библиотеки текущих торговых новостей и ресурсов Worldtradelaw, материалами с официального сайта Управления международной торговли (Official Website of the International Trade Administration), данными Центра компетенций по взаимодействию с международными организациями (Globalcentre), статистическими данными с сайтов Министерства энергетики Российской Федерации и Центрального банка России, а также с сайтов энергетических компаний РФ («Лукойл», «Татнефть», «Газпром» и др.).

Результаты и их обсуждение

Топливо-энергетический комплекс является одним из главных жизненно не-

обходимых секторов народного хозяйства любой страны, а для России – еще и основным источником доходов и валютных ресурсов. Экспорт ТЭК в общем российском экспорте составляет от 43% до 45%, а удельный вес налоговых поступлений в государственный бюджет от предприятий

энергетического комплекса превышает 40%, что подтверждает активное развитие данной отрасли.

Основными экспортируемыми товарами выступают: сырая нефть, нефтепродукты, природный газ и сжиженный природный газ (рис. 1).

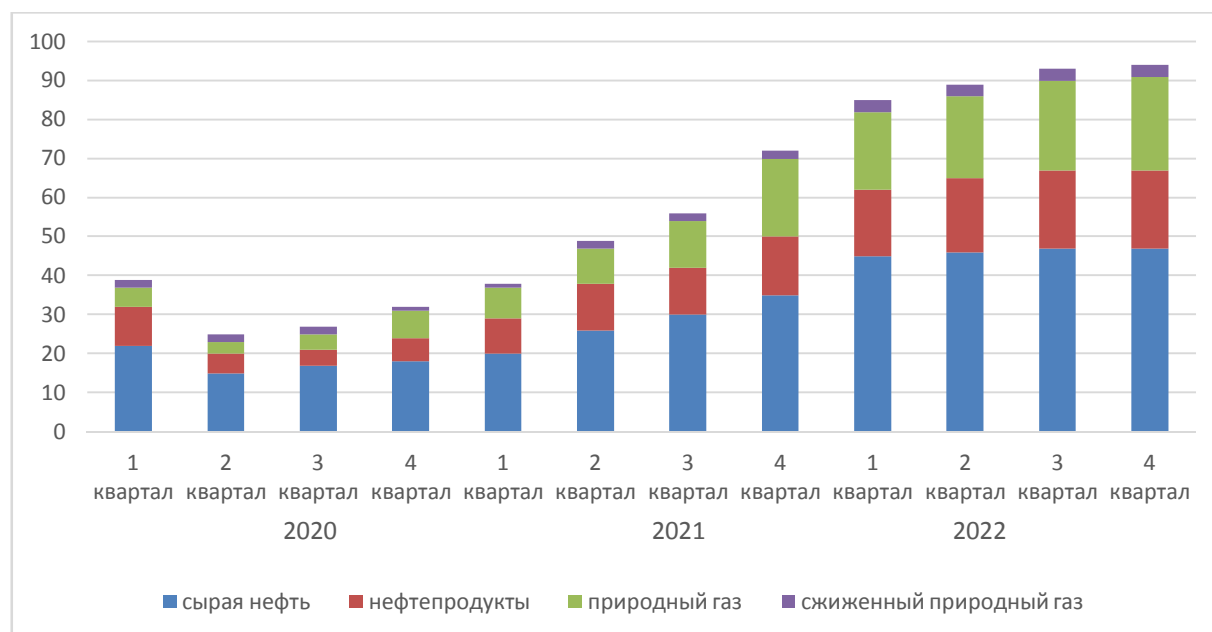


Рис. 1. Экспорт Российской Федерации энергетических товаров, млрд долл. США [7]

Суммарный экспорт энергоресурсов с 2020 г. вошёл в стадию постепенного роста. В первый год показатели увеличились в 1,6 раза, или на 93,4 млрд долл., что было обусловлено повышением экспортных цен. К концу 2022 г. темпы роста замедлились, но при этом восстановились объёмы поставок, сократившиеся из-за сложной геополитической ситуации.

С 2022 г. также изменилась и логистика ведения международного энергетического бизнеса (табл. 1). Россия активно начала налаживать взаимодействия со

странами Востока, однако не прекратила продажу энергоресурсов в США и ЕС, несмотря на введенные ими санкции. Благодаря чему к середине 2023 г. получила прибыль около 305 млрд евро.

Данные таблицы 1 показывают, что основные бизнес-взаимодействия в сфере энергетического бизнеса происходят с Китаем, но по многочисленным краткосрочным и среднесрочным прогнозам в ближайшие годы бурно развивающаяся экономика Индии позволит войти ей в тройку импортёров российских энергоресурсов.

Таблица 1. Активные потребители российских энергоресурсов [8]

Страны	Всего импортировано, млрд евро	Нефть, млрд евро	Газ, млрд евро	Уголь, млрд евро
Китай	177,59	54,1	5,85	5,65
Турция	25,2	14,5	7,2	3,5
Германия	24,7	12,6	11,4	0,7
Индия	37,15	20,8	-	3,4
Нидерланды	17,2	15,4	0,8	1
Италия	14,1	8,4	5,3	0,4

Немаловажным аспектом участия России в международном энергетическом бизнесе является торговля электроэнергией. После начала специальной военной операции на Украине данное направление пострадало в большей степени. Так ПАО «Интер РАО» 22 мая 2022 г. пришлось полностью остановить поставки в страны Балтии и ЕС, а также прекратить энерготорги с Финляндией, являвшейся

главным потребителем российских электроэнергетических ресурсов. Однако Россия смогла найти выход из этой сложной ситуации, переориентируя поставки электроэнергии в Китай и Монголию.

Энергетический комплекс Российской Федерации является активно развивающимся направлением, вызывающим интерес не только у отечественных инвесторов, но и зарубежных (табл. 2).

Таблица 2. Доля акций иностранных организаций в крупнейших энергетических компаниях России [9; 10; 11; 12]

Наименование	Доля акций иностранных организаций, %
Газпром	Bank of New York – 4,42
	Ruhrgas AG – 4,5
	ЗАО «Гепосраз» – 4,93
Роснефть	QH Oil Investments LLC – 19,5
	British Petroleum – 19,75
Лукойл	London Stock Exchange – 3,5
	Frankfurt Stock Exchange – 4,3
Татнефть	Citibank, N.A. – 6,4
	London Stock Exchange – 6,25

Топливо-энергетический комплекс является одним из главных жизненно необходимых секторов народного хозяйства любой страны, а для России – еще и основным источником доходов и валютных ресурсов. Экспорт ТЭК в общем российском экспорте составляет от 43% до 45%, а удельный вес налоговых поступлений в государственный бюджет от предприятий энергетического комплекса превышает 40%, что подтверждает активное развитие данной отрасли.

Как было отмечено ранее, из-за сложной геополитической обстановки и санкционного давления российский энергетический бизнес ощутил на себе некоторые инвестиционные трудности, однако быстро восстановил свое влияние и снова начал привлекать значительные объёмы прямых иностранных инвестиций.

На сегодняшний день зарубежные инвесторы отдают предпочтения российским энергетическим проектам (рис. 2).

Особо привлекает зарубежных инвесторов проект «Ямал СПГ». Контрольный пакет акций данного проекта принадлежит частной российской компании «Новатэк», около 20% акций – у французской Total SA, а примерно 29,9% разделены между двумя китайскими государственными организациями – Фондом Шёлкового пути и нефтяной компанией CNPC. Общая стоимость проекта составляет 27 млрд долл., 40% из которых будут реализованы на территории РФ, а 60% будут направлены на закупку иностранных оборудования и услуг.

Проект «Арктик СПГ 2» также принадлежит российской компании «Новатэк», имеющей 60% акций, однако оставшиеся акции поделены между французской Total и китайскими корпорациями CNODC и CNOOC, консорциумом японских компаний Mitsui и Joggmes, корейской Kogas в равных долях, а именно по 10%. Участие данных

компаний говорит о том, что проект является качественным и конкурентоспособным.

Активы иностранных компаний в энергетическом секторе разнообразны (табл. 3).

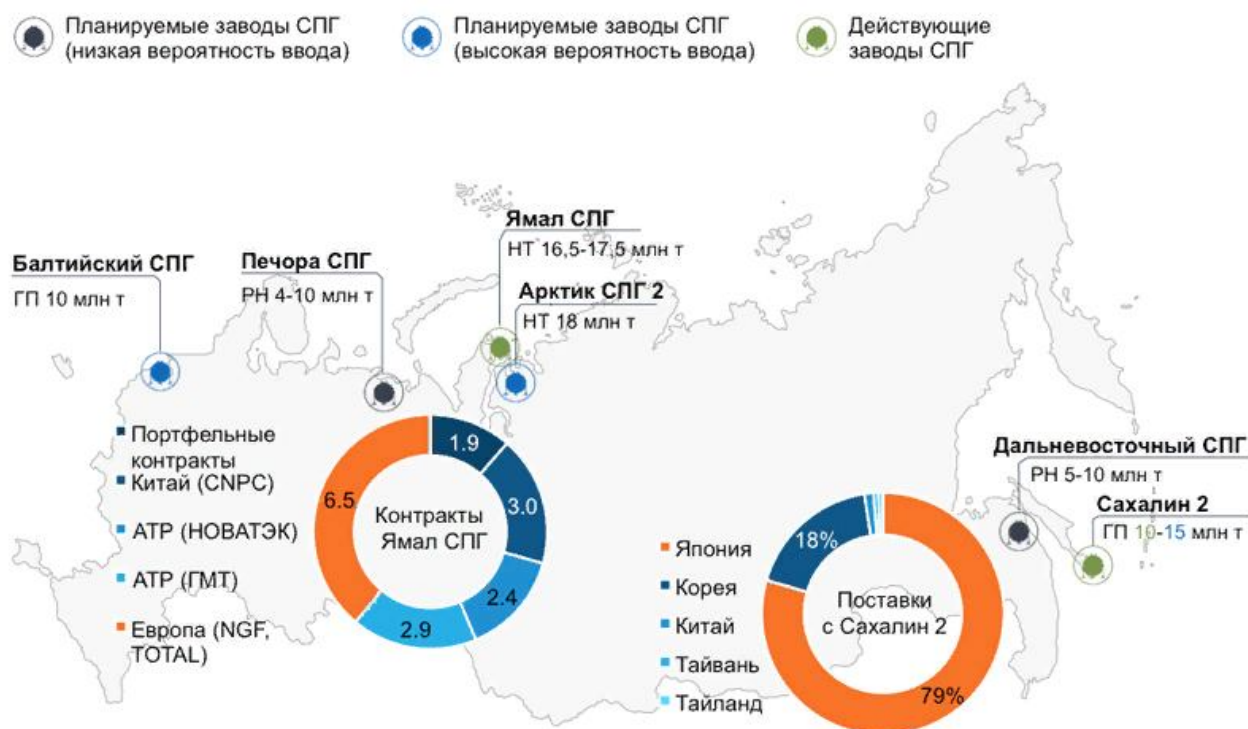


Рис. 2. Российские проекты в области энергетики [13]

Таблица 3. Активы иностранных компаний в российском энергосекторе [14]

Наименование компании	Описание	Наличие российских активов
BASF	Немецкий производитель химикатов является совладельцем Wintershall Dea	Спонсор приостановленного газопровода «Северный поток – 2»; владеет 15,5% в проекте «Северный поток-1»
CHEVRON	Крупнейшая интегрированная энергетическая компания США, одна из крупнейших корпораций в мире	Владеет 15% акций Каспийского трубопроводного консорциума
ENGIE	Французская газовая компания	Спонсор Газпрома Nord Stream – 2; владеет долей в трубопроводе Nord Stream 1
ENI	Итальянская компания	Владеет 50% в газопроводе Blue Stream
OMV	Австрийская нефтегазовая компания	Спонсор «Северного потока – 2» и основной импортер российского газа в Австрию; владеет 24,99% акциями Южно-Русского месторождения
TOTALENERGIES	Французская компания	владеет 19,4% акций «Новатэк»; владеет 20%-ной долей в проекте «Ямал СПГ», а также 10%-ной долей в проекте «Арктик СПГ – 2»

Данные таблицы 3 показывают высокий уровень вовлеченности иностранных активов в топливно-энергетический комплекс Российской Федерации.

Результаты проведенного исследования базируются на следующих положениях.

Национальные проблемы, не позволяющие полностью реализовывать весь потенциал российского топливно-энергетического комплекса, являются первостепенной угрозой развития бизнеса в данной сфере. На сегодняшний день Правительство Российской Федерации уделяет активное внимание решению этих вопросов, реализуя Энергетическую стратегию России на период до 2030 года. Её ключевыми аспектами являются:

- снижение энергоёмкости экономики в результате повышения энергоэффективности;
- внедрение энергосберегающих технологий;
- повышение эффективности реализации энергии;
- переход от экспортно-сырьевой ориентации к использованию собственного ресурсного потенциала.

Также на пути российского энергетического бизнеса стоят и проблемы глобального уровня, препятствующие осуществлению стабильной, структурно-функциональной и бесперебойной торговле энергоресурсами с другими странами. Так, за последние пару лет ТЭК России столкнулся с рядом беспрецедентных внешних вызовов.

В основном проблемы коснулись европейского направления развития. Для их преодоления была изменена политика ведения российского энергетического бизнеса и произошла переориентация логистических путей на Восток. Однако геополитическая ситуация и санкционная политика привели к резкому разрыву отношений в области энергетики с Японией и Республикой Корея.

Главным потребителем российских энергоресурсов на восточном направле-

нии выступил Китай, на который сегодня приходится основная часть всего энергетического товарооборота России. Но переориентация в КНР не является решением проблемы, так как нецелесообразно заменять европейскую зависимость на зависимость от китайского рынка. Также важно заметить, что и Китай, опираясь на основные цели своей энергетической политики, а именно «обеспечение энергобезопасности страны и недопущение критической зависимости ее как от импорта в целом, так и от одного поставщика энергоресурсов [15]», не будет в значительной степени наращивать поставки российских энергоресурсов, тем более на выгодных для РФ условиях.

Следовательно, российским энергетическим компаниям следует уделять больше внимания другим развивающимся странам Востока, энергоресурсы для которых являются приоритетом устойчивого развития. Наращивая темпы сотрудничества с такими государствами, РФ сможет открыть для себя новые возможности. Так, в ближайшие годы Вьетнам может стать одним из главных импортеров СПГ, если продолжит ориентироваться на свою энергетическую политику. Государственная компания PetroVietnam в 2023 г. купила первую партию СПГ для поставки на свой первый терминал СПГ Thi Vai. Ожидается, что спрос на СПГ со стороны Вьетнама может превысить 5 млн т. в год к началу 2030-х гг. [16].

По прогнозам аналитиков Сколковского института науки и технологий, потребности в импорте СПГ в странах Юго-Восточной Азии будут неуклонно расти и к 2040 г. достигнут 90 млрд куб. м [17].

Но нужно отдавать отчет в том, что территория Юго-Восточной Азии сложна в своей конкуренции между ведущими европейскими державами и США по продвижению на этот рынок своих товаров, в т. ч. СПГ. Уже сегодня крупный бизнес стран США, ЕС и Японии обратились к Дж. Байдену с просьбой о пересмотре

решения о прекращении выдачи новых лицензий проектам по экспорту сжиженного природного газа [18].

Перспективным направлением бизнес-сотрудничества для России является выстраивание стратегического сотрудничества с Объединёнными Арабскими Эмиратами. Только за последний год товарооборот между странами вырос на 68%, до 9 млрд долл. [19]. Можно уверенно говорить, что в ближайшие годы эта цифра будет увеличиваться, так как двусторонние взаимодействия только укрепляются и приобретает активное развитие тенденция перевода своих зарубежных представительств российскими компаниями на территорию ОАЭ.

Индия – основной партнер России в Южной Азии в области мирного использования ядерной энергии. Россия и Индия уже много лет успешно сотрудничают в атомной сфере. Сегодня экономика Индии растет очень быстрыми темпами и остро нуждается в энергии. Индия обгонит ЕС в потреблении энергоресурсов уже к 2030 г., к этому времени страна будет ввозить 92% всей необходимой ей нефти. Импорт сжиженного природного газа, как ожидается, подскочит в 4 раза – до 124 млрд куб. м к 2040 г. Страна будет обеспечивать порядка 61% всех своих потребностей в газе за счет СПГ [20]. Всё это в совокупности повышает привлекательность индийского рынка для России в рамках энергетического сотрудничества.

Существенная активность в последнее время наблюдается на Востоке, где потребление энергетики в странах за последний год увеличилось на несколько процентов. Растущая потребность государств Восточной Азии делает их более заинтересованными в сотрудничестве с Россией, позволяя ей разнообразить свои экономические связи и выйти на новые рынки экспорта товаров, услуг и технологий. Очевидно, что в ближайшие годы отношения между РФ и странами Восточной Азии будут укрепляться, но для этого они должны выстроить надежный план сотрудничества с учётом взаимных потребностей и решить проблемы региональной безопасности, природных условий, инвестиционных и технологических потребностей.

Выводы

Представленная оценка состояния международного энергетического бизнеса в Российской Федерации позволяет говорить, что сегодня Российская Федерация находится на новой ступени ведения международного энергетического бизнеса, эффективно справляющегося даже в самых сложных условиях, за счёт наличия у России в данной сфере ряда преимуществ. Государство активно ищет новые логистические пути и надёжных партнёров, заинтересованных в поддержании безопасности международного энергетического пространства.

Список литературы

1. Soussane J. A., Fakhouri M. Y., Mansouri Z. The effect of geopolitical risks on TNC location decision from antagonizing countries in the Russian Federation in light of the Ukrainian crisis // *Transnational Corporations Review*. 2023. Vol. 15, is. 4. P. 90–99. <https://doi.org/10.1016/j.tncr.2023.01.002>.
2. Geopolitical risks (GPRs) and foreign direct investments: A business risk approach / N. Fania, C. Yan, J. B. Kuyon, S. Djeri // *Global Journal of Management And Business Research*. 2020. Vol. 20, no. B1. P. 1–10.
3. Russia's war on Ukraine, European energy policy responses & implications for sustainable transformations / C. Kuzemko, M. Blondeel, C. Dupont, M. C. Brisbois // *Energy Res. Soc. Sci.* 2022. N 93. P. 102842. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2022.102842>.

4. Nguyen T. T. T., Pham B. T., Sala H. Being an emerging economy: to what extent do geopolitical risks hamper technology and FDI inflows? // *Economic Analysis and Policy*. 2022. N 74. P. 728–746.
5. Overland I., Poussenkova N. *Russian Oil Companies in an Evolving World: The Challenge of Change*, Edward Elgar Publishing Ltd, 2020. URL: https://scholar.google.com/scholar_lookup?title (дата обращения: 18.01.2024).
6. Does China's outward foreign direct investment alleviate energy poverty in host countries? Evidence from countries along the belt and road initiative / Kui Zhou, Yinsu Wang, Huan Wang, Jing Tan // *Renewable Energy*. 2024. Vol. 223. P. 120034. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2024.120034>.
7. Экспорт Российской Федерации основных энергетических товаров // Центральный банк России. URL: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/export_energy/ (дата обращения: 21.01.2024).
8. 6 стран, которые покупают у России много энергоресурсов // Tinkoff. URL: <https://journal.tinkoff.ru/short/fuel-buyers/> (дата обращения: 21.01.2024).
9. Структура акционерного капитала // TATNEFT. URL: https://www.tatneft.ru/aksioneram-i-investoram/equity_structure (дата обращения: 29.01.2024).
10. Структура акционерного капитала ПАО «Газпром» // Газпром. URL: <https://www.gazprom.ru/investors/stock/structure/> (дата обращения: 29.01.2024).
11. Структура акционерного капитала // Роснефть. URL: https://www.rosneft.ru/Investors/structure/share_capital/ (дата обращения: 21.01.2024).
12. Акционерный капитал // Лукойл. URL: <https://lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/Securities/sharecapital> (дата обращения: 15.01.2024).
13. Ямал СПГ // PROTUMSE. URL: <https://protumse.ru/ямал-спг-стоимость-проекта> (дата обращения: 12.01.2024).
14. Какие иностранные компании владеют активами в российском энергосекторе // Агентство нефтегазовой информации. URL: <https://www.angi.ru/news/2896855-Какие%20иностранн%20компаний%20владеют%20активами%20в%20российском%20энергосекторе/> (дата обращения: 12.01.2024).
15. Матвеев В. А. Современная энергетическая политика Китая: внешние и внутренние вызовы / Российская академия наук, Институт Дальнего Востока РАН. М., 2022. 168 с.
16. Эксперты назвали «интересные» рынки для поставок российского СПГ. URL: <https://ria.ru/20231126/spg-1911887061.html> (дата обращения: 12.01.2024).
17. К 2040 году импорт СПГ в Юго-Восточную Азию вырастет на 90 млрд куб. URL: https://finance.rambler.ru/economics/51834134/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 10.01.2024).
18. Бизнес США, ЕС и Японии призвал Байдена возобновить выдачу лицензий на экспорт СПГ. URL: https://finance.rambler.ru/economics/52170249/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 12.01.2024).
19. Аналитическая записка РСМД и Эмиратского центра стратегического анализа и исследований // Российский совет по международным делам. URL: <https://russiancouncil.ru/> (дата обращения: 11.01.2024).
20. Эксперты назвали Индию локомотивом спроса на энергоносители до 2040 года // РБК. URL: <https://quote.rbc.ru/news/article/6022562d2ae596c31ec8e6cb?ysclid=le02av9q2y306048689> (дата обращения: 17.01.2024).

References

1. Soussane J. A., Fakhouri M. Y., Mansouri Z. The effect of geopolitical risks on TNC location decision from antagonizing countries in the Russian Federation in light of the Ukrainian crisis. *Transnational Corporations Review*, 2023, vol. 15, is. 4, pp. 90–99. <https://doi.org/10.1016/j.tncr.2023.01.002>

2. Fania N., Yan C., Kuyon J. B., Djeri S. Geopolitical risks (GPRs) and foreign direct investments: A business risk approach. *Global Journal of Management And Business Research*, 2020, vol. 20, no. B1, pp. 1–10.
3. Kuzemko C., Blondeel M., Dupont C., Brisbois M. C. Russia's war on Ukraine, European energy policy responses & implications for sustainable transformations. *Energy Res. Soc. Sci.*, 2022, no. 93, p. 102842. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2022.102842>
4. Nguyen T. T. T., Pham B. T., Sala H. Being an emerging economy: to what extent do geopolitical risks hamper technology and FDI inflows? *Economic Analysis and Policy*, 2022, no. 74, pp. 728–746.
5. Overland I., Poussenkova N. Russian Oil Companies in an Evolving World: The Challenge of Change. Edward Elgar Publishing Ltd, 2020. Available at: https://scholar.google.com/scholar_lookup?title. (accessed 18.01.2024)
6. Kui Zhou, Yinsu Wang, Huan Wang, Jing Tan. Does China's outward foreign direct investment alleviate energy poverty in host countries? Evidence from countries along the belt and road initiative. *Renewable Energy*, 2024, vol. 223, p. 120034. <https://doi.org/10.1016/j.renene.2024.120034>
7. Eksport Rossiiskoi Federatsii osnovnykh energeticheskikh tovarov [Exports of basic energy products to the Russian Federation]. Tsentral'nyi bank Rossii [Central Bank of Russia]. Available at: https://cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/export_energy/. (accessed 21.01.2024)
8. 6 stran, kotorye pokupayut u Rossii mnogo energoresursov [6 countries that buy a lot of energy resources from Russia]. Tinkoff. Available at: <https://journal.tinkoff.ru/short/fuel-buyers/>. (accessed 21.01.2024)
9. Struktura aktsionernogo kapitala [Share capital structure]. TATNEFT. Available at: https://www.tatneft.ru/aktsioneram-i-investoram/equity_structure. (accessed 29.01.2024)
10. Struktura aktsionernogo kapitala PAO "Gazprom" [PJSC Gazprom's Share Capital Structure]. Gazprom [Gazprom]. Available at: <https://www.gazprom.ru/investors/stock/structure/>. (accessed 29.01.2024)
11. Struktura aktsionernogo kapitala [Share capital structure]. Rosneft' [Rosneft]. Available at: https://www.rosneft.ru/Investors/structure/share_capital/. (accessed 21.01.2024)
12. Aktsionernyi kapital [Share capital]. Lukoil [Lukoil]. Available at: <https://lukoil.ru/InvestorAndShareholderCenter/Securities/sharecapital>. (accessed 15.01.2024)
13. Yamal SPG [Yamal LNG]. PROTUMSE. Available at: <https://protumse.ru/Yamal-LNG-Cost-of-Project>. (accessed 12.01.2024)
14. Kakie inostrannye kompanii vladelyut aktivami v rossiiskom energosektore [Which foreign companies own assets in the Russian energy sector?]. Agentstvo neftegazovoi informatsii [Oil and Gas Information Agency]. Available at: <https://www.angi.ru/news/2896855-What%20foreign%20companies%20own%20assets%20in%20Russian%20energy%20sector/>. (accessed 12.01.2024)
15. Matveev V. A. Sovremennaya energeticheskaya politika Kitai: vneshnye i vnutrennykh vyzovy [Modern energy policy of China: external and internal challenges]. Moscow, Institute of Far Eastern Studies of the Russian Academy of Sciences Publ., 2022. 168 p.
16. Eksperty nazvali "interesnye" rynki dlya postavok rossiiskogo SPG [Experts named "interesting" markets for the supply of Russian LNG]. Available at: <https://ria.ru/20231126/spg-1911887061.html>. (accessed 12.01.2024)
17. K 2040 godu import SPG v Yugo-Vostochnuyu Aziyu vyrastet na 90 mlrd kub [LNG imports to Southeast Asia will grow by 90 billion cubic meters by 2040]. Available at: https://finance.rambler.ru/economics/51834134/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink. (accessed 10.01.2024)
18. Biznes SSHa, ES i Yaponii prizval Baidena vozobnovit' vydachu litsenzii na eksport SPG [U.S., EU, and Japanese businesses called on Biden to resume issuing LNG export licenses]. Available at: https://finance.rambler.ru/economics/52170249/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink. (accessed 12.01.2024)

19. Analiticheskaya zapiska RSMD i Emiratskogo tsentra strategicheskogo analiza i issledovaniy [Policy Brief of RIAC and the Emirates Center for Strategic Analysis and Research]. Rossiiskii sovet po mezhdunarodnym delam [Russian Council for International Affairs]. Available at: <https://russiancouncil.ru/>. (accessed 11.01.2024)

20. Eksperty nazvali Indiyu lokomotivom sprosa na energonositeli do 2040 goda [Experts called India the locomotive of energy demand until 2040]. RBK [RBC]. Available at: <https://quote.rbc.ru/news/article/6022562dae596c31ec8e6cb?ysclid=1e02av9q2y306048689>. (accessed 17.01.2024)

Информация об авторах / Information about the Authors

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, доцент кафедры международных отношений и государственного управления, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: kuzmina-violetta@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-1867-7330

Violetta M. Kuzmina, Candidate of Sciences (History), Associate Professor of the Department of International Relations and Public Administration, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: kuzmina-violetta@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-1867-7330

Пархомчук Марина Анатольевна, доктор экономических наук, профессор кафедры международных отношений и государственного управления, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: marinaanatollevna@yandex.ru

Marina A. Parkhomchuk, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Department of International Relations and Public Administration Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: marinaanatollevna@yandex.ru

Зеленина Ангелина Андреевна, студент кафедры международных отношений и государственного управления, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: lin.in.hell@yandex.ru

Angelina A. Zelenina, Student of the Department of International Relations and Public Administration, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: lin.in.hell@yandex.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 332

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-22-33>**Перспективы развития российской черной металлургии
в условиях санкций****С. В. Шманев¹**

¹ Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Ленинградский пр-т, д. 49, г. Москва 125993, Российская Федерация

✉ e-mail: shmanev_s_v@mail.ru

Резюме

Актуальность. В настоящее время черная металлургия играет важную роль в экономике России. Отрасль черной металлургии составляет приблизительно 5-6% в формировании ВВП, является ключевым индикатором технологического развития и производственной мощности страны. Она влияет на различные сферы жизни общества, включая строительство, машиностроение и автомобильную промышленность. Черная металлургия также актуальна из-за своей связи с экологическими и энергетическими проблемами.

Однако для успешного развития этой отрасли необходима системная работа по модернизации технологий, обеспечению энергетической эффективности и соблюдению экологических стандартов.

Цель – провести анализ эффективности функционирования отечественной черной металлургии как основы устойчивого социально-экономического развития страны в современных условиях и выявить тенденции развития промышленности в условиях санкций и мировой экономической стагнации.

Задачи: необходимо выявить, способствует ли установленный Россией курс на импортозамещение и принятая Стратегия развития металлургической промышленности РФ на период до 2030 года экономическому росту, повышению национальной безопасности и обеспечению достойного уровня жизни населения страны.

Методология. В приведенном исследовании использовались труды российских ученых и анализ материалов российских экспертов. При исследовании были применены методы сравнения, анализа, синтеза и прогнозирования.

Результаты. Черная металлургия, основанная на передовых технологиях, является не только индикатором экономического и социального развития, но и формирует базу экономической независимости и безопасности страны.

Выводы. Развитие черной металлургии без возрождения отечественного машиностроения и замены импортных станков, технологий на свою, отечественную продукцию приведет к дальнейшему росту зависимости от западной экономики и целей западных политиков, а это вопрос не только безопасности, но и существования самого государства.

Ключевые слова: черная металлургия; государство; экономическая политика; управление; цифровизация.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Шманев С. В. Перспективы развития российской черной металлургии в условиях санкций // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 22–33. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-22-33>.

Поступила в редакцию 18.02.2024

Принята к публикации 17.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Prospects for the Development of the Russian Ferrous Metallurgy in the Context of Sanctions

Sergey V. Shmanev¹✉

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation
49 Leningradsky Ave., Moscow 125993, Russian Federation

✉ e-mail: shmanev_s_v@mail.ru

Abstract

Relevance. Currently, ferrous metallurgy plays an important role in the Russian economy. The ferrous metallurgy industry accounts for approximately 5-6% of GDP and is a key indicator of the country's technological development and production capacity. It affects various spheres of society, including construction, mechanical engineering, and the automotive industry. Ferrous metallurgy is also relevant because of its connection with environmental and energy problems. However, for the successful development of this industry, systematic work is needed to modernize technologies, ensure energy efficiency, and comply with environmental standards.

The purpose is to analyze the effectiveness of the functioning of the domestic ferrous metallurgy as the basis for sustainable socio-economic development of the country in modern conditions and identify trends in the development of industry in the context of sanctions and global economic stagnation.

Objectives: it is necessary to identify whether the policy of import substitution established by Russia and the adopted Strategy for the Development of the metallurgical industry of the Russian Federation for the period up to 2030 contributes to economic growth, improving national security and ensuring a decent standard of living for the population of the country.

Methodology. The above study used the works of Russian scientists and the analysis of materials by Russian experts. Methods of comparison, analysis, synthesis and forecasting were used in the study.

Results. Ferrous metallurgy, based on advanced technologies, is not only an indicator of economic and social development but also forms the basis of the country's economic independence and security.

Conclusions. The development of ferrous metallurgy without the revival of domestic engineering and the replacement of imported machines and technologies with their domestic products will lead to a further increase in dependence on the Western economy and the goals of Western politicians, and this is not only a matter of security, but also the existence of the state itself.

Keywords: ferrous metallurgy; state, economic policy; management; digitalization.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Shmanev S. V. Prospects for the Development of the Russian Ferrous Metallurgy in the Context of Sanctions. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 22–33. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-22-33>.

Received 18.02.2024

Accepted 17.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Черная металлургия является основой обеспечения бесперебойной работы всех других отраслей, использующих металл в качестве конструктивного материала. Для России она имеет стратегическое значение, так как ей принадлежит структурообразующая роль, и от эффективности и надежности ее функционирования зависит стабильность, развитие и безопасность страны в целом. Это определя-

ется тем, что она, во-первых, является основой для многих других отечественных отраслей экономики: сталь выступает конструктивным материалом для промышленности, строительных материалов, машиностроения, автомобильных и судостроительных производств. Во-вторых, черная металлургия является одной из главных отраслей экспорта России: российская сталь известна своим качеством и конкурентоспособностью на междуна-

родном рынке. Она экспортируется во многие страны мира, что способствует увеличению экспортного потенциала страны и приносит значительные доходы в бюджет. И в-третьих, черная металлургия является источником создания рабочих мест и обеспечения социальной стабильности: вложения в эту отрасль позволяют укрепить экономику страны, снизить социальные напряжения и улучшить качество жизни населения [1; 2; 3; 4; 5].

Материалы и методы

Санкционное давление на Россию со стороны запада, а также проблемы, которые вызвала пандемия, повлекли за собой не только негативные последствия, но и стали мощным стимулом проверки всей отрасли черной металлургии на прочность. Понимая, что во многом эффективность их деятельности будет зависеть от умения руководства предприятий предвидеть и противостоять возникающим рискам и угрозам, от качества разрабатываемых перспективных планов развития и от уровня внедрения в производственные процессы новейших цифровых технологий (так как повышение эффективности производства предполагает обработку большого объема данных, что требует полной автоматизации технологических линий), государство проводит комплексную поддержку промышленности: разрабатываются программы стратегического развития отрасли, выделяются бюджетные средства развития на ближайшие годы, что отражено в Стратегии развития российской металлургии до 2030 года.

В проведенном исследовании были использованы методы экспертных оценок, экономико-статистические методы и методы корреляционно-регрессионного анализа. Их использование позволило решить поставленные задачи.

Результаты и их обсуждение

Металлургическая промышленность – одна из ведущих и системообразующих отраслей промышленности в России. Она

формирует до 5% ВВП страны в целом и 17,4% обрабатывающей промышленности в частности. Черная металлургия обеспечивает 318 420 рабочих мест.

Черная металлургия включает в себя процессы обработки и производства стали и других черных металлов, таких как чугун и сплавы. Исходным сырьём для производства чёрных металлов являются железные руды. По оценке геологической службы США (USGS), мировые запасы железной руды в 2021 г. составили около 244,2 млрд тонн. Более 75% мировых запасов железных руд сконцентрировано на территории четырёх стран – Австралии, которая является крупнейшим мировым производителем железорудной продукции и ее поставщиком на мировой рынок (28,7 %), Бразилии (18 %), России (16,8 %) и Индии (8,3 %) [6].

Запасы железной руды в РФ сейчас оцениваются в 110,3 млрд тонн, из них более половины промышленного назначения – 58,3 млрд тонн, сейчас находится в разработке – 25,7 млрд тонн.

На данный момент из крупных проектов по развитию сырьевой базы для черной металлургии можно выделить проект ООО «КМА-РУДА» по разработке Коробковского месторождения, находящегося в Белгородской области. Программа инвестиционного развития предусматривает увеличение рабочих мест на 2,3 тыс. человек, и к 2028 г. поставлена задача – увеличить объем добычи руды с 4,8 до 12 млн тонн в год [4; 7; 8].

Развитие металлургической промышленности в России активно началось еще в XVIII в. Первоначальную эксплуатацию и производство черных металлов, включая чугун, начали уральские предприниматели Демидовы. В период правления Петра I эти мероприятия начали развивать железоплавильные и оружейные заводы. Такие действия стали возможными благодаря активной добыче железа на Урале.

В начале XX в. процесс добычи полезных ископаемых начался на место-

рождениях в Украине и в области Курской магнитной аномалии, охватывающей Курскую и Белгородскую области. Кроме того, значительные запасы железной руды присутствуют в Сибири.

Для восстановления железа предприятия используют также древесный уголь, что обуславливает размещение металлургических предприятий вблизи месторождений и обширных лесных массивов. Важным фактором при выборе местоположения комбинатов и заводов является также обеспечение их необходимыми объемами электроэнергии, природного газа и воды. Среди других критериев выбора территории для создания предприятия могут быть следующие:

- концентрация производственных мощностей и рабочей силы;
- совмещение различных производственных процессов или отраслей;
- материально-энергетическая эффективность;
- обеспечение полного производственного цикла и проведение научно-исследовательской деятельности.

На основе упомянутых критериев и факторов можно выделить три основные металлургические базы в России: Уральская, Центральная и Сибирская. Предлагается подробнее рассмотреть вклад каждой из них в российский металлургический потенциал [3; 4; 8; 9,10]. Как было отмечено ранее, уральские предприниматели сыграли ключевую роль в становлении металлургии в России. Промышленная деятельность предприятий Уральского федерального округа охватывает все основные секторы черной металлургии: от добычи железной руды до производства чугуна, проката и стали. Предприятия Урала, как правило, являются вертикально-интегрированными и производят около 40% стали и чугуна от общего объема в стране [11; 12].

В Уральскую металлургическую базу входят ведущие предприятия отрасли, такие как ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», АО «ЕВРАЗ

НТМК» и ОАО «Челябинский металлургический комбинат». Они являются полноцикловыми производствами и используют сырье, добываемое на Качканарском месторождении и в Курской магнитной аномалии. Однако в 2019 г. информация от пресс-службы «ЕВРАЗ» указывала на истощение запасов Качканарского ГОКа. Вследствие этого некоторые заводы начали активно использовать сырье из других регионов или из Казахстана.

Еще один ряд предприятий с полным циклом производства находится в городах Челябинской области, таких как Серов, Алапаевск, Аша, Златоуст и Чебаркуль. Среди них следует выделить такие компании, как ОАО «Уральская сталь», АО «Белорецкий металлургический комбинат», ПАО «Ашинский метзавод», ПАО «Надеждинский металлургический завод» и АО «Чусовской металлургический завод» [13; 14].

Уральский федеральный округ является центром металлургической промышленности и имеет значительное количество предприятий, специализирующихся на переработке металла. Среди них выделяются ООО «Виз-сталь» в Екатеринбурге, входящее в состав НЛМК, и «ИжСталь» компании «Мечел», а также Челябинский трубопрокатный завод, входящий в холдинг ЧТПЗ. [3; 9].

В Центральном районе России расположены крупные месторождения железных руд, такие как Курская магнитная аномалия и Лебединское железорудное месторождение в Белгородской области. Здесь также закупаются сырье с месторождений Кольского полуострова. Эти регионы имеют мощную базу для развития черной металлургии, предприятия которой массово производят сталь, чугун, прокат и трубы. Среди промышленных городов, где находятся металлургические предприятия, следует отметить Череповец, Липецк, Тулу и Старый Оскол. Здесь действуют такие крупные компании, как Череповецкий металлургический комби-

нат, Новолипецкий металлургический комбинат, Косогорский металлургический завод и Оскольский электрометаллургический комбинат [9; 14; 15].

Сибирь, хотя и не обладает такой исторической значимостью в черной металлургии, как Урал и Центральный регион, однако благодаря низкой стоимости энергоресурсов и богатым запасам железных руд сталевары этого региона значительными объемами производят чугуны, составляя до 20% от общероссийских объемов. Некоторые известные территории с железорудными залежами в Сибири включают Горную Шорию, Абаканское и Ангара-Илимское месторождения. Заводы полного цикла производства, такие как ОАО «Западно-Сибирский металлургический комбинат», ОАО «Новокузнецкий металлургический комбинат», ЕВРАЗ ЗСМК и АО «Кузнецкие ферросплавы», используют сырье из этих регионов для своей деятельности [7; 9; 16].

Лидеры российской металлургической отрасли, считающиеся системообразующими компаниями с наибольшим объемом производства и отгрузок продукции, включают в себя ПАО «Северсталь», ПК «ЕВРАЗ», ПАО «НЛМК», ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ОАО «Челябинский металлургический комбинат» («Мечел») и ОАО «Челябинский трубопрокатный завод».

Рассмотрим каждое из указанных предприятий более подробно:

1. «Северсталь» – это одно из крупнейших предприятий в отрасли, занимает второе место по масштабу в России. Расположен в Череповце. Основной продукцией является стале прокат, профили и трубы. В 2022 г. «Северсталь» произвела 10,7 млн тонн стали и почти 11 млн тонн чугуна.

2. «Новолипецкий металлургический комбинат» (НЛМК) основан почти 100 лет назад в Липецке. Включает в себя не только производство, но и добычу сырья для выплавки чугуна. Средний годовой

объем производства компании составляет 15,7 млн тонн стали и чугуна.

3. «ЕВРАЗ» занимает 35-е место в рейтинге международной металлургической ассоциации World Steel Association. Одними из его крупнейших предприятий являются «Нижнетагильский металлургический комбинат» (ЕВРАЗ НМТК) и «Западно-Сибирский металлургический комбинат» (ЕВРАЗ ЗСМК), последний из которых считается одним из ведущих предприятий в Сибири. Общие мощности предприятий в 2022 г. показали объемы в 12,8 млн тонн стали.

4. ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат» (ММК) расположен в Челябинской области и является одним из крупнейших предприятий отрасли не только в России, но и в мире. Занимается полным циклом производства, а его производственные мощности в 2022 г. составили 11,7 млн тонн стали и 9,1 млн тонн чугуна.

5. ОАО «Челябинский металлургический комбинат» является дочерним предприятием ПАО «Мечел». Входит в число крупнейших предприятий с полным циклом производства и выпускает стале прокатную продукцию и нержавеющую сталь объемом до 4,6 млн тонн в год.

6. ОАО «Челябинский трубопрокатный завод» расположен на Урале и обладает долей в 17% на рынке труб в России. Завод является одним из основных производителей труб в стране.

Эти предприятия являются ведущими игроками в отрасли черной металлургии в России и имеют значительное влияние на мировом рынке [8; 9; 17].

Хоть качество отечественных руд и уступает зарубежным (среднее содержание железа в руде 28-34%, когда в месторождениях Бразилии и Австралии 45-66%), количества сырья достаточно для удовлетворения внутреннего спроса и обеспечения экспортных поставок. Однако две трети от всего объема железной руды добывается в месторождениях Курской магнитной аномалии. В результате

комбинаты Уральской и Сибирской металлургических баз прибегают к импорту, так как транспортные издержки делают поставки из центральной части страны менее выгодными [8; 14].

Есть еще одна проблема в производственных цепочках отечественной металлургии – это высокая зависимость ее от импортных поставок технической базы и огнеупорных материалов. Причем основная доля импортозависимости приходится на неформованные теплоизоляционные материалы для доменного и сталеплавильного производств, а также на функциональные огнеупорные изделия для машин непрерывной разливки стали, электропечей и конвертеров [9; 16].

В условиях обострения международной обстановки и давления санкций, спровоцированных американскими политиками, Правительством РФ планирует осуществить ряд инвестиционных проектов, которые связаны с расширением производства, связанного с изделиями из необходимых для нашей металлургии современных функциональных огнеупоров.

Что касается зависимости в части поставок оборудования, то, как отмечается в Стратегии развития черной металлургии до 2030 г., «практически все оборудование по всей цепочке создания стоимости в металлургии импортировалось из недружественных стран, в первую очередь литейные агрегаты, оборудование для аглодоменного передела, нагревательные печи, прокатные станы и др.» [7; 8; 9; 13; 17; 18].

Черная металлургия – одна из ключевых отраслей промышленности мирового экономического порядка. Однако, несмотря на свою важность, она сталкивается с рядом проблем, которые влияют на ее устойчивость и развитие.

Одной из основных проблем является экологическая нагрузка, связанная с процессами производства черного металла. Производство включает в себя широкий спектр опасных веществ, в т. ч. тяже-

лых металлов, химических соединений и выбросов парниковых газов.

Крупные сталелитейные компании сталкиваются с необходимостью соблюдения строгих норм и стандартов в области охраны окружающей среды, что требует значительных инвестиций в современные технологии и оборудование. Основная тенденция для решения данной проблемы – внедрение зеленых технологий стратегии ESG (Environmental, Social, Governance). Кроме того, проводятся исследования и разработки новых методов производства, которые позволяют улучшить качество и сократить затраты энергии [8; 19].

Еще одной важной проблемой является энергетическая эффективность процессов производства. Черная металлургия потребляет большое количество энергии, особенно в виде электричества. Применение устаревших технологий и оборудования может снизить эффективность использования энергии и увеличить расходы на производство.

Современное состояние (износ) основных фондов металлургической отрасли показано ниже (рис. 1).

Как можно видеть из рисунка 1, показатель износа ОС (а главное – машин и оборудования) высок. На 2022 г. 56,7% от всех машин и оборудования утратили свои потребительные свойства и нуждаются в замене [5; 16; 17; 20].

Большая часть высокотехнологичного оборудования поставлялась из недружественных европейских стран. И сейчас, в условиях санкционного давления, приобретение зарубежного оборудования и его сервис затруднены, а по некоторым линейкам продукции и попросту невозможны – зарубежные компании (главным образом производители сталеплавильного и прокатного оборудования) приостановили свою деятельность на территории Российской Федерации. В то же время отечественное машиностроение не в состоянии вполне обеспечить потребность предприятий

черной металлургии в этом высокотехнологичном оборудовании. Альтернативным источником оборудования слу-

жат страны Азиатского региона, уступающие, однако, западным аналогам по качеству и цене [10; 19; 20; 21].

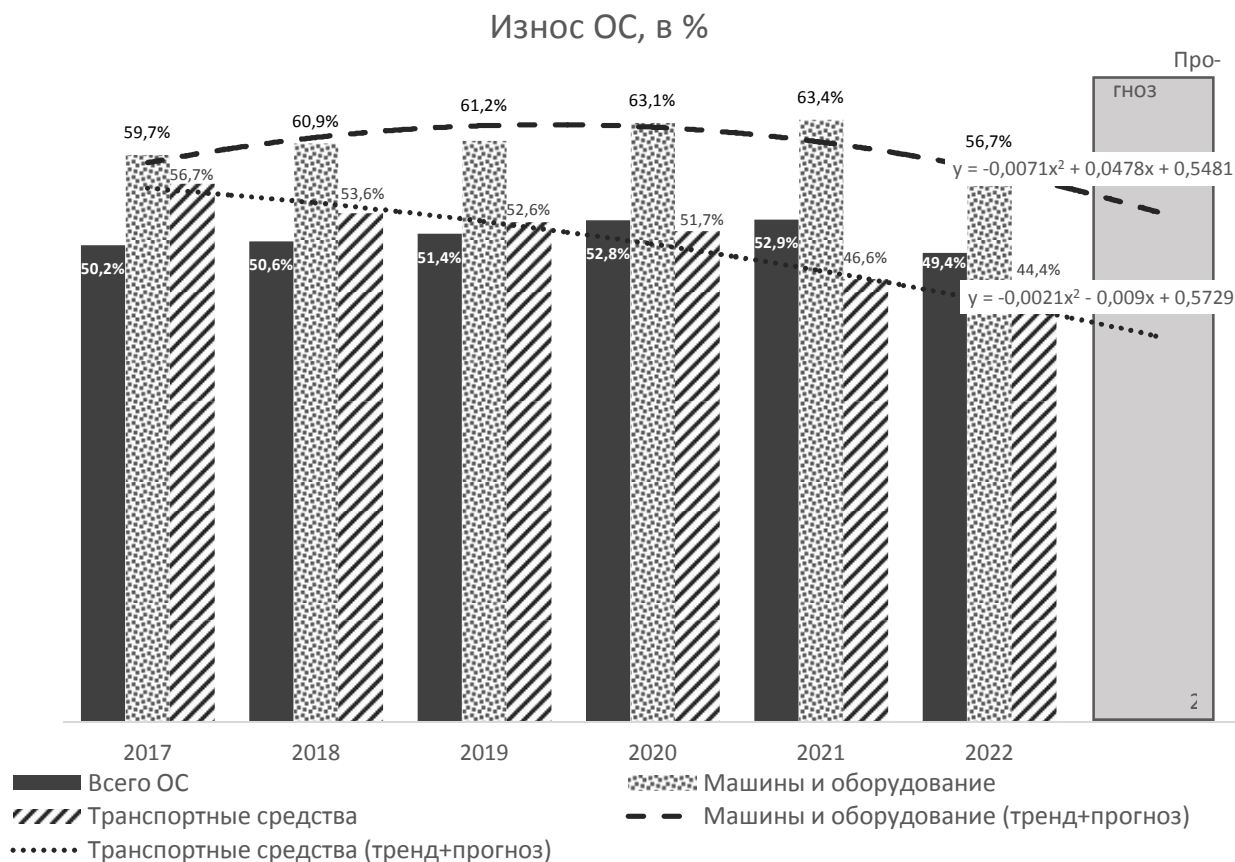


Рис. 1. Динамика износа ОС в черной металлургии

Так, на фоне существенной потребности отечественной металлургии в модернизации основных фондов и значительного сокращения источников её проведения прогнозируется дефицит производственных компетенций.

В связи с этим остро стоит перед Россией задача значительного расширения отечественной машиностроительной базы по созданию современных конструкторских бюро по проектированию современного металлургического оборудования и на основе этих разработок – возрождению его производства.

Но одним из главных препятствий на пути развития современной отечественной машиностроительной базы является отсутствие стабильного внутреннего спроса на продукцию тяжелого машиностроения.

Решение данной проблемы лежит в организации тесной кооперации между металлургическими компаниями (потребителями) – машиностроительными и инжиниринговыми компаниями. Продуктом этого взаимодействия должно стать совместное формирование технических заданий по разработке и поставке высокотехнологичного оборудования машиностроителями, что позволит:

1) металлургическим компаниям – в меру возможностей производителей удовлетворить свои потребности в оборудовании;

2) машиностроителям и инжиниринговым компаниям – обозначить долгосрочный масштаб производства, ликвидировать проблему непостоянства спроса и отсюда снизить хроническую недоза-

грузку мощностей, оптимизировать ритмичность работы, наладить производство новых линеек продукции.

Другим направлением для кооперации является взаимодействие металлургической отрасли как производителя и компаний как потребителей специфических сталей и сплавов. Несбалансированный спрос на них вкупе с отсутствием малотоннажного производства (когда средний объем заказа составляет 200 кг) препятствует развитию данного рынка. Отечественные предприятия при таком раскладе оперируют в условиях, далеких от технологического оптимума, загружая мощности нестабильно и неритмично, что сказывается на стоимости производства.

Для решения этих вопросов Правительство РФ разработало и планирует к реализации ряд мер [7; 8; 18].

Также существуют проблемы социально-экономического характера. Например, многие старые предприятия в странах с переходной экономикой не только не соответствуют современным стандартам, но и сталкиваются с проблемой сокращения рабочих мест [17]. Разорение подобных предприятий может привести к массовой безработице и социальным конфликтам.

Для решения проблем, связанных социально-экономическим аспектом, необходимо проведение социальной программы не только по сохранению существующих рабочих мест, но и по конверсии неэффективных предприятий в будущих развивающихся отраслях [8; 13; 14].

Кроме того, в последние годы часто возникают сложности с поставкой сырья для производства черного металла. Сырьевая база сталелитейных заводов подвержена влиянию геополитических и экономических факторов. Зависимость от импорта ряда элементов и ресурсов может затруднять развитие и повышение конкурентоспособности отрасли.

При разработке стратегии увеличения выпуска продукции черной металлургии следует учитывать международ-

ную экономическую ситуацию: кризис мировой экономики, вызванный пандемией; рост цены на энергоносители в результате необдуманной поддержки европейскими странами санкции против России. В конечном итоге это вызвало падение спроса на продукцию сталелитейной отрасли. Так, по данным аналитиков, мировое производство стали сократилось на 2,8%, а мировое потребление – на 4,3%.

Это не так сильно коснулось нашей страны, и, несмотря на санкции, в 2020 г. производство черных металлов возросло, а мы поднялись в международном рейтинге с пятого места на четвертое [9; 16].

В России металлургическая отрасль по-прежнему относится к стратегическим секторам экономики, и государство играет важную роль в ее регулировании. Государственное управление может оказывать влияние на цены на металлы, тарифы на энергию и другие аспекты деятельности предприятий.

Повышенное внимание государства к черной металлургии как базовой отрасли позволило пройти кризисный для всего мира период с достаточно позитивными показателями.

Об этом свидетельствуют итоги 2023 г.: объемы производства черной металлургии, согласно данным Росстата, выросли на 6-10% и, хотя не достигли досанкционного показателя 2020 г., значительно превысили показатели 2019 пандемийного года [19; 21].

В отчетах Росстата о динамике промышленного производства сообщается, что производство нелегированной стали в 2023 г. выросло по сравнению с предыдущим годом на 7,6% и достигло 50,6 млн т. Объемы горячего проката возросли на 9,9%, холоднокатаного – на 9,6%, чугуна – на 6,3% и достигли 45,8 млн т.

В 2023 г., по данным аналитиков компании «Северсталь», в России выросло на 9% потребление стальной продукции в строительстве, на 12% – в автомобилестроении. Правда, несколько снизи-

лось в некоторых энергетических компаниях, таких как «Газпром», где падение составило около 3 %, что соответствует 4,2 млн т. При этом такие компании, как «Транснефть» и «Новатэк», потребление, наоборот, увеличили. Рост потребления на внутреннем российском рынке связан, по мнению ряда независимых аналитиков, с увеличением объемов строительства, прежде всего, в промышленном секторе, с машиностроением, кораблестроением, а также с новыми инфраструктурными проектами, что во многом определяется идущим в России процессом импортозамещения.

Хотя нужно отметить, что во многом рост показателей объемов производства черной металлургии связан с низкими объемами производства в 2022 г., когда отрасль была парализована давлением санкций и пыталась найти пути выхода из сложившейся ситуации.

Однако ведущий аналитик ИК «Велес Капитал» Василий Данилов считает, что сравнение нужно проводить относительно 2021 г., когда производство чугуна, горячекатаного и сортового проката в России выросло за год на 2,5%, 3% и 1,7% соответственно. Тогда можно с уверенностью сказать, что в 2023 г. отрасль находилась на уровне чуть ниже докризисного, а если учесть, что 2021 г. был пиковым для отечественной металлургии, то наше время можно охарактеризовать как серьезный успех российских сталеваров, который во многом определяется гибкостью проводимой ими экономической политики и выходом на азиатские рынки сбыта.

Такой же точки зрения придерживается и генеральный директор ПАО «Северсталь» Александр Шевелев.

Что же касается прогноза на 2024 г., то аналитики, несмотря на явные признаки стагнации международной экономики, ожидают увеличение потребления стали на 2-3% на внутреннем рынке в связи с ожидаемым ростом строительства жилой недвижимости [8; 22; 23].

Выводы

Введённые санкции, политическая и экономическая нестабильность в мире, а также ограничение доступа России на мировые технологические, финансовые рынки и рынки вспомогательных ресурсов – все это вызвало необходимость модернизировать производство черной металлургии. Поэтому последние несколько лет в отечественной металлургии активно внедряются новые технологии, такие как электродуговая плавка; производственный процесс переориентируется с целью сокращения затрат на энергию и повышения качества выпускаемой продукции, тем самым обеспечивая конкурентоспособность на мировых рынках.

Беря во внимание задачи экономического развития России и переориентирование рыночной системы на страны Ближнего и Дальнего Востока, следует предполагать, что в перспективе ведущая роль будет отведена производству высокопрочных труб для нефтяных и газовых сетей (и прежде всего, для формирования структуры морских магистралей).

Не случайно, что приоритет развития отечественного машиностроения был заложен в Стратегию развития российской металлургии до 2030 года. Российские металлурги реализуют крупные инвестиционные проекты, направленные на обеспечение отрасли необходимыми материалами и комплектующими, создают условия для бурного роста промышленности в 2025–2030 гг. При этом учитывая, что почти 30% всей производящей металлургической продукции в развитых странах изготавливается на предприятиях, находящихся в собственности государства, следует предположить усиление роли Российского государства в регулировании этой отрасли.

Сложность технологических операций, необходимость обработки большого массива данных требуют проведения серьезной модернизации отечественного производства, оборудование которого имеет высокий уровень морального и физического износа. Именно поэтому в

настоящее время уделяется большое внимание автоматизации и цифровизации процессов. Внедрение умного производства позволит не только управлять технологическими процессами, но и моделировать новые высокотехнологические производства. Это даст возможность просчитывать различные риски и

своевременно их устранять, тем более что с поддержкой государства своего производителя они смогут использовать разработанные отечественные программы и внедрять в производство технологии, связанные с искусственным интеллектом, BigData, и другие современные IT-разработки.

Список литературы

1. Тенденции, особенности и проблемы развития черной металлургии России. URL: <https://upravlennets.usue.ru/images/69/6.pdf> (дата обращения: 05.01.2024).
2. Баженов О. В., Баев Д. В. Влияние прямых зарубежных инвестиций на развитие отрасли черной металлургии в России // Известия высших учебных заведений. Черная металлургия. 2017. Т. 60, №1. С. 67–73.
3. Власенко А. В., Скрябин В. В., Пацук О. В. Рынок черной металлургии // Производственный менеджмент: теория, методология, практика. 2016. № 4. С. 86–91.
4. Морозова Ю. Д. Проблема процесса ценообразования на российских металлургических предприятиях // Генезис, формирование, развитие и прогнозирование экономических систем в России и за рубежом: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. Екатеринбург: Профессиональная наука, 2017. С. 188–198.
5. Молдован А. А. Рынок черной металлургии в России // E-Scio. 2023. № 2 (77). С. 1–6.
6. Государственный доклад о состоянии и использовании минерально-сырьевых ресурсов в Российской Федерации в 2021 году. URL: <https://www.gd2021data-geo.ru> (дата обращения: 17.01.2024).
7. Об утверждении Стратегии развития металлургической промышленности РФ на период до 2030 г.: Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2022 г. № 4260-р. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405963845/> (дата обращения: 09.01.2024).
8. Бенц Д. С., Резепин А. В. Среднесрочные тренды экономического и технологического развития регионов металлургического профиля // Journal of new economy. 2023. № 3. С. 91–118.
9. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 18.01.2024).
10. Иконников А. Ю. Особенности формирования и развития корпоративных структур в условиях институциональных преобразований в горно-металлургической отрасли // Труд и социальные отношения. 2017. № 1. С. 55–65.
11. Пичурин И. И. Преимущественная ориентация металлургических предприятий Урала на внутренний рынок – одно из важнейших условий экономической безопасности // Экономика региона. 2011. № 3. С. 250–254.
12. Родионова И. А. Промышленное производства регионов России: Структурные сдвиги // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 21. С. 2–11.
13. Романова О. А., Селиванов Е. Н., Ченчевич С. Г. Возможности и ограничения модернизации регионального металлургического комплекса // Экономика региона. 2012. № 4(32). С. 92–99.
14. Сентюрин А. В. О текущей ситуации и основных тенденциях в черной металлургии России // Сталь. 2019. № 4. С. 77–79.
15. Шайбакова Л. Ф., Нестеров Д. Н. Инновационные решения ОАО «Трубная металлургическая компания» // Управленец. 2013. № 1(41). С. 29–33.
16. World Steel Association. URL: <https://worldsteel.org/> (дата обращения: 18.01.2024).
17. Зайцев Ю. К. Экономические основы государственной поддержки российских предприятий сталелитейной промышленности в условиях внешних шоков // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2023. № 39 (3). С. 352–377. <https://doi.org/10.21638/spbu05.2023.304>.
18. О системе управления реализацией национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (вместе с Положением о системе управления реализацией национальной про-

граммы «Цифровая экономика Российской Федерации»): Постановление Правительства РФ от 02.03.2019 г. № 234: [ред. от 15.05.2022 г.]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319701/ (дата обращения: 17.01.2024).

19. Антипенко А. А. Оценка состояния российской отрасли металлургического производства // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2022. № 3. С. 5–15.

20. Вопросы оценки конкурентоспособности компаний металлургической отрасли / Д. С. Воронов, Ю. В. Истомина, Е. А. Разумовская, Д. Ю. Разумовский // Экономика и менеджмент систем управления. 2017. Т. 23, № 1. С. 16–21.

21. Ли Цзюнь. Сравнительный анализ состояния российской и китайской черной металлургии в условиях пандемии // Universum: экономика и юриспруденция. 2021. № 1(88). С. 1–6.

22. Шманев С. В., Морковкин Д. Е., Донцова О. И. Стратегические ориентиры государственного регулирования национальной экономики в условиях цифровизации: монография. М.: КноРус, 2021. С. 178.

23. Шманев С. В., Шманева Л. В., Егорова Т. Н. Особенности государственной экономической политики в условиях глобализации и модернизации // Научные записки ОрелГИЭТ. 2015. № 1(11). С. 353–358.

References

1. Tendencii, osobennosti i problemy razvitiya chernoj metallurgii Rossii [Trends, features and problems of the development of ferrous metallurgy in Russia]. Available at: <https://upravlennets.usue.ru/images/69/6.pdf>. (accessed 05.01.2024)

2. Bazhenov O. V., Baev D. V. Vliyanie pryamyh zarubezhnyh investitsij na razvitie otrasli chernoj metallurgii v Rossii [The impact of direct foreign investments on the development of the ferrous metallurgy industry in Russia]. *Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Chernaya metallurgiya = Proceeding of Higher Educational Institutions. Ferrous Metallurgy*, 2017, vol. 60, no. 1, pp. 67–73.

3. Vlasenko A. V., Skryabin V. V., Pacuk O. V. Rynok chernoj metallurgii [Ferrous metallurgy market]. *Proizvodstvennyj menedzhment: teoriya, metodologiya, praktika = Production Management: Theory, Methodology, Practice*, 2016, no. 4, pp. 86–91.

4. Morozova Yu. D. [The problem of the pricing process at Russian metallurgical enterprises]. *Genesis, formirovanie, razvitie i prognozirovaniye ekonomicheskikh sistem v Rossii i za rubezhom. Sbornik nauchnykh trudov po materialam I Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Genesis, formation, development and forecasting of economic systems in Russia and abroad: a collection of scientific papers based on the materials of the I International Scientific and Practical Conference]. Ekaterinburg, Professional'naya nauka Publ., 2017, pp. 188–198. (In Russ.)

5. Moldovan A. A. Rynok chernoj metallurgii v Rossii [Ferrous metallurgy market in Russia]. *E-Scio*, 2023, no. 2 (77), pp. 1–6.

6. Gosudarstvennyi doklad o sostoyanii i ispol'zovanii mineral'no-syr'evykh resursov rossiiskoi federatsii v 2021 godu [State report on the state and use of mineral resources of the Russian Federation in 2021]. Available at: <https://www.gd2021data-geo.ru>. (accessed 17.01.2024)

7. Ob utverzhdenii Strategii razvitiya metallurgicheskoy promyshlennosti RF na period do 2030 g. [On approval of the Strategy for the development of the metallurgical industry of the Russian Federation for the period up to 2030]. Decree of the Government of the Russian Federation of December 28, 2022 № 4260-R. Available at: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405963845/>. (accessed 09.01.2024)

8. Benc D. S., Rezepin A. V. Srednesrochnye trendy ekonomicheskogo i tekhnologicheskogo razvitiya regionov metallurgicheskogo profilya [Medium-term trends in economic and technological development of metallurgical profile regions]. *Journal of New Economy*, 2023, no. 3, pp. 91–118.

9. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki [Federal State Statistics Service]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/>. (accessed 18.01.2024)

10. Ikonnikov A. Yu. Osobennosti formirovaniya i razvitiya korporativnykh struktur v usloviyakh institucional'nykh preobrazovaniy v gorno-metallurgicheskoy otrasli [Features of the formation and development of corporate structures in the context of institutional transformations in the mining and metallurgical industry]. *Trud i social'nye otnosheniya = Work and Social Relations*, 2017, no. 1, pp. 55–65.

11. Pichurin I. I. Preimushchestvennaya orientaciya metallurgicheskikh predpriyatij Urala na vnutrennij rynek – odno iz vazhnejshih uslovij ekonomicheskoy bezopasnosti [Preferential orientation of met-

allurgical enterprises of the Urals to the domestic market is one of the most important conditions for economic security]. *Ekonomika regiona = The Economy of the Region*, 2011, no. 3, pp. 250–254.

12. Rodionova I. A. Promyshlennoe proizvodstva regionov Rossii: Strukturnye sdvigi [Industrial production of the regions of Russia: Structural shifts]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economy: Theory and Practice*, 2009, no. 21, pp. 2–11.

13. Romanova O. A., Selivanov E. N., Chenchevich S. G. Vozmozhnosti i ogranicheniya modernizatsii regional'nogo metallurgicheskogo kompleksa [Possibilities and limitations of modernization of the regional metallurgical complex]. *Ekonomika regiona = The Economy of the Region*, 2012, no. 4(32), pp. 92–99.

14. Sentyurin A. V. O tekushchej situatsii i osnovnykh tendentsiyah v chernoj metallurgii Rossii [On the current situation and main trends in the ferrous metallurgy of Russia]. *Stal' = Steel*, 2019, no. 4, pp. 77–79.

15. Shajbakova L. F., Nesterov D. N. Innovatsionnye resheniya OAO "Trubnaya metallurgicheskaya kompaniya" [Innovative solutions of JSC "Pipe Metallurgical Company"]. *Upravlenec = The Manager*, 2013, no. 1(41), pp. 29–33.

16. World Steel Association. Available at: <https://worldsteel.org/>. (accessed 18.01.2024)

17. Zajcev Yu. K. Ekonomicheskie osnovy gosudarstvennoj podderzhki rossijskikh predpriyatij stalelitejnoj promyshlennosti v usloviyah vneshnih shokov [Economic foundations of state support for Russian steel industry enterprises in conditions of external shocks]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Ekonomika = Bulletin of the St. Petersburg University. Economy*, 2023, no. 39 (3), pp. 352–377. <https://doi.org/10.21638/spbu05.2023.304>

18. O sisteme upravleniya realizatsiej nacional'noj programmy "Cifrovaya ekonomika Rossijskoj Federatsii" (vmeste s Polozheniem o sisteme upravleniya realizatsiei natsional'noi programmy "Tsifrovaya ekonomika Rossijskoj Federatsii") [On the management system for the implementation of the national program "Digital Economy of the Russian Federation" (together with the Regulation on the management system for the implementation of the national program "Digital Economy of the Russian Federation")]. Resolution of the Government of the Russian Federation of March 02, 2019 № 234 (ed. of May 15.05.2022). Available at: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319701/. (accessed 17.01.2024)

19. Antipenko A. A. Ocenka sostoyaniya rossijskoj otrasli metallurgicheskogo proizvodstva [Assessment of the state of the Russian metallurgical industry]. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Ekonomika = Bulletin of Omsk University. Series: Economics*, 2022, no. 3, pp. 5–15.

20. Voronov D. S., Istomina Yu. V., Razumovskaya E. A., Razumovskij D. Yu. Voprosy ocenki konkurentosposobnosti kompanij metallurgicheskoy otrasli [Issues of assessing the competitiveness of companies in the metallurgical industry]. *Ekonomika i menedzhment sistem upravleniya = Economics and Management of Management Systems*, 2017, vol. 23, no. 1, pp. 16–21.

21. Li Czyun'. Sravnitel'nyj analiz sostoyaniya rossijskoj i kitajskoj chernoj metallurgii v usloviyah pandemii [Comparative analysis of the state of Russian and Chinese ferrous metallurgy in the context of a pandemic]. *Universum: ekonomika i yurisprudenciya = Universum: Economics and Jurisprudence*, 2021, no. 1(88), pp. 1–6.

22. Shmanev S. V., Morkovkin D. E., Doncova O. I. Strategicheskie orientiry gosudarstvennogo regulirovaniya nacional'noj ekonomiki v usloviyah cifrovizatsii [Strategic guidelines for state regulation of the national economy in the context of digitalization]. Moscow, KnoRus Publ., 2021, p. 178.

23. Shmanev S. V., Shmaneva L. V., Egorova T. N. Osobennosti gosudarstvennoj ekonomicheskoy politiki v usloviyah globalizatsii i modernizatsii [Features of state economic policy in the context of globalization and modernization]. *Nauchnye zapiski OrelGIET = Scientific the Notes of OrelGIET*, 2015, no. 1(11), pp. 353–358.

Информация об авторе / Information about the Author

Шманёв Сергей Владимирович, доктор экономических наук, профессор департамента экономической теории, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Москва, Российская Федерация, e-mail: shmanev_s_v@mail.ru, Researcher ID: A-5585-2016, ORCID: 0000-0003-1243-5100

Sergey V. Shmanev, Doctor of Sciences (Economics), Professor of the Department of Economic Theory, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, e-mail: shmanev_s_v@mail.ru, Researcher ID: A-5585-2016, ORCID: 0000-0003-1243-5100

Оригинальная статья / Original article

УДК 338.1 659.1

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-34-46>



Стратегические и операционные маркетинговые решения и их роль в деятельности предприятия

Г. Ф. Галиева^{1,2✉}, С. В. Плясова³, Т. В. Корякина⁴, С. А. Труфанова⁵

¹ Уфимский филиал Финансового университета при Правительстве РФ
ул. Мустая Карима, д. 69/1, г. Уфа 450015, Российская Федерация

² Уфимский государственный нефтяной технический университет
ул. Космонавтов, д. 1, г. Уфа 450064, Российская Федерация

³ Финансовый университет при Правительстве РФ
Ленинградский пр-т, д. 49/2, г. Москва 125167, Российская Федерация

⁴ Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве РФ
ул. Интернациональная, д. 12Б, г. Липецк 398050, Российская Федерация

⁵ Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
Ленинградский пр-т, д. 80/Г, г. Москва 125190, Российская Федерация

✉ e-mail: galievagfr@mail.ru

Резюме

Актуальность исследования определяется поиском действенных инструментов повышения конкурентоспособности предприятий в условиях цифровой среды.

Цель исследования состоит в проведении анализа влияния стратегических и операционных маркетинговых действий на деятельность современных предприятий, а также в практическом обосновании направлений повышения их эффективности при выстраивании действий в онлайн-среде.

Задачи исследования связаны с раскрытием содержания и особенностей реализации стратегических и оперативных маркетинговых решений предприятия; критическим анализом системы маркетингового продвижения предприятия в онлайн-среде; формированием рекомендаций по повышению эффективности стратегических и операционных маркетинговых решений предприятия.

Методология. Исследование построено на применении методов контент-анализа, метода теоретического анализа, метода сравнения, индукции и дедукции, логического метода, системного подхода.

Результаты. Раскрыто содержание и выявлены особенности стратегических и операционных маркетинговых решений, принимаемых предприятиями при продвижении в онлайн-среде. На примере конкретного предприятия проведен анализ реализуемых стратегических и операционных маркетинговых решений, выявлены преимущества и недостатки. Сформированы рекомендации по повышению эффективности стратегических (в части выбора каналов коммуникации с потребителями; совершенствованию коммуникации в социальных сетях; оценке эффективности стратегических маркетинговых решений) и операционных маркетинговых решений предприятия (расширение развлекательного контента; введение графических элементов на изображениях и видео; поддержание непрерывного движения).

Выводы. Обосновано оптимальное сочетание стратегических маркетинговых решений, связанных с выбором каналов продвижения, формированием контент-планов и определением ключевых инструментов взаимодействия с потребителем, и операционных маркетинговых решений (включая подстройку каналов продвижения, моделей рекламы под гибко меняющуюся ситуацию, определяемую модой, изменениями в технологических подходах к продвижению, предпочтениями потребителей в контенте и различными видами его создания), способствующих повышению устойчивости и адаптивности предприятия в современной цифровой среде.

Ключевые слова: предприятие; маркетинговые решения; стратегия; потребитель; целевая аудитория; продвижение; цифровые технологии; эффективность; социальные сети.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Стратегические и операционные маркетинговые решения и их роль в деятельности предприятия / Г. Ф. Галиева, С. В. Плясова, Т. В. Корякина, С. А. Труфанова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 34–46. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-34-46>.

Поступила в редакцию 27.02.2024

Принята к публикации 18.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Strategic and Operational Marketing Solutions and Their Role in the Company's Activities

Gulnaz F. Galieva^{1,2✉}, Svetlana V. Plyasova³, Tatiana V. Koryakina⁴,
Svetlana A. Trufanova⁵

¹ Ufa Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation
69/1 Mustai Karim Str., Ufa 450015, Russian Federation

² Ufa State Petroleum Technical University
1 Kosmonavtov Str., Ufa 450064, Russian Federation

³ Financial University under the Government of the Russian Federation
49/2 Leningradsky Ave., Moscow 125167, Russian Federation

⁴ Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
12B Internatsionalnaya Str., Lipetsk 398050, Russian Federation

⁵ Moscow Financial and Industrial University "Synergy"
80/G, Leningradsky Ave., Moscow 125190, Russian Federation

✉ e-mail: galievagfr@mail.ru

Abstract

The relevance of the research is determined by the search for effective tools to increase the competitiveness of enterprises in the digital environment.

The purpose of the study is to analyze the impact of strategic and operational marketing actions on the activities of modern enterprises, as well as to provide practical justification for ways to increase their effectiveness in building actions in an online environment.

The objectives of the study are related to the disclosure of the content and features of the implementation of strategic and operational marketing solutions of the enterprise; critical analysis of the company's marketing promotion system in the online environment; formation of recommendations for improving the effectiveness of strategic and operational marketing solutions of the enterprise.

Methodology. The research is based on the application of content analysis methods, the method of theoretical analysis, the method of comparison, induction and deduction, the logical method, and the systematic approach.

Results. The content is disclosed and the features of strategic and operational marketing decisions made by enterprises when promoting in the online environment are revealed. Using the example of a specific enterprise, an analysis of the implemented strategic and operational marketing solutions was carried out, advantages and disadvantages were identified. Recommendations have been formed to improve the effectiveness of strategic (in terms of choosing channels of communication with consumers; improving communication in social networks; evaluating the effectiveness of strategic marketing solutions) and operational marketing solutions of the enterprise (expanding entertainment content; introducing graphic elements in images and videos; maintaining continuous movement).

Conclusions. The optimal combination of strategic marketing solutions related to the choice of promotion channels, the formation of content plans and the definition of key tools for interaction with consumers, and

operational marketing solutions (including the adjustment of promotion channels, advertising models to a flexibly changing situation determined by fashion, changes in technological approaches to promotion, consumer preferences in content and various types of it) is substantiated creation), contributing to increasing the sustainability and adaptability of the enterprise in the modern digital environment.

Keywords: enterprise; marketing solutions; strategy; consumer; target audience; promotion; digital technologies; efficiency; social networks.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Galieva G. F., Plyasova S. V., Koryakina T. V., Trufanova S. A. Strategic and Operational Marketing Solutions and Their Role in the Company's Activities. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 34–46. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-34-46>.

Received 27.02.2024

Accepted 18.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

В условиях современной конкурентной бизнес-среды предприятия постоянно сталкиваются с проблемой эффективного охвата и вовлечения своей целевой аудитории [1]. Благодаря рекламным коммуникациям удаётся определить образ и стиль жизни потребителей, их привычки и предпочтения. Важно создавать условия, когда потребители будут чувствовать доверие к бренду предприятия. Уже сейчас предприятия экспериментируют и в полной мере дают потребителям участвовать в создании своего продукта [2].

Стратегические и операционные маркетинговые решения играют решающую роль в достижении этой цели, позволяя предприятиям оптимизировать свои маркетинговые усилия и добиваться ощутимых результатов. В этой статье представлен всесторонний анализ стратегических и операционных маркетинговых решений в контексте деятельности современного предприятия.

Стратегические маркетинговые решения предполагают планирование на высоком уровне и принятие решений, которые определяют долгосрочное направление и цели маркетинговых усилий предприятия [3]. Они включают маркетинговые исследования, идентификацию целевого рынка, позиционирование бренда и конкурентный анализ [4]. Операци-

онные маркетинговые решения, в свою очередь, сосредоточены на повседневной реализации маркетинговых мероприятий, включая создание контента, выбор канала, реализацию рекламных кампаний и управление взаимоотношениями с клиентами [5; 6].

Исследование взаимосвязи между стратегическими и операционными маркетинговыми решениями направлено на выявление их совокупного влияния на ключевые показатели эффективности, такие как узнаваемость бренда, привлечение клиентов и общая прибыльность.

Таким образом, целью данной статьи является анализ влияния стратегических и операционных маркетинговых действий на эффективность деятельности современных предприятий, а также практическое обоснование направлений повышения их эффективности при выстраивании действий в онлайн-среде.

Задачи исследования связаны с раскрытием содержания и особенностей реализации стратегических и оперативных маркетинговых решений предприятия; критическим анализом системы маркетингового продвижения предприятия в онлайн-среде; формированием рекомендаций по повышению эффективности стратегических и операционных маркетинговых решений предприятия.

Материалы и методы

Особенности реализации маркетинговых стратегий в цифровой среде раскрыты в работах К. Карпунина и др. [5], С. С. Чеботаревой и Е. Г. Гущиной [7], О. Л. Ковалевой [8].

Механизмы исследования целевой аудитории и определения потребительских предпочтений при выходе предприятия в онлайн-среду описаны в исследованиях Л. В. Чередниченко [9], Э. А. Билаловой [10], С. Г. Божук и Л. Н. Ковалик [11], С. В. Краснова и др. [12], Ю. В. Грошевой и Д. А. Шпак [13], А. С. Иванской [14].

З. О. Гукасян и др. [15], Е. Карпунина и др. [1] утверждают, что в современных условиях успех предприятия определяется скоростью его адаптации к изменяющейся среде, авторы делают акцент на исследовании инструментов повышения гибкости предприятия, в т. ч. в цифровой среде.

Методы исследования: контент-анализ использовался авторами для проведения анализа медиаконтента исследуемого предприятия, метод сравнения применялся для его сопоставления с предприятиями-конкурентами. Метод теоретического анализа использован для формирования теоретической базы исследования и анализа научных концепций построения маркетинговых стратегий. Индукции и дедукция, логический метод и системный подход применены для обоснования выдвинутой авторами гипотезы.

Результаты и их обсуждение

Маркетинговая стратегия компании основана на двух взаимодополняющих подходах – стратегическом и операционном [16]. Стратегический маркетинг предполагает анализ потребностей ключевых групп потребителей и разработку концепций товаров и услуг, которые позволяют компании предлагать более качественные услуги, чем конкуренты. Это обеспечивает производителю устойчивое конкурентное преимущество.

Данный вид маркетинга заключается в том, чтобы изучить изменения на рынке и выявить различные имеющиеся и потенциальные сегменты рынка на основе анализа потребностей, которые требуется удовлетворить.

Обнаруженные товарные сегменты представляют собой экономические возможности, которые следует изучать более детально. Привлекательность рынка товаров можно оценить с помощью концепции рыночного потенциала и продолжительности его существования, т. е. жизненным циклом.

Стратегический маркетинг ориентирован на средне- и долгосрочную перспективу и направлен на определение миссии компании, постановку целей, разработку стратегии развития и обеспечение сбалансированной структуры. Важно подчеркнуть, что эти функции взаимосвязаны, и структура стратегического планирования должна быть тесно связана с операционным маркетингом [17].

Для конкретного предприятия стратегические маркетинговые решения будут связаны с выбором: каналов продвижения, формированием контент-планов и определением ключевых инструментов взаимодействия с потребителем [5].

В свою очередь, операционный маркетинг – это организация продаж, маркетинга и коммуникационной политики с целью информирования потенциальных клиентов, демонстрации качеств продукта и снижения затрат на привлечение клиентов. Он связан с активным процессом краткосрочного планирования деятельности предприятия, направленного на существующие рынки с использованием арсенала тактических мер, связанные с продуктом, его продажей, подстройкой системы ценообразования и выстраиванием качественных коммуникаций для максимизации объема продаж.

Основное внимание операционного маркетинга сосредоточено на таких факторах, как ценообразование, построение сетей распределения, рекламное сопро-

вождение и непосредственное продвижение, в то время как стратегический маркетинг сосредоточен на выборе целевых рынков, использовании цифровых платформ для продвижения, на которых компания обладает конкурентными преимуществами, и прогнозировании общего спроса на каждом из этих рынков [7].

Таким образом, не умоляя достоинств стратегических маркетинговых решений, операционные решения напрямую определяют краткосрочную рентабельность предприятия.

На практике операционные маркетинговые решения будут связаны с подстройкой каналов продвижения, моделей рекламы под гибко меняющуюся ситуацию, определяемую модой, изменениями в технологических подходах к продвижению, предпочтениями потребителей в контенте и различными видами его создания.

Именно поэтому каждое предприятие стремится создать максимально качественный и эффективный контент, который будет интересен и актуален для их потребителей, читателей или гостей.

Процесс создания маркетингового контента сводится к определению тех маркетинговых приёмов, которые могут обеспечить формирование доверия целевой аудитории, привлечение внимания потенциальных клиентов и их мотивирование к принятию решений в пользу приобретения того или иного продукта / услуги [18].

Контент разделяется на три вида: текстовый контент, аудиоконтент, медиаконтент [9; 10]. С каждым днём видеоконтент приобретает всё большую популярность благодаря своим преимуществам [19]. Во-первых, он легко повышает уровень вовлеченности потребителя благодаря тому, что видеоматериалы привлекают внимание эффективнее, чем текст или аудиозаписи, поскольку работают одновременно на два канала восприятия. Во-вторых, он идеально подходит для использования на смартфонах: на компактных дисплеях намного удобнее

просматривать видео, чем читать текст. В-третьих, происходит явление вирусного распространения: пользователи активно обмениваются забавными или информативными видеоконтентом, преимущественно выбирая именно этот формат для публикации в социальных сетях. В-четвертых, создается вирусный эффект, так как пользователи делятся весёлым или полезным видеоконтентом чаще, чем другими форматами в социальных сетях. В-пятых, он легче усваивается, поэтому люди отдают предпочтение просмотру фильмов, а не чтению книг или выбирают программы новостей вместо чтения газет. В-шестых, он повышает уровень доверия у клиентов (в видео можно развеять все возможные сомнения у клиента относительно предприятия, продукции или бизнес-процессов, предоставив ему подробную информацию изнутри) [5]. В-седьмых, он помогает принять решение о покупке, поскольку в видео можно пройти по всем возражениям клиента, сделать это более красочно и эмоционально [20].

Анализ стратегических и операционных маркетинговых решений проведём на примере социальных сетей российских предприятий.

К стратегическим решениям будут относиться те решения, которые направлены непосредственно на достижение целей, задач и позиционирование предприятия во внешней среде.

К примеру, у предприятия Daily-Food.PRO, специализирующегося на доставке продуктов правильного питания, целью деятельности является извлечение финансовой выгоды и пропаганда здорового образа жизни. Его ключевыми задачами будут создание уникального предложения для посетителей и клиентов, разработка уникального меню и приготовление вкусных блюд и напитков, которые будут полезны для здоровья и помогут людям похудеть, привлечение новых потребителей за счет роста качества производимой продукции.

Что касается позиционирования, то в городе DailyFood.PRO является узнаваемым брендом, который зарекомендовал себя благодаря качеству продукции и хорошему сервису. Сдержанный дизайн внутри и лаконичный логотип помогли ему выделиться среди конкурентов.

Для анализа операционных маркетинговых решений рассмотрим некоторые аспекты медиапродвижения пред-

приятий-конкурентов в различных городах России.

Сервис Olimpfood продолжает вести аккаунт в Instagram (организация признана экстремистской, и ее деятельность запрещена в Российской Федерации). Это основная социальная сеть данного предприятия, другие каналы для общения с аудиторией неактуальны, информация о заведении в них не обновляется (рис. 1).

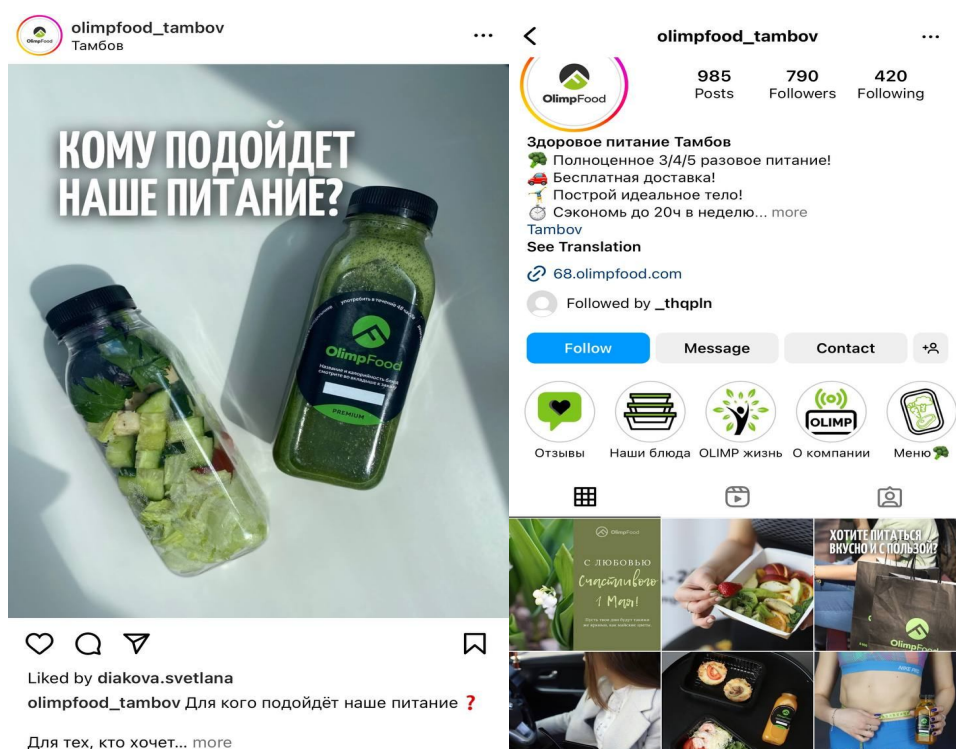


Рис. 1. Сервис Olimpfood в социальных сетях

Предприятие использует два вида медиаконтента – графический и видео. Контент динамичный наполнен креативными фотографиями, видео развлекательного характера, информативными видео про товары, которые доступны для заказа. Однако в профиле отсутствует единый стиль оформления актуальных сторис, ленте характерна неупорядоченность из-за непродуманных обложек на видео. В медиаконтенте предприятия имеются уникальные элементы, например современные тренды под собственный бренд [21].

Другое предприятие – кофейная «Библиотека» так же, как и Olimpfood, осталась в запрещенной на территории

Российской Федерации социальной сети. Другие каналы, например «ВКонтакте», не обновлялись с 2021 г. В выбранной ими социальной сети используется разный контент для публикаций, однако материал для гостей публикуется очень редко, бывают большие пропуски в несколько дней. Ежедневной коммуникации с гостями нет. Аккаунт имеет свой стиль, шапка и лента профиля выглядят ярко и интересно (рис. 2).

Предприятие использует два вида медиаконтента – графический и видео. На самом деле у них получается очень живой контент, который актуален на волне новых тенденций.

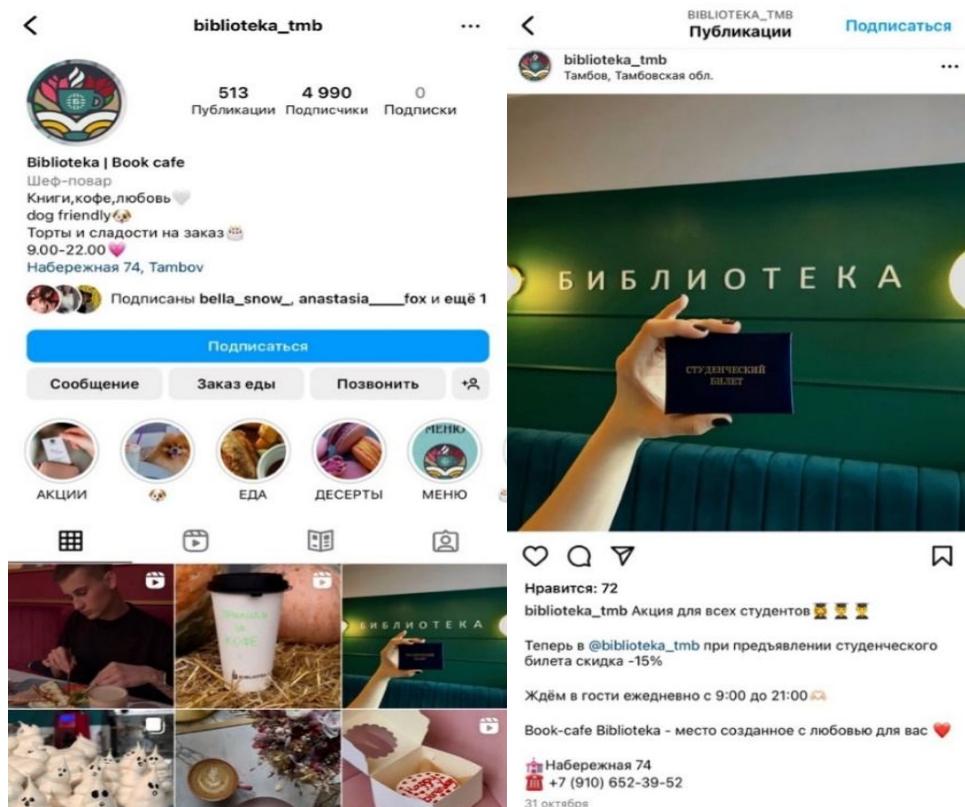


Рис. 2. Кофейная «Библиотека» в социальных сетях

Анализ медиаконтента конкурентов показал, что большинство из них не являются активными пользователями социальных сетей. Нет ежедневного контакта с гостями через быстрый контент «Сторис», оформление и лента не имеют единого стиля. Креативы чаще всего не продуманы, используются фото и развлекательные видео.

В современном мире важно давать людям динамику в контенте, подстраиваться под окружающий мир, выбирать интересные тренды в графическом контенте [7].

По результатам проведенного анализа можно предложить некоторые рекомендации предприятию DailyFood-.Pro, направленные на повышение эффективности стратегических и операционных маркетинговых решений (табл. 1).

Выводы

Значимость стратегических и операционных маркетинговых решений в деятельности предприятия неоспорима. Согласовывая стратегическое планирование

с операционной реализацией, предприятия могут создать целостную и эффективную маркетинговую стратегию, которая приведет к ощутимым результатам.

Стратегические маркетинговые решения обеспечивают основу для эффективных маркетинговых усилий, ставя четкие цели, определяя целевую аудиторию и развивая конкурентное преимущество. Операционные маркетинговые решения затем преобразуют эти стратегии в действенную тактику, гарантируя, что маркетинговые сообщения будут доставлены нужным людям, в нужное время и по нужным каналам.

Интеграция стратегических и операционных маркетинговых решений позволяет предприятиям оптимизировать свои маркетинговые инвестиции, максимизировать рентабельность рекламных расходов и достигать общих бизнес-целей. Постоянно оценивая и совершенствуя свои маркетинговые стратегии, они могут оставаться впереди конкурентов и адаптироваться к постоянно меняющемуся рыночному ландшафту.

Таблица 1. Рекомендации, направленные на повышение эффективности стратегических и операционных маркетинговых решений предприятия

Стратегические решения	Операционные решения
1. Выбор каналов коммуникации с потребителями. Анализ существующей страницы в социальных сетях, а также исследование плюсов и минусов коммуникации у конкурентов позволяют сделать вывод о том, что лучшими каналами для продвижения предприятия DailyFood.Pro станут: 1) официальная группа «ВКонтакте» бренда. «ВКонтакте» – лучшая отечественная социальная сеть, где до сих пор остаются активными миллионы человек. ВК стал набирать обороты после блокировки других конкурирующих платформ, множество проектов стали создавать свои группы или возвращаться к ним после перерыва; 2) официальный сайт бренда. Собственный сайт – важнейший элемент любого проекта. Его наличие позволяет создать ощущение масштаба бренда, создать приятные эмоции, ощущение доверия к продукту. К тому же через сайт клиенты смогут узнавать необходимую информацию, проверять цены, делать заказы	1. Расширение развлекательного контента. Помимо уже используемых видов контента, в аккаунт необходимо добавить больше развлекательного материала через выкладывание викторин, конкурсов, опросов и других способов взаимодействия в игровой форме. Научно доказано, что геймификация помогает увеличивать продажи, способствует удержанию клиентов, повышает их лояльность и увеличивает вовлечённость потребителей в жизнь заведения [22] 
2. Совершенствование к коммуникации в социальных сетях. Главная задача социальных сетей состоит в организации коммуникации с потребителями. Поэтому выстраивание коммуникацией является стратегически важной для предприятия [23]. Стилистика общения должна быть уважительной и заботливой. Общение должно строиться на основе эмпатии и с этой точки зрения формировать коммуникацию. Необходимо делать акцент на свой дружелюбный настрой, а также использовать различные инструменты для смягчения тона коммуникации. В общении с клиентом следует демонстрировать прозрачность и открытость, развернуто отвечать на вопросы, объяснять причины предпринимаемых действий. Развернутость ответов касается коммуникаций по любым темам, особенно если тема имеет непозитивный характер. Сообщения от гостей не должны оставаться без ответа. Даже если разговор закончен и не предполагает дальнейшего диалога, необходимо прокомментировать ответ гостя. Необходимо уделять внимание всем без исключения комментариям потребителей и их реакциям на активность предприятия.	2. Графические элементы на изображениях и видео. Для дополнительного привлечения внимания необходимо попробовать добавлять графические элементы на изображения и создавать афиши с важными мероприятиями [24]. Всё это положительно влияет на восприятие потребителем важной информации, что позволит привлечь его к участию в мероприятиях

Стратегические решения	Операционные решения
Таким образом, можно осуществить регулярный мониторинг отношений с потребителем, выявить изменения его предпочтений и в соответствии с этим скорректировать стратегические маркетинговые решения	
3. Оценка эффективности стратегических маркетинговых решений. Для понимания эффекта от реализуемых решений необходимо четко определить критерии оценки результативности деятельности. Критерии могут дифференцироваться в зависимости от этапа маркетинговой коммуникации (контакт с рекламным контентом; усвоение информации; запоминаемость бренда; действия потенциальных потребителей, активность целевой аудитории) либо быть сосредоточены на конечных результатах деятельности предприятия (объем сбыта; доля рынка; объем прибыли) [25]. Увеличение охвата – расширение количества контактов и вовлеченности аудитории. В любом случае введение оценочных критериев позволит упорядочить работу в рамках реализации маркетинговой стратегии и обеспечить нацеленность на результат. Оценка эффективности охвата включает количество контактов с различными рекламными инструментами, а также уровень узнаваемости рекламы. Она будет индивидуальной для каждого рекламного цикла и разных периодов, но оценочный принцип и критерии будут оставаться неизменными	3. Непрерывное движение. Специалист, занимающийся реализацией операционных маркетинговых решений, должен ставить во главу угла процесс непрерывного движения, т. е. изменения локаций, видения картинки, лиц, цвета, света и конечного результата. Для этого удобно применять различные графические редакторы и формировать проекты будущих рекламных публикаций. Такой подход позволяет упорядочить задачи и выстроить единую цепочку движения к цели. 

В статье на конкретных примерах показано, каким образом можно оптимизировать стратегические маркетинго-

вые решения предприятий и вносить улучшения в операционные.

Список литературы

1. Transformation of Consumer Behavior during the COVID-19 Pandemic / E. Karpunina, N. Ruzhanskaya, O. Podorova-Anikina, N. Zubareva, R. Luchaninov // Geo-Economy of the Future: Sustainable Agriculture and Alternative Energy. GeoPlanet: Earth and Planetary Sciences. Cham: Springer, 2022. P. 85–96.

2. Твердохлебова М. Д. Актуальные вопросы развития маркетинга: опыт, тенденции, инновации. М.: Русайнс, 2021. 342 с.
3. Горнштейн М. Ю. Современный маркетинг: монография. М.: ИТК Дашков и К, 2022. 404 с.
4. Будагов А. С., Молчанова Р. В. Будущее цифровых технологий в маркетинге // Актуальные проблемы экономики и управления. 2022. № 2. С. 16–23.
5. Digital Technologies for the Development of Marketing Communications / K. Karpunin, T. Magomaev, N. Veselova, N. Zubareva, P. Kapustin // Market simulation in the digital economy: Game-theoretic approaches. Cham: Springer, 2022. P. 246–256.
6. Шендо М. В., Свиридова Е. В., Гордиенко С. О. Современные цифровые технологии для продвижения товаров и услуг // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2021. № 1. С. 40–48.
7. Чеботарева С. С., Гущина Е. Г. Методика формирования стратегии продвижения бренда компании с использованием инструментов интернет-маркетинга // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2018. № 2. С. 20–28.
8. Ковалева О. Л. Панельные маркетинговые исследования в формате онлайн: виды и особенности проведения // Инновационные научные исследования: теория, методология, практика: материалы Международной (заочной) научно-практической конференции, Душанбе, 24 октября 2022 года. Нефтекамск: Научно-издательский центр «Мир науки» (ИП Вострецов Александр Ильич), 2022. С. 29.
9. Чередниченко Л. В. Типы контента сетевых научно-просветительских медиа // Гуманитарный научный вестник. 2020. № 6. С. 251–257.
10. Билалова Э. А. Способы продвижения бренда // Вестник науки и образования. 2019. № 22(76), ч. 1. С. 58–61.
11. Божук С. Г., Ковалик Л. Н. Маркетинговые исследования. М.: Юрайт, 2016. С. 86–94
12. Краснов С. В., Бугаева О. Г., Федосеева О. Ю. Определение целевой аудитории для интернет-продаж медико-технической продукции // Вестник Волжского университета имени В. Н. Татищева. 2018. № 1, Т. 2. С. 156–164.
13. Грошева Ю. В., Шпак Д. А. Методы анализа аудитории для запуска нового продукта // Экономика, предпринимательство и право. 2023. Т.13, № 6. С. 1853–1864.
14. Иванская А. С. Методы исследования поведения потребителей // Студенческий вестник. 2022. № 41-5(233). С. 45–46.
15. Strategies for Adapting Companies to the Turbulence Caused by the COVID-19 Pandemic / Z. O. Gukasyan, Z. K. Tavbulatova, Z. A. Aksenova, N. M. Gasanova, E. K. Karpunina // Business 4.0 as a Subject of the Digital Economy. Advances in Science, Technology and Innovation. Cham: Springer, 2022. P. 639–645.
16. Болотова А. А., Карпунина Е. К. Роль и место маркетинговой стратегии продвижения товара в системе развития современного предприятия // Социально-экономические явления и процессы. 2013. № 4 (050). С. 36–38.
17. Костин К. Б. Роль цифровых технологий в продвижении товаров и услуг на глобальных рынках // Российское предпринимательство. 2017. № 17, Т. 18. С. 2451–2460.
18. Руденко И. Г. Лояльность и методы оценки лояльности целевой аудитории // Молодой ученый. 2021. № 29 (371). С. 91–95.
19. E-commerce market: intensification of development during the pandemic / O. N. Podorova-Anikina, E. K. Karpunina, Z. O. Gukasyan, N. P. Nazarchuk, T. A. Perekatieva // Imitation Market Modeling in Digital Economy: Game Theoretic Approaches. Cham: Springer. 2022. P. 363–373.
20. Климович Н. Г. Контент. Топовые техники SEO-продвижения. Вологда: Инфра-Инженеринг, 2021. 320 с.
21. Плюснина О. В. Возможности цифровых технологий в восстановлении экономики в постковидной реальности // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2023. № 1 (61). С. 15–25.

22. Карпунина Е. К., Горчев Й. «Экономика общения» в системе экономических отношений на цифровом этапе развития // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2019. № 4. С. 8–17.
23. Effects of digitalization: new challenges for economic security systems / A. S. Molchan, E. K. Karpunina, G. A. Kochyan, I. V. Petrov, L. I. Velikanova // Vision 2025 Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic Competitive Advantage: Proceedings of the 34rd IBI-MA conference. International Business Information Management Association, 2019. P. 6631–6639.
24. Новожилова И. А. SMM. Эффективное продвижение в соцсетях. М.: BHV, 2021. 352 с.
25. Королев Н. А. Анализ развития и подходов к классификации технологий интернет-маркетинга // Cifra. Экономика. 2023. № 2 (2). С. 1–4.

References

1. Karpunina E., Ruzhanskaya N., Podorova-Anikina O., Zubareva N., Luchaninov R. Transformation of Consumer Behavior during the COVID-19 Pandemic. Geo-Economy of the Future: Sustainable Agriculture and Alternative Energy. GeoPlanet: Earth and Planetary Sciences. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 85–96.
2. Tverdohlebova M. D. Aktual'nye voprosy razvitiya marketinga: opyt, tendencii, innovacii [Current issues of marketing development: experience, trends, innovations]. Moscow, Rusajns Publ., 2021. 342 p.
3. Gornshtejn M. Yu. Sovremennyy marketing [Modern marketing]. Moscow, ITK Dashkov i K Publ., 2022. 404 p.
4. Budagov A. S., Molchanova R. V. Budushchee cifrovyykh tekhnologij v marketinge [The future of digital technologies in marketing]. *Aktual'nye problemy ekonomiki i upravleniya = Current Problems of Economics and Management*, 2022, no. 2, pp. 16–23.
5. Karpunin K., Magomaev T., Veselova N., Zubareva N., Kapustin P. Digital Technologies for the Development of Marketing Communications. Market simulation in the digital economy: Game-theoretic approaches. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 246–256.
6. Shendo M. V., Sviridova E. V., Gordienko S. O. Sovremennye cifrovyte tekhnologii dlya prodvizheniya tovarov i uslug [Modern digital technologies for the promotion of goods and services]. *Vestnik Astrahanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika = Bulletin of the Astrakhan State Technical University. Series: Economics*, 2021, no. 1, pp. 40–48.
7. Chebotareva S. S., Gushchina E. G. Metodika formirovaniya strategii prodvizheniya brenda kompanii s ispol'zovaniem instrumentov internet-marketinga [The methodology of forming a strategy for promoting the company's brand using Internet-marketing tools]. *Vestnik astrahanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika = Vestnik Astrakhan State Technical University. Series: Economics*, 2018, no. 2, pp. 20–28.
8. Kovaleva O. L. [Panel marketing research in online format: types and features of conducting]. *Innovacionnye nauchnye issledovaniya: teoriya, metodologiya, praktika. Materialy Mezhdunarodnoj (zaochnoj) nauchno-prakticheskoy konferencii, Dushanbe, 24 oktyabrya 2022 goda* [Innovative scientific research: theory, methodology, practice: materials of the International (correspondence) Scientific and Practical Conference, Dushanbe, October 24, 2022]. Neftekamsk, Nauchno-izdatel'skij centr "Mir nauki" Publ. (IP Vostrecov Aleksandr Il'ich), 2022, p. 29. (In Russ.)
9. Cherednichenko L. V. Tipy kontenta setevyyh nauchno-prosvetitel'skih media [Content types of online scientific and educational media]. *Gumanitarnyy nauchnyy vestnik = Humanitarian Scientific Bulletin*, 2020, no. 6, pp. 251–257.
10. Bilalova E. A. Sposoby prodvizheniya brenda [Ways to promote the brand]. *Vestnik nauki i obrazovaniya = Bulletin of Science and Education*, 2019, no. 22(76), pt. 1, pp. 58–61.

11. Bozhuk S. G., Kovalik L. N. Marketingovyye issledovaniya [Marketing research]. Moscow, Yurajt Publ., 2016, pp. 86–94.
12. Krasnov S. V., Bugaeva O. G., Fedoseeva O. Yu. Opredelenie celevoj auditorii dlya internet-prodazh mediko-tekhnicheskoy produktsii [Determining the target audience for online sales of medical and technical products]. *Vestnik Volzhskogo universiteta imeni V. N. Tatishcheva = Bulletin of the Volga University named V. N. Tatishchev*, 2018, no. 1, vol. 2, pp. 156–164.
13. Grosheva Yu. V., Shpak D. A. Metody analiza auditorii dlya zapuska novogo produkta [Methods of analysis of the audit of the new product]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Pre-Production and Law*, 2023, vol. 13, no. 6, pp. 1853–1864.
14. Ivanskaya A. S. Metody issledovaniya povedeniya potrebitel'ev [Research methods povedeniya potrebitel'ev]. *Studencheskiy vestnik = Student's Bulletin*, 2022, no. 41-5(233), pp. 45–46.
15. Gukasyan Z. O., Tavbulatova Z. K., Aksenova Z. A., Gasanova N. M., Karpunina E. K. Strategies for Adapting Companies to the Turbulence Caused by the COVID-19 Pandemic. Business 4.0 as a Subject of the Digital Economy. Advances in Science, Technology and Innovation. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 639–645.
16. Bolotova A. A., Karpunina E. K. Rol' i mesto marketingovoy strategii prodvizheniya tovara v sisteme razvitiya sovremennogo predpriyatiya [The role and place of a marketing strategy for product promotion in the education system]. *Sotsial'no-ekonomicheskie yavleniya i process = Socio-Economic Phenomena and the Process*, 2013, no. 4 (050), pp. 36–38.
17. Kostin K. B. Rol' cifrovyykh tekhnologiy v prodvizhenii tovarov i uslug na global'nykh rynkakh [The role of digital technologies in the promotion of goods and services in global markets]. *Rossiyskoe predprinimatel'stvo = Russian Entrepreneurship*, 2017, vol. 17, no. 18, pp. 2451–2460.
18. Rudenko I. G. Loyal'nost' i metody ocenki loyal'nosti celevoj auditoria [Loyalty' and methods of assessing the loyalty of the target audience]. *Molodoj uchenyj = Young Scientist*, 2021, no. 29 (371), pp. 91–95.
19. Podorova-Anikina O. N., Karpunina E. K., Gukasyan Z. O., Nazarchuk N. P., Perekatieva T. A. E-commerce market: intensification of development during the pandemic. Imitation Market Modeling in Digital Economy: Game Theoretic Approaches. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 363–373.
20. Klimovich N. G. Kontent. Topovye tekhniki SEO-prodvizheniya [Top SEO Promotion Techniques]. Vologda, Infra-Inzhenering Publ., 2021. 320 p.
21. Plyusnina O. V. Vozmozhnosti cifrovyykh tekhnologiy v vosstanovlenii ekonomiki v postkovidnoy real'nosti [The possibilities of digital technologies in economic recovery in a post-bubble reality]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie = Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management*, 2023, no. 1 (61), pp. 15–25.
22. Karpunina E. K., Gorchev J. "Ekonomika obshcheniya" v sisteme ekonomicheskikh otnoshenij na cifrovom etape razvitiya [The economics of communication" in the system of economic relations at the digital stage of development]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie = Bulletin of Tver Gosudarstvennogo Universiteta. Series: Economics and Management*, 2019, no. 4, pp. 8–17.
23. Molchan A. S., Karpunina E. K., Kochyan G. A., Petrov I. V., Velikanova L. I. Effects of digitalization: new challenges for economic security systems. Vision 2025 Education Excellence and Management of Innovations through Sustainable Economic Competitive Advantage. Proceedings of the 34rd IBIMA conference. International Business Information Management, 2019, pp. 6631–6639.
24. Novozhilova I. A. SMM. Effektivnoe prodvizhenie v socsetyah [SMM. Effective promotion in social networks]. Moscow, BHV Publ., 2021. 352 p.
25. Korolev N. A. Analiz razvitiya i podhodov k klassifikatsii tekhnologiy internet-marketinga [Analysis of the development and approaches to the classification of Internet marketing technologies]. *Cifra. Ekonomika = Digit. Economy*, 2023, no. 2(2), pp. 1–4.

Информация об авторах / Information about the Authors

Галиева Гульназ Физратовна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры цифровых технологий и моделирования, Уфимский филиал Финансового университета при Правительстве РФ; Уфимский государственный нефтяной технический университет, г. Уфа, Российская Федерация, e-mail: galievagfr@mail.ru, SPIN: 2796-7428, ORCID: 0000-0002-0199-7784

Gulnaz F. Galieva, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Digital Technologies and Modeling, Ufa Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation; Ufa State Petroleum Technological University, Ufa, Russian Federation, e-mail: galievagfr@mail.ru, SPIN: 2796-7428, ORCID: 0000-0002-0199-7784

Плясова Светлана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент, доцент департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: Svplyasova@fa.ru, ORCID: 0000-0002-4681-7011

Svetlana V. Plyasova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, e-mail: Svplyasova@fa.ru, ORCID: 0000-0002-4681-7011

Корякина Татьяна Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента и общегуманитарных дисциплин, Липецкий филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Липецк, Российская Федерация, e-mail: tvkoryakina@fa.ru, SPIN: 2931-2261, ORCID: 0000-0001-8922-8973

Tatiana V. Koryakina, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Head of Management and General Humanitarian Disciplines, Lipetsk Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk, Russian Federation, e-mail: tvkoryakina@fa.ru, SPIN: 2931-2261, ORCID: 0000-0001-8922-8973

Труфанова Светлана Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры оценочной деятельности и корпоративных финансов, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Российская Федерация, e-mail: st200929@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-0246-5616

Svetlana A. Trufanova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Valuation and Corporate Finance, Moscow Financial and Industrial University "Synergy", Moscow, Russian Federation, e-mail: st200929@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-0246-5616

Оригинальная статья / Original article

УДК 331.2

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-47-57>

Совершенствование системы учета премирования персонала на предприятии оборонно-промышленного комплекса

О. А. Фролова^{1✉}, Н. Е. Барина¹

¹ Нижегородский государственный инженерно-экономический университет
ул. Октябрьская, д. 22а, Нижегородская область, г. Княгинино 606340, Российская Федерация

✉ e-mail: ekfakngiei@yandex.ru

Резюме

Актуальность исследования состоит в необходимости повышения мотивации и результативности труда персонала в условиях изменяющейся экономической ситуации и технологических изменений на предприятии оборонно-промышленной отрасли.

Цель исследования заключается в разработке системы учета премирования персонала на основе уточненной системы принципов стимулирования деятельности работников на предприятии оборонно-промышленного комплекса.

Задачи: разработать на основе сравнительного анализа особенностей отрасли и принципов стимулирования уточненную систему принципов стимулирования деятельности работников; апробировать метод оценки результатов деятельности работников научно-технических и производственных подразделений; разработать регламент о распределении суммы премии между работниками предприятия по итогам отчетного периода.

Методология – качественное исследование, включающее анализ существующей системы учета премирования персонала, а также внедрение улучшенной системы учета премирования на предприятии оборонно-промышленного комплекса.

Результаты. Статья описывает разработку новой модели учета премирования персонала, адаптированной специально для предприятий оборонно-промышленного комплекса, с учетом их особенностей и потребностей, а также содержит практические рекомендации по совершенствованию системы учета премирования персонала на предприятиях оборонно-промышленного комплекса, основанные на результате проведенного исследования.

Выводы. На основе обобщения передового опыта ученых, в части формирования требований к системе стимулирования работников, а также специфики деятельности оборонно-промышленной отрасли была уточнена система принципов стимулирования деятельности работников в организациях ОПК, что позволило снизить текучесть кадров, достигнуть стратегических целей предприятий. Предложены и апробированы ключевые показатели эффективности для оценки результатов деятельности работников, а также регламент о распределении суммы премии между работниками предприятия ОПК по итогам отчетного периода на основе оценки трудового вклада сотрудника, полученный путем суммирования баллов по базовым премиальным показателям и показателям индивидуальной мотивации, что позволило рассчитать вознаграждение работнику в определенном порядке и установить порядок премирования работников научных и производственных подразделений.

Ключевые слова: оборонно-промышленный комплекс; стимулирование; ключевые показатели эффективности; трудовой вклад работника; регламент; система оплаты труда; дифференциальный подход.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Фролова О. А., Барина Н. Е. Совершенствование системы учета премирования персонала на предприятии оборонно-промышленного комплекса // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 47–57. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-47-57>.

Поступила в редакцию 15.02.2024

Принята к публикации 11.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Improvement of the System of Accounting for Bonuses for Personnel at the Enterprise of the Military-Industrial Complex

Olga A. Frolova^{1✉}, Nadezhda E. Barinova¹

¹ Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics
22a October Str., Nizhny Novgorod Region, Knyaginino 606340, Russian Federation

✉ e-mail: ekfakngiei@yandex.ru

Abstract

The relevance of the study consists in the need to increase the motivation and efficiency of personnel in the context of a changing economic situation and technological changes at the enterprise of the military-industrial industry.

The purpose of the study is to develop a system for accounting for bonuses for personnel on the basis of an updated system of principles for stimulating the activities of employees at the enterprise of the military-industrial complex.

The objectives: are to develop, on the basis of a comparative analysis of the peculiarities of the industry and the principles of stimulation, a refined system of principles for stimulating the activities of employees; test the method of assessing the performance of employees of scientific, technical and production departments; develop a regulation on the distribution of the amount of the bonus between employees of the enterprise at the end of the reporting period.

The methodology is a qualitative study, including an analysis of the existing system of accounting for personnel bonuses, as well as the introduction of an improved system of accounting for bonuses at the enterprise of the military-industrial complex.

Results. The article describes the development of a new model for accounting for bonuses for personnel, adapted specifically for enterprises of the military-industrial complex, taking into account their characteristics and needs, and also contains practical recommendations for improving the system of accounting for bonuses for personnel at enterprises of the military-industrial complex, based on the result of the study.

Conclusions. Based on the generalization of the best practices of scientists, in terms of the formation of requirements for the system of incentives for employees, as well as the specifics of the activities of the defense industry, the system of principles for stimulating the activities of employees in defense industry organizations was clarified, which made it possible to reduce staff turnover and achieve the strategic goals of enterprises. Key performance indicators have been proposed and tested to assess the performance of employees, as well as regulations on the distribution of the amount of the bonus between employees of the defense industry enterprise based on the results of the reporting period based on the assessment of the employee's labor contribution, obtained by summing up points on basic bonus indicators and individual motivation indicators. This made it possible to calculate the employee's remuneration in a certain order and establish the procedure for awarding employees of scientific and production divisions.

Keywords: military-industrial complex; stimulation; key performance indicators; employee's labor contribution; regulations; wage system; differential approach.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Frolova O. A., Barinova N. E. Improvement of the System of Accounting for Bonuses for Personnel at the Enterprise of the Military-Industrial Complex. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 47–57. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-47-57>.

Received 15.02.2024

Accepted 11.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Российский оборонно-промышленный комплекс, созданный в нашей стране по большей части в советские годы, представляет собой совокупность исследовательских, научных и испытательных организаций и предприятий. ОПК, несомненно, был и остается системообразующей отраслью отечественной экономики, так как кроме выполнения жизненно важной для государства оборонительной функции является главным драйвером научного развития, а также обеспечивает рабочими местами десятки тысяч специалистов и работников как непосредственно на военных, так и на смежных предприятиях [1, с. 96].

В самом сплоченном и устоявшемся коллективе рано или поздно наступает момент, когда работники теряют интерес к работе и уходят из организации. Обстоятельства могут быть различны, однако наиболее распространённое – отсутствие должного стимулирования и снижение мотивации сотрудников. Данные причины выступают следствием того, что организация не предприняла никаких мер для повышения интереса персонала к работе.

В условиях стремительных изменений в отрасли оборонно-промышленного комплекса (ОПК) актуальной является необходимость совершенствования управления персоналом, включая систему учета премирования. Исследование, посвященное данной проблеме, имеет важное практическое значение для предприятий данной отрасли.

Материалы и методы

Теоретической и методологической основой исследования явились труды отечественных ученых. В данном исследовании использовались методы системного, структурного анализа, обобщение, индукция, дедукция, опрос, аналогия. Использование общенаучные методы по-

знания позволило разработать систему стимулирования для работников ОПК с учетом современных требований.

Результаты и их обсуждение

Е. Р. Мухина [2, с. 2-3], Ю. В. Гаченко, А. М. Львовский, Л. Н. Захарова [3, с. 44], С. Б. Тюрина, А. Д. Бурыкина, Е. Х. Костоевой и А. Ю. Мудревский в своих работах выделяет следующие требования, которые служат ориентиром для создания системы стимулирования [4, с. 80]: объективность, предсказуемость, адекватность, своевременность, значимость, справедливость [2, с. 2-3], доступность, осязаемость, минимальный разрыв между оплатой и результатом труда, постепенность, использование негативных (административные взыскания) и позитивных (премирование, выплата вознаграждений) стимулов, сочетание моральных и материальных стимулов [3, с. 44], стимулирование высоких трудовых показателей наемного работника [5, с. 126], формирование определенной линии трудового поведения, направленной на процветание организации [6, с.101], побуждение работника к наиболее полному использованию его физического и умственного потенциала при выполнении возложенных на него обязанностей [7, с. 112].

Предложенные авторами требования являются более общими и не предусматривают специфические особенности оборонно-промышленной отрасли. Частично перенимая части системы стимулирования у других предприятий, большинство не задумываются о том, что система стимулирования каждой организации базируется на основании специфики и особенностей конкретной отрасли.

Для того чтобы разработать рациональную систему стимулирования работников ОПК, нами были проанализированы особенности ОПК (табл. 1) и принципы стимулирования (табл. 2).

Таблица 1. Особенности ОПК

Особенность ОПК	Авторы
1. Высокая зависимость от государственного оборонного заказа	И. А. Бабурина, Э. Э. Губайдуллина, Г. И. Юрковская [8, с. 8-9], С. В. Бойко, С. Ю. Зеленцов [9, с. 115]
2. Специфический характер назначения продукции определяется направленностью на обеспечение стратегических интересов страны	
3. Уникальности производимой продукции	
4. Высокий уровень техногенного риска	
5. Высокий уровень требований к качеству производимой продукции и наличие особые стандарты и допуски, обеспечивающие надежность работы в особых условиях эксплуатации	
6. Ограниченные возможности по передаче информации и технологий	
7. Наличие конверсионного производства, избыточных (мобилизационных) мощностей, запасов стратегического сырья и материалов	
8. Потребность в высококвалифицированных кадрах	
9. Закрытость информации	С. Б. Осыка [10, с. 98]
10. Одновременное наличие наукоемкого производства и одновременно наличие широкого сектора массового производства	О. В. Краснянская [1, с. 96]
11. Сложность перепрофилирования производства	
12. Высокий уровень специализации и монополизации производителей, обуславливающий затратный характер ценообразования	А. С. Сорокин, Е. М. Астахов и т. д. [11, с. 138]
13. Низкая скорость обновления продукции по сравнению с гражданским отделом при высокой скорости изменения запросам к готовой продукции	
14. Значительная концентрация государством различных видов ресурсов (материальных, кадровых финансовых и др.) для достижения выдающихся результатов, как в вопросах создания военной продукции, так и для реализации масштабных проектов, имеющих важное народно-хозяйственное значение	Р. А. Князьнеделин [12]
15. Высокая наукоемкость продукции	О. Е. Ибрагимов [13, с. 110]

Таблица 2. Принципы стимулирования

Принципы стимулирования	Авторы
1. Комплексность	Е. Д. Жеребов, А. М. Хахина [14, с. 128-120], С. Н. Сайфиева, М. А. Быкадоров [15]
2. Гибкость и динамичность	
3. Справедливость	
4. Последовательность	
5. Дифференциация в оплате	О. В. Сухова [16, с. 56], Л. Бабынина [17]
6. Регламентация	
7. Открытость для работников	
8. Системность	
9. Адекватность мотивационному профилю	О. А. Лымарева, Л. Джинчарадзе [18, с. 223]
10. Стабильность	
11. Ощутимость	Е. Н. Картушина [19, с. 26-27]
12. Минимизация разрыва между результатом труда и его оплатой	
13. Соответствие целей системы стимулирования целям предприятия	
14. Учет мотивационных факторов, ожиданий и потребностей персонала	
15. Устранение демотивирующих факторов	
16. Вознаграждение как за индивидуальные, так и за коллективные результаты	
17. Своевременность выплаты вознаграждения	
18. Конкурентоспособность зарплат	
19. Учет этапа жизненного цикла компании	

Вышеперечисленные особенности отличают ОПК от любой другой отрасли и напрямую связаны с его основными задачами.

ОПК имеет свои уникальные особенности, которые могут быть недостаточно учтены в обычных системах стимулирования. Некоторые из них включают в себя: конфиденциальность, безопасность, сложность производства, геополитические факторы.

Для эффективной системы стимулирования в оборонно-промышленном комплексе необходимо учитывать все эти особенности, что может быть вызовом для обычных систем стимулирования, не специализированных для данной отрасли.

Разработанная система стимулирования должна включать в себя следующие принципы:

- быть адекватной к мотивационному профилю работников, ясно и четко поощрять работников в повышении их реального уровня квалификации;

- быть дифференцирована в оплате труда работников, учитывать высокий уровень требований к качеству производимой продукции, наличие особо высоких стандартов и допусков к производимой продукции, эффективно стимулировать работников наукоемкого производства, работников сектора массового производства и сектора конверсионного производства;

- иметь минимальный разрыв между результатом труда и его оплатой, сочетать в себе как моральные, так и материальные стимулы с учетом уникальности производимой продукции в рамках исполнения государственного заказа и обеспечивать в процессе деятельности работников организации реализацию стратегических интересов страны;

- быть гибкой и динамичной по отношению к перепрофилированию производства, сочетать в себе как стимулы, так и антистимулы по отношению к уровню техногенного риска.

Для того чтобы получить объективные сведения и оценить существующую

систему стимулирования труда работника, нами был проведен ряд исследований, который заключался в следующем:

1. Анализ производительности труда: оценили производительность труда предприятия до и после принятия стимулирующих решений, информацию о текучести кадров, сведения о репутации организации на рынке труда.

2. Изучение мнения самих работников: было проведено анкетирование среди работников, это позволило получить сведения о том, какие методы стимулирования находятся в приоритете среди сотрудников разных направлений деятельности.

3. Опрос увольняющихся работников. Данное исследование позволило понять истинные мотивы, которые побудили сотрудника принять решение об увольнении, а также получить максимально достоверную информацию об эффективности или неэффективности существующей системы стимулирования персонала.

Проверка вышеуказанных утверждений была организована авторами на оборонно-промышленном предприятии (ОПП) Московской области. По результатам проверки были выявлены следующие особенности:

- оплата труда пересматривается в персональном порядке не за счет окладно-тарифной части, а за счет стимулирующих надбавок. В данном случае удельный вес переменной части оплаты труда стремительно увеличивается;

- при значительном росте стимулирующих выплат конкретная функция материального стимулирования не выполняется, так как они оцениваются работниками как часть оплаты труда, но не как вознаграждение за достижения в труде.

Поэтому главной задачей отдела организации труда и заработной платы (ООТиЗ) на ОПП в настоящий момент является синхронизация систем методов премирования и оценки результатов труда. Особенно это актуально в отношении

научно-технических и производственных подразделений, оказывая большое влияние на работников в части увеличения продуктивности деятельности, повышения заинтересованности в достижении поставленных задач, увеличения прибыли ООП.

В ходе анализа было выявлено, что для вышеуказанных структурных подразделений характерны следующие проблемы: низкий уровень премий, отсутствие связи системы учета результатов труда сотрудников с системой оценки достижений сотрудников, отсутствие системы премирования по соответствующим показателям, принципами построения которых должны являться ориентация на эффективность, простота, ясность и четкость, достижимость и измеримость [20, с. 145].

Для решения вышеуказанных задач авторами были предложены и внедрены в практическую деятельность следующие изменения в части премирования работников:

1. Создание и внедрение алгоритма разработки оценочных показателей стимулирования работников на базе методики структурирования целей и задач, анализа и совершенствования возложенных функций и должностных обязанностей.

2. Создание ключевых показателей эффективности (КПЭ) структурных подразделений ОПП Московской области.

3. Апробация усовершенствованной системы премирования и материального стимулирования на базе КПЭ, изучение механизма материальной заинтересованности персонала структурных подразделений.

Следует выделить то, что в фундаменте построения системы КПЭ необходимо заложить принцип согласованности выполняемых должностных обязанностей (производственных функций) работников с формой регистрации и учета результата каждого сотрудника (регистрационные журналы, извещения, акты экспертных оценок и т. п.), а также с нормативной базой реализации подобных функций. При данных условиях итог труда работника – конечный результат выполнения

порученных задач, согласно должностной инструкции, который измеряется или в качественных, или в количественных показателях.

Также при разработки рациональных показателей оценки результативности работников необходимо их разделить на следующие группы:

1. Показатели, которые отражают оценку результатов труда, напрямую оказывающих большое влияние на работу структурного подразделения в целом.

2. Показатели, которые отражают оценку результатов труда конкретного работника.

Критерии оценки результативности сотрудника – это основные требования к результатам его труда, к качеству и объему исполняемых им обязанностей и ответственности за принятые решения. Выбор ключевых показателей эффективности должен отвечать характеру и содержанию труда каждой из выбранных квалификационных групп и иметь соответствующие критерии такого выбора [12, с. 149].

Показатели премирования для работников научно-технических представлены следующими показателями:

1. Коллективные КПЭ:

– своевременное и качественное выполнение собственного объема работ в сроки, определенные организационно-календарными и тематическими планами или программами работ;

– обеспечение самоокупаемости и получение прибыли в результате деятельности подразделения за счет своевременного заключения договоров.

2. Специфичные КПЭ:

– экономия фонда оплаты труда;
– оценка культуры производства.

3. Персональные КПЭ:

– исполнительская дисциплина;
– производственно-технологическая дисциплина;
– трудовая дисциплина.

Показатели премирования для работников производственных подразделе-

ний представлены следующими показателями:

1. Коллективные КПЭ:

– своевременное и качественное выполнение плана по выпуску оборонной и гражданской (отгрузке на склад) продукции в соответствии с требованиями документации;

– обеспечение самокупаемости и получение прибыли в результате деятельности подразделения за счет своевременного заключения договоров.

2. Специфичные КПЭ:

– экономия фонда оплаты труда;
– оценка культуры производства.

3. Персональные КПЭ:

– исполнительская дисциплина;
– производственно-технологическая дисциплина;
– трудовая дисциплина.

Трудовой вклад работника в результат деятельности предприятия – степень участия работника в достижении, а также результатах деятельности своего структурного подразделения. Трудовой вклад сотрудника, полученный путем суммирования баллов по базовым премиальным показателям и показателям индивидуальной мотивации, дает возможность разъяснить его эффективность, а также рассчитать вознаграждение работнику в определенном порядке.

В целях установления порядка премирования работников предприятия нами был разработан регламент о распределении суммы премии между работниками предприятия по итогам отчетного периода. Регламент распространяется на руководителей, специалистов, служащих и рабочих всех направлений премирования (за исключением направления премирования работников, непосредственно подчиненных генеральному директору предприятия).

Размер премии для работников устанавливается в соответствии с набранными баллами по трем группам показателей, утвержденных картой КПЭ. Им устанавливается премиальный фонд в размере 30% от оклада (среднемесячной тариф-

ной ставки), при этом работник не может получить премию, равную большей 30 % от собственного оклада (среднемесячной тарифной ставки).

Максимальное и минимальное количество баллов, которое подразделение / работник может набрать за отчетный период, отражены в карте КПЭ.

Процент премии зависит от количества набранных баллов по следующим шкалам (табл. 3).

Таблица 3. Шкала определения процентов премии

Набранное количество баллов	Процент премии
0-19	0
20-38	5
39-53	10
54-67	15
68-79	20
80-90	25
91-100	30

Фактическая сумма премии исчисляется по следующей формуле:

$$\text{ФСП} = \text{О} \cdot \text{ПП},$$

где ФСП – фактическая сумма премии, руб.; О – оклад (среднемесячная тарифная ставка); ПП – процент премии.

Если по итогам отчетного периода работник набирает минимальное количество баллов, то остаток премиальной части переходит в общую экономию подразделения, которая будет распределена между работниками данного подразделения по итогам года. Незрасходованный премиальный фонд исчисляется по следующей формуле:

$$\text{Э} = \text{МП} - \text{ФСП},$$

где Э – экономия, руб.; МП – максимальная премия.

ООТиЗ готовит сводную справку о выполнении показателей премирования по всем работникам предприятия и представляет на утверждение генеральному директору.

На основании утвержденной справки о выполнении показателей премирования ООТиЗ готовит проект приказа о премировании за советующий период, а также обеспечивает его издание в установленном порядке.

Приказ предприятия о премировании за выполнение КПЭ в установленном порядке представляется в бухгалтерию. Бухгалтерия производит начисление и выплату премии в установленные сроки.

Выводы

Главными итогами совершенствования системы премирования на основе КПЭ для структурных подразделений на ОПП Московской области являются:

1. На основе обобщения передового опыта ученых, в части формирования требований к системе стимулирования работников, а также специфики деятельности оборонно-промышленной отрасли была уточнена система принципов стимулирования деятельности работников в организациях ОПК с учетом работы организаций данного типа в современных условиях, что позволяет снизить текущие кадры, достигнуть стратегических целей предприятия.

2. Предложены и апробированы ключевые показатели эффективности для оценки результатов деятельности работ-

ников оборонно-промышленного предприятия, включающие в себя две группы показателей для каждой группы премирования:

1) коллективные КПЭ и специфичные КПЭ – показатели, которые отражают оценку результатов труда, напрямую оказывающих большое влияние на работу структурного подразделения в целом;

2) персональные КПЭ – показатели, которые отражают оценку результатов труда конкретного работника, что позволило учесть специфику оборонно-промышленной отрасли и уникальные потребности предприятия, что привело к значительному повышению производительности труда, оптимизации ресурсов и улучшению общей эффективности ОПК.

3. Разработан и апробирован регламент о распределении суммы премии между работниками предприятия ОПК по итогам отчетного периода, распространяющий на руководителей, специалистов, служащих и рабочих всех направлений премирования на основе оценки трудового вклада сотрудника, полученный путем суммирования баллов по базовым премиальным показателям и показателям индивидуальной мотивации, что позволило рассчитать вознаграждение и установить порядок премирования работников.

Список литературы

1. Краснянская О. В. Стратегическое управление предприятиями ОПК в условиях сокращения объемов государственного оборонного заказа // Инженерные и информационные технологии, экономика и менеджмент в промышленности: сборник научных статей по итогам II Международной научной конференции, Волгоград, 24–25 декабря 2020 года. Волгоград: Конверт, 2020. Ч. 2. С. 96–103.
2. Мухина Е. Р. Теоретические основы создания оптимальной системы материального стимулирования сотрудников // APRIORI. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 1. С. 1–6.
3. Гаценко Ю. В., Львовский А. М., Захарова Л. Н. Мотивация персонала как инструмент повышения эффективности функционирования организаций сферы услуг // Научные известия. 2020. № 21. С. 40–45.
4. Левашов О. А., Бурыкин А. Д. Пути оптимизации системы стимулирования труда персонала в организации // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 5, № 11. С. 79–88. EDN VONQKZ.

5. Тюрин С. Б., Бурыкин А. Д. Содержание и сущность метода балльной оценки // Вестник научных конференций. 2017. № 4-4. С. 125–127.
6. Мудревский А. Ю., Бурыкин А. Д. Формирование социальной политики // Социальное партнерство: опыт, проблемы и перспективы развития: XIV Международная научно-практическая конференция. Ярославль: Канцлер, 2017. С. 99–102.
7. Костоева Е. Х., Бурыкин А. Д. Интеллектуальная собственность как фактор эффективного управления предприятием // Интеллектуальный потенциал образовательной организации и социально-экономическое развитие региона: материалы научно-практической конференции. Ярославль: Международная академия бизнеса и новых технологий, 2016. С. 110–116.
8. Бабурина И. А., Губайдуллина Э. Э., Юрковская Г. И. Основные особенности предприятий оборонно-промышленного комплекса // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2010. № 6. С. 8–9.
9. Бойко С. В., Зеленцов С. Ю. Философско-методологические основы военной техники и вооружения // Научная мысль. 2020. Т. 11, № 1–1(35). С. 55–63.
10. Осыка С. Б. Особенности и структура оборонно-промышленного комплекса России // Академическая публицистика. 2023. № 2-1. С. 97–105. EDN GLPAHK.
11. Оборонно-промышленный комплекс РФ, его структура и перспективы развития / А. С. Сорокин, Е. М. Астахов, Р. В. Борисов [и др.] // Молодой ученый. 2021. № 27 (369). С. 137–139.
12. Князьнеделин Р. А. Механизм устойчивого развития оборонно-промышленного комплекса в условиях трансформации национальной промышленной политики: дис. ... д-ра экон. наук. Курск, 2021. 367 с.
13. Ибрагимов О. Е. Особенности развития оборонно-промышленного комплекса России // Российская экономика в условиях современного кризиса: проблемы и пути выхода: сборник материалов научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, преподавателей и научных работников. Казань: Школа, 2016. С. 110–113. EDN YQIYRP.
14. Жеребов Е. Д., Хахина А. М. Принципы функционирования системы стимулирования персонала на предприятии // *π-Economy*. 2008. № 1 (53). С. 126–130.
15. Сайфиева С. Н., Быкадоров М. А. Мотивация персонала как фактор успешной реализации стратегии предприятия // Стратегическое планирование и развитие предприятий: тезисы докладов на VI Всероссийском симпозиуме. М.: ЦЭМИ РАН, 2005.
16. Сухова О. В. Принципы построения эффективной системы стимулирования // Дискуссия. 2010. № 6. С. 55–60.
17. Бабынина Л. Какая модель оплаты труда актуально для России // Человек и труд. 2007. № 8. С. 83–85.
18. Лымарева О. А., Джинчарадзе Л. Принципы и методы мотивации и стимулирования персонала в организации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2022. № 12-1. С. 222–225.
19. Картушина Е. Н., Переславцева Р. В. Принципы стимулирования персонала на предприятиях крупного бизнеса: к вопросу о совершенствовании // Ученые записки Тамбовского регионального отделения Вольного экономического общества России. 2016. Т. 17, № 1-2. С. 24–29. EDN QJKXXN.
20. Давыдовский Ф. Н. Формирование системы ключевых показателей эффективности и проблема оценки деятельности сотрудников научно-исследовательских лабораторий в промышленности // Экономика и экологический менеджмент. 2014. № 3. С. 1–12.

References

1. Krasnyanskaya O. V. [Strategic management of defense industry enterprises in the context of a reduction in the volume of state defense order]. *Inzhenernye i informatsionnye tekhnologii, ekonomika i menedzhment v promyshlennosti. Sbornik nauchnykh statei po itogam II Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii, Volgograd, 24–25 dekabrya 2020 goda* [Engineering and information technologies, economics and management in industry. A collection of scientific articles following the results of the II international

scientific conference, Volgograd, December 24-25, 2020]. Volgograd, Envelope Publ., 2020, pt. 2, pp. 96–103. (In Russ.)

2. Mukhina E. R. Teoreticheskie osnovy sozdaniya optimal'noi sistemy material'nogo stimulirovaniya sotrudnikov [Theoretical foundations for creating an optimal system of material incentives for employees]. *APRIORI. Seriya: Gumanitarnye nauki = APRIORI. Series: Humanities*, 2015, no. 1, pp. 1–6.

3. Gatsenko Yu. V., Lvovsky A. M., Zakharova L. N. Motivatsiya personala kak instrument povysheniya effektivnosti funktsionirovaniya organizatsii sfery uslug [Personnel motivation as a tool to increase the efficiency of service organizations]. *Nauchnye izvestiya = Scientific News*, 2020, no. 21, pp. 40–45.

4. Levashov O. A., Burykin A. D. Puti optimizatsii sistemy stimulirovaniya truda personala v organizatsii [Ways to optimize the system of stimulating the work of personnel in the organization]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya = Economics and Management: Problems, Solutions*, 2018, vol. 5, no. 11, pp. 79–88. EDN VOHQKZ.

5. Tyurin S. B., Burykin A. D. Soderzhanie i sushchnost' metoda ball'noi otsenki [Content and essence of the scoring method]. *Vestnik nauchnykh konferentsii = Bulletin of Scientific Conferences*, 2017, no. 4-4, pp. 125–127.

6. Mudrevsky A. Yu., Burykin A. D. [Formation of social policy]. *Sotsial'noe partnerstvo: opyt, problemy i perspektivy razvitiya. XIV Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya* [Social partnership: experience, problems and prospects of development. XIV International Scientific and Practical Conference]. Yaroslavl, Kantsler Publ., 2017, pp. 99–102. (In Russ.)

7. Kostoeva E. Kh., Burykin A. D. [Intellectual property as a factor in effective enterprise management]. *Intellektual'nyi potentsial obrazovatel'noi organizatsii i sotsial'no-ekonomicheskoe razvitie regiona. Materialy nauchno-prakticheskoi konferentsii* [The intellectual potential of an educational organization and the socio-economic development of the region. Materials of a scientific and practical conference]. Yaroslavl, International Academy of Business and New Technologies Publ., 2016, pp. 110–116. (In Russ.)

8. Baburina I. A., Gubaidullina E. E., Yurkovskaya G. I. Osnovnye osobennosti predpriyatii oboronno-promyshlennogo kompleksa [The main features of the enterprises of the military-industrial complex]. *Aktual'nye problemy aviatsii i kosmonavтики = Actual Problems of Aviation and Cosmonautics*, 2010, no. 6, pp. 8–9.

9. Boyko S. V., Zelentsov S. Yu. Filosofskometodologicheskie osnovy voennoi tekhniki i vooruzheniya [Philosophometodological foundations of military equipment and weapons]. *Nauchnaya mysl' = Scientific Thought*, 2020, vol. 11, no. 1-1(35), pp. 55–63.

10. Osyka S. B. Osobennosti i struktura oboronno-promyshlennogo kompleksa Rossii [Features and structure of the military-industrial complex of Russia]. *Akademicheskaya publitsistika = Academic Journalism*, 2023, no. 2-1, pp. 97–105. EDN GLPAHK.

11. Sorokin A. S., Astakhov E. M., Borisov R. V., eds. Oboronno-promyshlennyy kompleks RF, ego struktura i perspektivy razvitiya [Defense-industrial complex of the Russian Federation, its structure and development prospects]. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2021, no. 27 (369), pp. 137–139.

12. Knyaznedelin R. A. Mekhanizm ustoichivogo razvitiya oboronno-promyshlennogo kompleksa v usloviyakh transformatsii natsional'noi promyshlennoi politiki. Diss. dokt. ekon. nauk [Mechanism for the sustainable development of the military-industrial complex in the context of the transformation of national industrial policy. Dr. econ. sci. diss.]. Kursk, 2021. 367 p.

13. Ibragimov O. E. [Features of the development of the military-industrial complex of Russia]. *Rossiiskaya ekonomika v usloviyakh sovremennogo krizisa: problemy i puti vykhoda. Sbornik materialov nauchno-prakticheskoi konferentsii studentov, magistrantov, aspirantov, prepodavatelei i nauchnykh rabotnikov* [Russian economy in the current crisis: problems and exit routes. A collection of materials from a scientific and practical conference of students, master's students, graduate students, teachers and scientists]. Kazan, School Publ., 2016, pp. 110–113. EDN YQIYRP. (In Russ.)

14. Zherebov E. D., Khakhina A. M. Printsipy funktsionirovaniya sistemy stimulirovaniya personala na predpriyatii [Principles of the personnel incentive system functioning at the enterprise]. *π-Economy*, 2008, no. 1 (53), pp. 126–130.

15. Sayfieva S. N., Bykadorov M. A. [Personnel motivation as a factor of successful implementation of the company's strategy]. *Strategicheskoe planirovanie i razvitie predpriyatii. Tezisy dokladov na VI Vserossiiskom simpoziume* [Strategic planning and development of enterprises. Abstracts of reports at the VI All-Russian Symposium]. Moscow, CEMI RAS, 2005. (In Russ.)
16. Sukhova O. V. Printsipy postroeniya effektivnoi sistemy stimulirovaniya [Principles of building an effective incentive system]. *Dis-kussiya = Discussion*, 2010, no. 6, pp. 55–60.
17. Babynina L. Kakaya model' oplaty truda aktual'no dlya Rossii [What model of remuneration is relevant for Russia]. *Chelovek i trud = Man and Work*, 2007, no. 8, pp. 83–85.
18. Lymareva O. A., Gincharadze L. Printsipy i metody motivatsii i stimulirovaniya personala v organizatsii [Principles and methods of motivation and stimulation of personnel in the organization]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika = Economics and Business: Theory and Practice*, 2022, no. 12-1, pp. 222–225.
19. Kartushina E. N., Pereslavl'tseva R. V. Printsipy stimulirovaniya personala na predpriyatiyakh krupnogo biznesa: k voprosu o sovershenstvovanii [Principles of stimulating personnel at large business enterprises: on the issue of improvement]. *Uchenye zapiski Tambovskogo regional'nogo otdeleniya Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii = Scientific Notes of the Tambov Regional Branch of the Free Economic Society of Russia*, 2016, vol. 17, no. 1-2, pp. 24–29. EDN QJKXXN.
20. Davydovsky F. N. Formirovanie sistemy klyuchevykh pokazatelei effektivnosti i problema otsenki deyatel'nosti sotrudnikov nauchno-issledovatel'skikh laboratorii v promyshlennosti [Formation of a system of key performance indicators and the problem of assessing the activities of employees of research laboratories in industry]. *Ekonomika i ekologicheskii menedzhment = Economics and Environmental Management*, 2014, no. 3, pp. 1–12.

Информация об авторах / Information about the Authors

Фролова Ольга Алексеевна, доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, Нижегородский государственный инженерно-экономический университет, Нижегородская область, г. Княгинино, Российская Федерация, e-mail: ekfakngiei@yandex.ru

Olga A. Frolova, Doctor of Sciences (Economics), Professor of the Department of Accounting, Analysis and Audit, Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics, Nizhny Novgorod Region, Knyaginino, Russian Federation, e-mail: ekfakngiei@yandex.ru

Барина Надежда Евгеньевна, студент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, Нижегородский государственный инженерно-экономический университет, Нижегородская область, г. Княгинино, Российская Федерация, e-mail: Ek17ngieu13@yandex.ru

Nadezhda E. Barinova, Student of the Department of Accounting, Analysis and Audit Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics, Nizhny Novgorod Region, Knyaginino, Russian Federation, e-mail: Ek17ngieu13@yandex.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 658

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-58-70>**Принципы построения системы управления стратегией
развития предприятия****Е. В. Пурин¹✉, А. Ю. Анисимов¹**

¹ Московский финансово-промышленный университет «Синергия»
Ленинградский пр-т, д. 80, г. Москва 125190, Российская Федерация

✉ e-mail: evgenijpurin8@gmail.com

Резюме

Актуальность исследования определяется тем, что трансформация социально-экономических условий функционирования предприятий в современных условиях требует построения системы управления стратегией их развития. В свою очередь, для построения подобной системы необходимо провести систематизацию имеющихся принципов и осуществить их ранжирование для дальнейшего использования в процессе её формирования.

Цель исследования состоит в проведении оценки накопленного к данному моменту времени опыта формирования систем управления стратегией развития предприятия, систематизации и ранжировании принципов построения такой системы на основе оценки их важности для его устойчивого развития предприятия.

Задачи исследования состоят в анализе и уточнении дефиниций «система управления», «стратегическое управление», «система управления стратегией развития предприятия»; классификации принципов стратегического управления; разработке принципов построения системы управления стратегией развития предприятия; систематизации и ранжировании принципов на основе их важности для устойчивого развития предприятия.

Методология. В процессе проведения исследования применялись следующие методы: компаративный анализ источников, классификация, синтез, ранжирование, метод анализа иерархий Т. Саати.

Результаты. В результате проведённого исследования авторами были уточнены такие дефиниции, как «система управления», «стратегическое управление», «система управления стратегией развития предприятия», осуществлена классификация принципов стратегического управления, предложены принципы построения системы управления стратегией развития предприятия.

Выводы. Авторы делают вывод, что система управления стратегией развития предприятия представляет собой комплекс взаимосвязанных компонентов, позволяющих разрабатывать и мониторировать реализацию стратегии развития на основе определённых принципов и для достижения установленных целей предприятия. Принципами построения системы управления стратегией развития предприятия являются: принцип «модульности» построения, принцип эффективности, принцип экономической результативности, принцип гибкости. В условиях нестабильности экономической ситуации наиболее важным принципом построения эффективной системы управления стратегией развития предприятия является принцип результативности.

Ключевые слова: стратегия развития; система управления; стратегическое управление; принципы стратегического управления; стратегия предприятия; экономическая результативность.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Пурин Е. В., Анисимов А. Ю. Принципы построения системы управления стратегией развития предприятия // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 58–70. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-58-70>.

Поступила в редакцию 11.02.2024

Принята к публикации 11.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Principles of Building a Management System for Enterprise Development Strategy

Evgeny V. Purin¹ ✉, Alexander Yu. Anisimov¹

¹ Moscow University of Finance and Industrial "Synergy"
80 Leningradsky Ave., Moscow 125190, Russian Federation

✉ e-mail: evgenijpurin8@gmail.com

Abstract

The relevance of the study is determined by the fact that the transformation of the socio-economic conditions of the functioning of enterprises in modern conditions requires the construction of a management system for the strategy of their development. In turn, to build such a system, it is necessary to systematize the existing principles and rank them for further use in the process of its formation.

The purpose of the study is to assess the experience accumulated to date in the formation of enterprise development strategy management systems, systematize and rank the principles of constructing such a system based on an assessment of their importance for its sustainable development of the enterprise.

The objectives of the study are to analyze and clarify the definitions of "management system", "strategic management", "management system for enterprise development strategy"; classification of principles of strategic management; development of principles for constructing a management system for the enterprise development strategy; systematization and ranking of principles based on their importance for the sustainable development of an enterprise.

Methodology. In the process of conducting the research, the following methods were used: comparative analysis of sources, classification, synthesis, ranking, method of analysis of T. Saaty's hierarchies.

Results. As a result of the study, the authors clarified such definitions as: "management system", "strategic management", "management system for enterprise development strategy", carried out a classification of the principles of strategic management, and proposed principles for constructing a management system for the enterprise development strategy.

Conclusions. The authors conclude that the "enterprise development strategy management system" is a complex of interconnected components that allows you to develop and monitor the implementation of a development strategy based on certain principles and to achieve the established goals of the enterprise. The principles of constructing a management system for the development strategy of an enterprise are: the principle of "modularity" of construction, the principle of efficiency, the principle of economic resilience, the principle of flexibility. In conditions of unstable economic situation, the most important principle for building an effective system for managing an enterprise's development strategy is the principle of resilience.

Keywords: development strategy; management system; strategic management; principles of strategic management; enterprise strategy; economic resilience.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Purin E. V., Anisimov A. Yu. Principles of Building a Management System for Enterprise Development Strategy. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 58–70. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-58-70>.

Received 11.02.2024

Accepted 11.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Совокупность кризисных явлений последнего десятилетия, обусловленных причинами финансовой, торговой, политической и пандемической природы, послужила «точкой бифуркации» для экономических и управленческих систем. Новые факторы, определяющие характер

функционирования современных предприятий, в основном относятся к категории риска, поскольку являются в достаточной степени неопределёнными. Все это позволяет говорить о меняющейся парадигме организации стратегического управления предприятиями, которая все больше требует в первую очередь сохра-

нения устойчивости развития предприятия в период кризиса. Российские предприятия на данный момент столкнулись с совершенно новыми условиями ведения бизнеса. Причинами такой ситуации послужили результаты резкого изменения мировой экономической системы под влиянием антироссийских санкций, пандемии COVID-18 и роста геополитической напряженности [1, с.1414]. В результате этих глобальных тенденций были разрушены долговременные хозяйственные связи, нарушены цепочки поставок, изменились рынки сбыта и в целом изменилась конъюнктура как на мировом, так и на внутренних российских рынках, в т. ч. на специфику новой бизнес-среды повлиял уход с российского рынка многих крупных иностранных компаний и набирающая обороты политика импортозамещения. В результате этих изменений появилась необходимость трансформации подходов к формированию систем управления на стратегическом уровне. Значительное влияние описанные выше глобальные тенденции оказали на принципы формирования систем управления стратегией развития предприятий. Концептуальная трансформация подходов к формированию систем управления на стратегическом уровне включает систематизацию и ранжирование принципов, на основе которых можно построить эффективную систему управления стратегией развития предприятия. Все большую значимость в текущих условиях на уровне системы управления предприятием приобретает принцип экономической резильентности, который позволяет обеспечивать устойчивое развитие предприятия в рамках своей стратегии. Таким образом, можно предположить, что система управления стратегией развития предприятия, построенная с учетом принципа резильентности, обеспечивает предприятию устойчивое развитие в кризисных ситуациях даже в долговременном периоде. Несмотря на высокую степень необходимо-

сти формирования и систематизации новых принципов построения системы управления на стратегическом уровне с целью ее совершенствования и адаптации к новым бизнес-условиям, на данный момент не выработан единый подход, позволяющий ранжировать принципы построения системы управления стратегией развития предприятия с целью интерпретации их важности с точки зрения ситуационного анализа. Исходя из этого можно сделать вывод, что вопросы, затрагивающие поиск новых подходов к систематизации и ранжированию принципов построения системы управления стратегией развития, являются очень актуальными. Целью исследования является систематизация и ранжирование принципов построения системы управления стратегией развития на основе оценки их важности для устойчивого развития предприятия. Задачами исследования являются: уточнить понятийный аппарат по стратегическому управлению; классифицировать принципы стратегического управления по категориям и подходам; выделить принципы построения системы управления стратегией развития; ранжировать выделенные принципы по степени важности для обеспечения устойчивого развития организации в долгосрочной перспективе. Основной задачей современной системы управления стратегией развития выступает выбор эффективного механизма формирования стратегии развития, который учитывает условия неблагоприятной экономической среды. Гипотезой научного исследования выступает предположение, что такой механизм может быть построен на основе применения принципа экономической резильентности.

Проблема актуализации существующих теоретических концепций построения системы управления предприятием, в т. ч. на стратегическом уровне, входит в круг научных интересов многих авторов. Среди российских ученых, описывающих данную проблематику, можно выделить таких авторов, как А. Н. Алексеев,

Е. Е. Антимонова, О. Н. Антимонова, Г. В. Королев и др. Основной мыслью, объединяющей работы данных авторов, является поиск новых подходов к построению эффективной системы управления предприятием на стратегическом уровне, при этом они опираются на фундаментальные труды Ф. Котлера и М. Портера. Коллектив авторов: А. А. Арутюнова, Т. И. Козюбро, Я. М. Сафронова – критически осмысливают и развивают принципы стратегического управления, заложенные классиком стратегического управления И. Ансоффом. Зарубежные авторы также уделяют значительное внимание данной теме, среди современных зарубежных авторов можно выделить следующих: D. Lupu, M. Onofrei, F. Oprea, G. Paraschiv, G. Vintila. Основным отличием в направлениях исследований в рамках данной тематики от отечественных авторов заключается в выделении в качестве основных критериев принципов устойчивого развития.

Многие авторы обращаются к теме формирования новых принципов построения системы управления стратегией развития предприятия, которые бы соответствовали текущему состоянию внешней среды бизнеса. В рамках данного направления некоторые авторы предпринимают попытки классификации указанных принципов, в т. ч. выделяя принцип резильентности системы управления предприятием. Наибольшего внимания в этом направлении заслуживают работы следующих отечественных авторов: В. В. Акбердиной, О. Г. Алешиной, Н. К. Борисюка, С. С. Войтенко, С. А. Жиронкина, О. С. Смотриной, Е. А. Тарана и др., которые в своих работах расширяют подходы, разработанные и обобщенные О. С. Виханским и С. А. Поповым. Несомненным достоинством работ указанных авторов является то, что они формируют новый, с точки зрения внешней среды бизнеса набор принципов построения системы управления на стратегическом уровне. Однако авторы упускают взаимо-

связь со стратегией развития предприятия, что в конечном итоге требует дополнительных исследований по данному направлению. Также можно отметить зарубежных авторов, анализирующих подобную проблематику, особый интерес представляют работы авторов M. Li и X. Wang, которые раскрывают фундаментальные принципы построения устойчивых систем управления, обладающих способностью резильентности. Недостатком данных исследований является то, что авторы мало внимания уделяют уровню предприятия, а концентрируются в основном на мезоуровне.

В последние несколько лет актуальность построения такой системы управления стратегией развития предприятия, которая могла бы противостоять кризисным явлениям во внешней среде и сохраняла бы при этом эффективность, постоянно растет, этим обуславливается появление научно-практических исследований, раскрывающих место принципа резильентности в стратегическом управлении предприятием. Некоторые отечественные и зарубежные авторы затрагивают подобную тематику в рамках своих исследований. Особого внимания в этом направлении заслуживают следующие отечественные авторы: М. Е. Анохина, Т. А. Зуб, А. С. Корезин, Г. В. Королев, С. Б. Мурашов. Работы зарубежных авторов на подобную тематику также раскрывают некоторые аспекты этой темы, среди современных авторов вниманию заслуживают G. Xanthos, K. Psimarni. Несмотря на высокую актуальность данной темы, остается достаточное количество дискуссионных вопросов, связанных с возможностью совершенствования системы стратегического управления предприятий на основе экономической резильентности, что создает необходимость дополнительных исследований в данном направлении.

Материалы и методы

Проведенное исследование потребовало применения следующих методов:

компаративный анализ источников, классификация, синтез, ранжирование. Методика исследования формировалась исходя из поставленных задач. Первая задача заключалась в уточнении понятийного аппарата по стратегическому управлению, для ее решения был применен компаративный анализ источников, в результате была сформирована авторская позиция по всем дискуссионным дефинициям.

Вторая задача была призвана классифицировать уже существующие принципы стратегического управления, для ее решения была применена классификация по основным категориям и научным подходам, что позволило перейти к следующей задаче. Выделение принципов построения системы управления стратегией развития (третья задача) было осуществлено путем синтеза сущности принципов стратегического управления.

Результаты и их обсуждение

Формирование понятийного аппарата, относящегося к сфере стратегического управления, несмотря на достаточно долгий период существования данного экономического феномена, продолжается. Позиции многих авторов [2; 3, с. 82; 4, с. 24] в процессе интерпретации понятий и терминов различны и порождают дискуссионные моменты, следовательно, для уточнения фундаментальных основ исследования необходимо определиться с дефинициями наиболее важных понятий. Термин «система управления» является, на наш взгляд, наиболее широким и в целом охватывает не только управление экономическим объектом, однако в рамках данного исследования стоит задача рассмотрения сущности данного понятия именно с экономической точки зрения, поэтому на основе обобщения подходов ряда авторов [5, с. 148; 6, с. 410; 7, с. 49] предлагаем использовать следующее определение данного понятия. Система управления – это структурно упорядоченная совокупность взаимосвязанных и

взаимовлияющих компонентов, позволяющих довести объект управления до намеченной цели, на основе принципов эмерджентности [8] и синергии [9, с. 61]. Исходя из данного определения можно заключить, что разработку и управление стратегией развития организации можно рассматривать с точки зрения системного подхода [10], соответственно все присущие ему принципы могут быть применимы. Однако на сегодняшний день простого применения одного из подходов недостаточно, неблагоприятные факторы внешней среды, которая, наряду с другими характеристиками, обладает высокой степенью изменчивости, требует сочетания нескольких подходов, что приводит к необходимости рассмотрения всех принципов построения системы управления стратегией развития с точки зрения их влияния на конечный результат реализации стратегии развития.

Следующим важным понятием, требующим уточнения в рамках данного исследования, является «стратегическое управление». К определению сущности понятия стратегического управления обращались многие авторы начиная с 50-х годов XX века, однако за прошедшие годы понятие стратегического управления значительно эволюционировало и его нужно рассматривать с актуальной точки зрения, в связи с этим, учитывая компиляцию современных подходов [11; 12; 13, с. 93] к данному термину, было сформулировано авторское определение. Стратегическое управление представляет собой сложный комплексный процесс достижения стратегических целей организации на основании стратегии развития, включающей комплекс специально разработанных инструментов и мер повышения конкурентоспособности организации в долгосрочной перспективе. В свою очередь, стратегия развития представляет собой «детальный комплексный план, включающий способы и сроки достижения стра-

тегических целей организации» [14, с. 25]. Относительно сущности понятия стратегии развития также на данный момент существует несколько подходов, однако представленный выше максимально соответствует целям исследования и совпадает с авторской позицией. Основным достоинством указанного подхода является представление стратегии развития в качестве гибкого инструмента трансформации внутренней среды организации для достижения устойчивого развития. Авторская позиция заключается в том, что именно обеспечение устойчивости развития в долгосрочной перспективе должно быть свойственно любой успешной стратегии развития организации. Соответственно, исходя из зафиксированной авторской позиции по рассмотренным терминам, можно определить принципы стратегического управления, которые представляют собой «основные, научно обоснованные положения, на основе которых осуществляется успешное стратегическое управление» [2]. Таким образом, основываясь на дан-

ном определении, возможно определить сущность системы управления стратегией развития и далее принципы ее построения. Система управления стратегией развития – это комплекс взаимосвязанных компонентов, позволяющих разрабатывать и мониторировать реализацию стратегии развития на основе определённых принципов и для достижения установленных целей организации. В отличие от системы стратегического управления данная подсистема в качестве объекта управления выделяет не предприятие, а только его стратегию развития, при этом конечным результатом управления стратегией развития является полностью реализованная наиболее оптимальным способом стратегия развития.

Совокупность рассмотренных выше через призму современных парадигм стратегического управления понятий дает возможность перейти к интерпретации принципов стратегического управления (СУ). На данный момент можно выделить следующие обобщающие принципы стратегического управления (табл. 1).

Таблица 1. Классификация принципов стратегического управления по подходам [15, с. 7; 16; 17, с. 21]

Категория / подходы	Наименование принципа СУ	Содержание принципа СУ	Авторы, внесшие вклад в формирование принципа
1. Системность управления / системный подход	1.1. Научная обоснованность СУ	СУ требует применения научно обоснованных подходов анализа и синтеза факторов, влияющих на реализацию стратегии организации	А. Томпсон, О. С. Виханский
	1.2. Единство направленности действий	Все действия, которые планируется осуществлять в рамках реализации стратегии, должны быть направлены на достижение единой цели	Е. П. Голубков, С. А. Попов
	1.3. Выделение доминанты развития	Все ресурсы, которые выделены для реализации стратегии, должны быть направлены на достижение цели одного направления, пока оно оправдывает свою результативность	А. Файоль
	1.4. Разделение труда	Соблюдение иерархии управления и поддержание горизонтального разделения всего объема работы на отдельные задания	Ф. Тейлор

Категория / подходы	Наименование принципа СУ	Содержание принципа СУ	Авторы, внесшие вклад в формирование принципа
2. Гибкость управления / ситуационный подход	2.1. Непрерывность разработки стратегии организации	Стратегия организации должна постоянно корректироваться с целью соответствия внешней и внутренней среде организации	И. Ансофф, М. Портер
	2.2. Баланс между централизацией и децентрализацией	Достижение оптимального сочетания сильного руководства и вовлеченности сотрудников в процесс принятия решений	Г. Минцберг
	2.3. Учет и согласование внешних и внутренних факторов развития организации	Способность руководства оптимизировать внутренние факторы организации таким образом, чтобы они максимально соответствовали целям организации и внешним условиям	Р. А. Фатхутдинов
	2.4. Прогнозирование	Принятие решений только на основе предвидения будущего состояния внешней среды и организации в ней. Использование научно обоснованных методов прогнозирования	И. Ансофф, М. Портер
	2.5. Соответствие стратегии и тактики управления организацией	Тактические действия организации на рынке должны осуществляться в рамках разработанной стратегии развития	Р. А. Фатхутдинов
3. Непрерывная оптимизация управления / процессный подход	3.1. Целенаправленность СУ	Стратегия развития должна способствовать достижению установленных целей организации	Ф. Котлер
	3.2. Релевантность СУ	Стратегическое управление должно перестраиваться исходя из трансформации миссии и стратегических целей организации	Ф. Котлер
	3.3. Экономичность и эффективность	Затраты на реализацию стратегии развития всегда должны быть меньше, чем полученный от нее эффект	Р. Моборн
	3.4. Принцип соответствия стратегии ресурсам и технологиям	В процессе разработки стратегии развития необходимо учитывать ресурсный и технологический потенциал организации	Ф. Котлер
4. Социальная направленность управления / антропоцентричный подход	4.1. Мотивация персонала	Личные цели сотрудников должны быть включены в систему целей организации, чтобы, способствуя достижению целей организации, сотрудник автоматически достигал собственных целей	Б. Г. Литвак
	4.2. Корпоративная культура	Организация должна внедрить и поддерживать правила корпоративного поведения и единой культуры делового общения	А. Т. Зуб
	4.3. Приоритетность человеческого фактора	Все мероприятия реализации стратегии развития должны учитывать человеческий фактор	Э. Мэйо
	4.4. Подчиненность личных интересов общим	Сотрудники организации должны понимать, что для достижения миссии их личные цели не должны вступать в конфликт с целями организации	А. Слоун

Классификация принципов стратегического управления (табл. 1) может быть видоизменена или адаптирована под цели конкретных исследований, при этом данная классификация позволяет перейти к выделению принципов построения системы управления стратегией развития предприятия (ПСУСРП), которые являются развитием перечисленных выше фундаментальных принципов СУ и позволяют, прежде всего, сконцентрироваться именно на стратегии развития. Классическое стратегическое управление предполагает, что стратегию развития необходимо разрабатывать, реализовывать, оценивать и корректировать при

необходимости [3, с. 83]. Однако современные условия функционирования организаций требуют постоянного мониторинга этапов реализации стратегии развития для своевременной адаптации ее к быстро меняющейся внешней среде. Такая тенденция обуславливает необходимость построения системы управления стратегией развития, что, в свою очередь, подразумевает формулировку принципов построения такой системы, которые гарантируют ее эффективность. В таблице 2 представлены некоторые принципы построения системы управления стратегией развития предприятия, сформулированные на основе обобщения мнений ряда авторов.

Таблица 2. Классификация принципов построения системы управления стратегией развития предприятия [16; 18, с. 225; 19; 20]

Категория проблемы	Наименование принципа ПСУСР	Содержание принципа ПСУСР
1. Обеспечение устойчивости развития	Экономическая резильентность	Способность системы управления стратегией развития быстро возвращать организацию в нормальное состояние
2. Адаптация под внешнюю среду	Гибкость	Способность системы управления стратегией развития подстраивать мероприятия реализации стратегии в соответствии с требованиями внешней среды
3. Возможность быстрого снижения риска	«Модульность» построения	Способность системы управления стратегией развития в определённый период менять параметры стратегии без потери общей эффективности
4. Конкурентоспособность	Эффективность	Способность системы управления стратегией развития увеличивать степень достижения установленных целей организации

Принципы, представленные в таблице 2, взаимосвязаны между собой и образуют определенный взаимосвязанный комплекс, отношения между данными принципами представлены ниже (рис. 1).

Кроме того, таблица 2 демонстрирует, какие категории проблем решаются при помощи соблюдения того или иного принципа. После того как принципы выделены и сформулированы, их необходимо ранжировать с точки зрения их влияния на конечный результат реализации стратегии развития. В таблице 2 представлено предварительное ранжирование

принципов, соответственно на первое место поставлен принцип экономической резильентности, а на четверном – эффективности. Однако принцип эффективности, исходя из его сущности, продемонстрированной на рисунке 1, является итоговым, т. е. он работает при условии, если соблюдается первые три принципа, поэтому подвергать ранжированию следует только их. Поскольку мы исходим из понятия системы, то на первый план выступает такая характеристика, как устойчивость, которую можно интерпретировать в качестве «способности систе-

мы быстро возвращаться в удовлетворительное состояние после воздействия на нее неблагоприятных факторов» [18, с. 226]. Понятие резильентности вообще и экономической резильентности в частности говорит о возможности социально-экономических систем гибко реагировать на воздействие отрицательных факторов, сохраняя свою работоспособность. Затем идет применение принципа гибкости, который позволяет подстраивать стратегию развития к изменениям во внешней среде

с наименьшими потерями, и последним в ранжированном ряду выступает принцип «модульности» построения, который предполагает, что стратегия развития, находясь на этапе реализации, обладает способностью смены внутренних параметров, которая выражается в формировании ряда мероприятий, которые не были запланированы ранее, но которые возможны благодаря способности стратегии к перераспределению ресурсов и корректровке тактических целей.

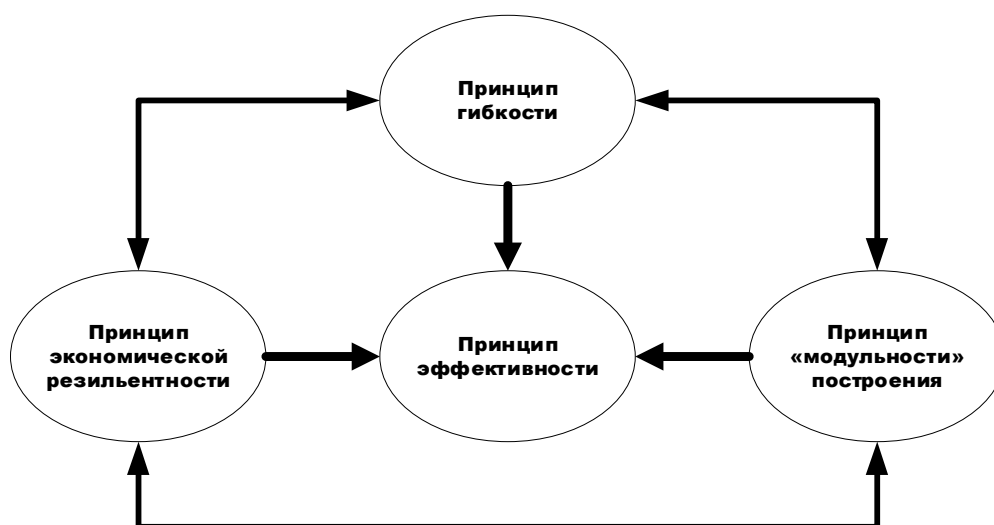


Рис. 1. Комплекс принципов построения системы управления стратегией развития предприятия [16; 18, с. 225; 19; 20]

Выделение принципа экономической резильентности в качестве основополагающего для построения и впоследствии совершенствования системы управления стратегией развития не случайно. Суть экономической резильентности не сводится только к восстановлению нормального функционирования организации при воздействии кризиса, она гораздо шире. Экономическая резильентность может быть основой механизма, который позволяет настраивать стратегию развития организации таким образом, что она приобретает способность поддерживать высокий уровень конкурентоспособности в кризисных условиях. Именно экономическая резильентность является тем свойством, которое позволяет адаптировать внутренние компоненты системы управ-

ления организации под внешние вызовы. Необходимо отметить, что экономическая резильентность является сложным, комплексным понятием, сущность которого требует дальнейшего изучения, поскольку на сегодняшний день потенциал его применения до конца не раскрыт. Стратегия развития организации напрямую зависит от модели управления, которой она придерживается, поэтому существенно важным является исследование влияния уровня экономической резильентности уже не как принципа, а как способности, присущей организации в процессе ее развития. Как известно, на разных этапах жизненного цикла организация должна придерживаться разных моделей управления, которые обеспечивали бы выживание на рынке и устойчи-

вое развитие в перспективе, влияние экономической резильентности на выбор модели управления может быть тем инструментом, который реализует принцип резильентности в построении системы управления стратегией развития организации. Таким образом, формируется двусторонняя связь между принципом и инструментом его реализации.

Выводы

Проведенное исследование позволило сделать ряд выводов, которые определили перспективы дальнейших исследований в данном направлении. Утончение понятийного аппарата, использующегося в рамках стратегического управления, позволило сформировать авторскую позицию по ряду понятий, в результате было предложено следующее определение системы управления стратегией развития, которая была обозначена как комплекс взаимосвязанных компонентов, позволяющих разрабатывать и мониторировать реализацию стратегии развития на основе определённых принципов и для достижения установленных целей организации. Классификация принципов стратегического управления по категориям и подходам позволила обобщить существующие принципы с целью выявления общих черт, которые стали основой выявления принципов построения системы управления стратегией развития. На основе синтеза было выделено четыре таких принципа: экономиче-

ской резильентности, гибкости, модульности построения и эффективности. Анализ выделенных принципов позволил определить их объем по отношению друг к другу и взаимное влияние, соответственно, принцип эффективности был признан результирующим (итоговым), т. е. он может быть применён только, если учтены остальные принципы. Исходя из этого ранжированию, как предварительному, так и обоснованному, были подвергнуты три оставшихся принципа. Было сделано предположение, что наиболее важным (с точки зрения обеспечения устойчивости развития предприятия) является принцип экономической резильентности.

Таким образом, обобщая результаты проведенного исследования, можно определить, что на данный момент наиболее важным принципом построения эффективной системы управления стратегией развития предприятия является принцип экономической резильентности. Построение системы управления стратегией развития предприятия с учетом принципа экономической резильентности позволяет сохранять устойчивость его развития в долговременном периоде даже в условиях кризиса и в посткризисный период. Направление следующих исследований может быть связано с обоснованием выбора модели управления предприятием на разных стадиях его жизненного цикла и оценки влияния на этот процесс экономической резильентности.

Список литературы

1. Акбердина В. В. Факторы резильентности в российской экономике: сравнительный анализ за период 2000–2020 гг. // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2021. Т. 17, № 8. С. 1412–1432.
2. Алексеев А. Н., Королев Г. В. Управленческая диагностика в стратегическом менеджменте // Бюллетень науки и практики. 2019. № 7. С. 1–6.
3. Антимонина Е. Е., Антимонина О. Н. К вопросу о современных концепциях стратегического менеджмента // Бизнес. Образование. Право. 2022. № 4(61). С. 82–86.
4. Беликова И. П., Ивашова В. А. Основы стратегического управления. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2020. 128 с.
5. Бараненко С. П., Шеметов В. В. Стратегическая устойчивость предприятия. М.: Центрполиграф, 2017. 496 с.

6. Боташева Л. С., Бадалова С. Н., Айбазова М. К. Стратегическое планирование и управление развитием промышленных предприятий: российская и зарубежная методическая парадигма // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Т. 12, № 5А. С. 410–419.
7. Глухих Л. В. Необходимость и целесообразность применения стратегического подхода к организации деятельности промышленных предприятий в условиях конкуренции // Экономические науки. 2018. № 4 (89). С. 49–53.
8. Королев Г. В., Анохина М. Е. Развитие стратегии компании в условиях нестабильной экономической ситуации // Бюллетень науки и практики. 2019. № 6. С. 1–7.
9. Красицкая К. А., Воротилова О. А. Экономическая устойчивость бизнеса как составляющая стратегии корпоративной устойчивости // NovaInfo.Ru. 2023. № 138. С. 60–62.
10. Лехтянская Л. В. Внешняя среда – фактор, влияющий на реализацию управленческого решения // Карельский научный журнал. 2022. № 2 (39). С. 24–27.
11. Борисюк Н. К., Смотрина О. С. К вопросу функционирования предприятия в нестабильной внешней среде // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2022. № 2. С. 24–30.
12. The Determinants of Economic Resilience. The Case of Eastern European Regions / F. Oprea, M. Onofrei, D. Lupu, G. Vintila, G. Paraschiv // Sustainability. 2020. N 12.
13. Thierling M., Pluzhnikov V. G. Assessment of Economic Sustainability of an Enterprise // Bulletin of the South Ural State University. Series: Mathematical Modelling, Programming and Computer Software. 2020. Vol. 13, N 3. P. 93–97.
14. Горохов А. Ю. Практическая оценка качества стратегии компании // Вопросы экономики и права. 2019. № 9. С. 25–32.
15. Войтенко С. С. О понятиях стабильности, устойчивости и резильентности управления // Емельяновские чтения. Имитационное моделирование и системный анализ в управлении – 2022: сборник трудов научного семинара, Смоленск, 10 июня 2022 года. Смоленск: Универсум, 2022. С. 7–16.
16. Козюбро Т. И., Арутюнова А. А., Сафронова Я. М. Основные достоинства и недостатки модели стратегического планирования и управления Игоря Ансоффа // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 4-1. С. 190–193.
17. Xanthos G., Psimarni K. The Multi-factor Partitioning Model and a Suggestion for its Modification // Journal of Governance and Regulation. 2019. N 4. P. 21–34.
18. Жиронкин С. А., Таран Е. А., Алешина О. Г. Устойчивость экономики к шокам на макро- и мезоуровнях: типология и условия // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2023. № 61. С. 225–249.
19. Корезин А. С., Мурашов С. Б. Резильентность социальных систем: сущность концепта и его применимость на разных уровнях социума // Телескоп. 2021. № 1. С. 17–22.
20. Wang X., Li M. Determinants of Regional Economic Resilience to Economic Crisis: Evidence from Chinese Economies // Sustainability. 2022. N 14(2). P. 809.

References

1. Akberdina V. V. Faktory rezil'entnosti v rossiiskoi ekonomike: sravnitel'nyi analiz za period 2000–2020 gg. [Resilience factors in the Russian economy: comparative analysis for the period 2000–2020]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost' = National Interests: Priorities and Security*, 2021, vol. 17, no. 8, pp. 1412–1432.
2. Alekseev A. N., Korolev G. V. Upravlencheskaya diagnostika v strategicheskom menedzhmente [Management diagnostics in strategic management]. *Byulleten' nauki i praktiki = Bulletin of Science and Practice*, 2019, no. 7, pp. 1–6.
3. Antimonova E. E., Antimonova O. N. K voprosu o sovremennykh kontseptsiyakh strategicheskogo menedzhmenta [On the issue of modern concepts of strategic management]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo = Business. Education. Right*, 2022, no. 4(61), pp. 82–86.

4. Belikova I. P., Ivashova V. A. Osnovy strategicheskogo upravleniya [Fundamentals of strategic management]. Stavropol, Stavropol State Agrarian University Publ., 2020. 128 p.
5. Baranenko S. P., Shemetov V. V. Strategicheskaya ustoichivost' predpriyatiya [Strategic sustainability of the enterprise]. Moscow, Tsentrpoligraf Publ., 2017. 496 p.
6. Botasheva L. S., Badalova S. N., Aibazova M. K. Strategicheskoe planirovanie i upravlenie razvitiem promyshlennykh predpriyatii: rossiiskaya i zarubezhnaya metodicheskaya paradigma [Strategic planning and management of the development of industrial enterprises: Russian and foreign methodological paradigm]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra = Economics: Yesterday, Today, Tomorrow*, 2022, vol. 12, no. 5A, pp. 410–419.
7. Glukhikh L. V. Neobkhodimost' i tselesoobraznost' primeneniya strategicheskogo podkhoda k organizatsii deyatel'nosti promyshlennykh predpriyatii v usloviyakh konkurentsii [The necessity and expediency of applying a strategic approach to organizing the activities of industrial enterprises in competitive conditions]. *Ekonomicheskie nauki = Economic Sciences*, 2018, no. 4 (89), pp. 49–53.
8. Korolev G. V., Anokhina M. E. Razvitie strategii kompanii v usloviyakh nestabil'noi ekonomicheskoi situatsii [Development of a company's strategy in an unstable economic situation]. *Byulleten' nauki i praktiki = Bulletin of Science and Practice*, 2019, no. 6, pp. 1–7.
9. Krasitskaya K. A., Vorotilova O. A. Ekonomicheskaya ustoichivost' biznesa kak sostavlyayushchaya strategii korporativnoi ustoichivosti [Economic sustainability of business as a component of the strategy of corporate sustainability]. *NovaInfo.Ru*, 2023, no. 138, pp. 60–62.
10. Lekhtyanskaya L. V. Vneshnyaya sreda – faktor, vliyayushchii na realizatsiyu upravlencheskogo resheniya [External environment – a factor influencing the implementation of management decisions]. *Karel'skii nauchnyi zhurnal = Karelian Scientific Journal*, 2022, no. 2 (39), pp. 24–27.
11. Borisyuk N. K., Smotrina O. S. K voprosu funktsionirovaniya predpriyatiya v nestabil'noi vneshnei srede [On the issue of enterprise functioning in an unstable external environment]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii = Intellect. Innovation. Investments*, 2022, no. 2, pp. 24–30.
12. Oprea F., Onofrei M., Lupu D., Vintila G., Paraschiv G. The Determinants of Economic Resilience. The Case of Eastern European Regions. *Sustainability*, 2020, no. 12.
13. Thierling M., Pluzhnikov V. G. Assessment of Economic Sustainability of an Enterprise. *Bulletin of the South Ural State University. Series: Mathematical Modelling, Programming and Computer Software*, 2020, vol. 13, no. 3, pp. 93–97.
14. Gorokhov A. Yu. Prakticheskaya otsenka kachestva strategii kompanii [Practical assessment of the quality of the company's strategy]. *Voprosy ekonomiki i prava = Questions of Economics and Law*, 2019, no. 9, pp. 25–32.
15. Voitenko S. S. [On the concepts of stability, stability and resilience of management]. *Emel'yanovskie chteniya. Imitatsionnoe modelirovanie i sistemnyi analiz v upravlenii – 2022. Sbornik trudov nauchnogo seminara, Smolensk, 10 iyunya 2022 goda* [Emelyanovskie readings. Simulation modeling and system analysis in management – 2022. Collection of proceedings of the scientific seminar, Smolensk, June 10, 2022]. Smolensk, Universum Publ., 2022, pp. 7–16. (In Russ.)
16. Kozyubro T. I., Arutyunova A. A., Safronova Ya. M. Osnovnye dostoinstva i nedostatki modeli strategicheskogo planirovaniya i upravleniya Igorya Ansoffa [The main advantages and disadvantages of Igor Ansoff's model of strategic planning and management]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika = Economics and Business: Theory and Practice*, 2021, no. 4-1, pp. 190–193.
17. Xanthos G., Psimarni K. The Multi-factor Partitioning Model and a Suggestion for its Modification. *Journal of Governance and Regulation*, 2019, no. 4, pp. 21–34.
18. Zhironkin S. A., Taran E. A., Aleshina O. G. Ustoichivost' ekonomiki k shokam na makro- i mezourovnyakh: tipologiya i usloviya [Resilience of the economy to shocks at the macro and meso levels: typology and conditions]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika = Bulletin of Tomsk State University. Economy*, 2023, no. 61, pp. 225–249.

19. Korezin A. S., Murashov S. B. Rezil'entnost' sotsial'nykh sistem: sushchnost' kontsepta i ego primenimost' na raznykh urovnyakh sotsiuma [Resilience of social systems: the essence of the concept and its applicability at different levels of society]. *Teleskop = Telescope*, 2021, no. 1, pp. 17–22.

20. Wang X., Li M. Determinants of Regional Economic Resilience to Economic Crisis: Evidence from Chinese Economies. *Sustainability*, 2022, no. 14(2), p. 809.

Информация об авторах / Information about the Authors

Пурин Евгений Владимирович, аспирант кафедры предпринимательства и конкуренции, факультет бизнеса, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Российская Федерация, e-mail: evgenijpurin8@gmail.com, ORCID: 0009-0009-1915-2462

Evgeny V. Purin, Post-Graduate Student of the Department of Entrepreneurship and Competition, Moscow University of Finance and Industrial "Synergy", Moscow, Russian Federation, e-mail: evgenijpurin8@gmail.com, ORCID: 0009-0009-1915-2462

Анисимов Александр Юрьевич, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры информационного менеджмента и информационно-коммуникационных технологий им. профессора В. В. Дика, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», г. Москва, Российская Федерация, e-mail: anisimov_au@mail.ru, SPIN: 9732-9601, ORCID: 0000-0002-8113-4523, Scopus ID: 57194047333

Alexander Yu. Anisimov, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Information Management and Information and Communication Technologies named after professor V. V. Dick, Moscow University of Finance and Industrial "Synergy", Moscow, Russian Federation, e-mail: anisimov_au@mail.ru, SPIN: 9732-9601, ORCID: 0000-0002-8113-4523, Scopus ID: 57194047333

Оригинальная статья / Original article

УДК 338.2

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-71-82>Вопросы активизации экономических инструментов
управления процессами ресурсосбереженияМ. В. Куликов¹✉

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: topgan_07@mail.ru

Резюме

Актуальность. Проблемы устойчивого развития, развития экономики ресурсосберегающего типа, экономики замкнутого цикла становятся все более актуальными для Российской Федерации как государства, на экономику которого приходится значительный по объемам ее сырьевой сектор. Стабильное состояние предприятий добывающей промышленности, сохраняющийся внутренний и внешний спрос на природные ресурсы нашей страны усиливают необходимость формирования и реализации сбалансированной макро- и мезоэкономической политики ресурсосбережения, финансовой и инвестиционной поддержки добывающих и обрабатывающих предприятий для реализации ими природоохранных и экологических программ, а также дальнейшего развития и совершенствования экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения.

Цель исследования состоит в определении состава основных экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения, представленных в современной российской экономической науке и обнаруженных в практике отдельных хозяйствующих субъектов.

Задачи состоят в следующем: исследовать теоретические основы развития основных экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения; определить основные направления современной макроэкономической политики, реализуемых государственных программ Российской Федерации экологической направленности; предложить общую характеристику экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения.

Методология представляет собой сочетание общенаучных методов исследования – анализа, синтеза полученной информации, интерпретации данных. В исследовании использованы данные статистического наблюдения текущих (эксплуатационных) затрат на охрану окружающей среды по Российской Федерации, размещенную на официальном сайте Федеральной службы статистики.

Результаты. Предложены некоторые рекомендации по расширению возможностей использования экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения в субъектах Российской Федерации.

Выводы. В современной российской экономической науке в целом сформирован состав экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения. Основным экономическим инструментом управления процессами ресурсосбережения со стороны государства выступают правительственные субсидии регионам России. Значительный вклад в защитные и природоохранные мероприятия вносят также и хозяйствующие субъекты преимущественного корпоративного бизнеса.

Ключевые слова: экономические инструменты; ресурсосбережение; ресурсы; Российская Федерация.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Куликов М. В. Вопросы активизации экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 71–82. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-71-82>.

Поступила в редакцию 12.02.2024

Принята к публикации 09.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Issues of Activation of Economic Instruments for Managing Resource-Saving Processes

Mikhail V. Kulikov¹✉

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: topgan_07@mail.ru

Abstract

Relevance. The problems of sustainable development, the development of a resource-saving economy, and a closed-loop economy are becoming increasingly relevant for the Russian Federation, as a state whose economy accounts for a significant volume of its raw materials sector. The stable state of the extractive industry enterprises, the continuing internal and external demand for natural resources of our country reinforce the need to form and implement a balanced macro- and mesoeconomical resource conservation policy, financial and investment support for extractive and processing enterprises to implement environmental and environmental programs, as well as further development and improvement of economic tools for managing resource conservation processes.

The purpose of the study is to determine the composition of the main economic tools for managing resource-saving processes presented in modern Russian economics and found in the practice of individual business entities.

The objectives are as follows: to investigate the theoretical foundations of the development of the main economic instruments for managing resource conservation processes; to determine the main directions of modern macroeconomic policy, implemented state programs of the Russian Federation of an environmental orientation; to propose a general description of economic instruments for managing resource conservation processes.

The methodology is a combination of general scientific research methods – analysis, synthesis of received information, interpretation of data. The study uses data from the statistical observation of current (operational) environmental protection costs in the Russian Federation, posted on the official website of the Federal Statistics Service.

Results. Some recommendations are proposed to expand the possibilities of using economic tools for managing resource conservation processes in the subjects of the Russian Federation.

Conclusions. In modern Russian economics, in general, the composition of economic instruments for managing resource-saving processes has been formed. The main economic tool for managing resource-saving processes on the part of the state is government subsidies to the regions of Russia. Economic entities, primarily corporate businesses, also make a significant contribution to protective and environmental measures.

Keywords: economic instruments; resource conservation; resources; Russian Federation.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kulikov M. V. Issues of Activation of Economic Instruments for Managing Resource-Saving Processes. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 71–82. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-71-82>.

Received 12.02.2024

Accepted 09.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Вопросы и проблемы развития экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения становятся все более актуальными в связи с ежегодным сокращением общемировых запасов природно-сырьевых ресурсов, сверхизбыточным изъятием природных ресурсов в так называемых «сырьевых» экономиках мира при одновременном повышении мирового спроса на ресурсы

(энергию, питьевую воду, лес, углеводороды и пр.) в «производящих» экономиках мира [1]. Сегодня их активно обсуждают на отечественных научных форумах [2]. Ресурсная экономика, изменение климата и рациональное использование природных ресурсов все больше становятся объектом научных исследований [3].

При прогнозируемом к 2030 г. в 9,7 млрд человек росте численности населения Земли экологическая сфера

при сохранении современных моделей производства и потребления промышленно развитых стран будет перегружена далеко за пределы своих возможностей.

В указанных условиях ресурсосбережение в целом, а также развитие инструментов экономического управления процессами ресурсосбережения в частности становятся неотъемлемой частью хозяйственного механизма – как на отраслевом уровне, так и для каждого хозяйствующего субъекта в отдельности [4]. Это и стало целью настоящего исследования. Для ее достижения нами поставлен ряд взаимосвязанных задач, которые состоят в исследовании теоретических основ развития основных экономических инструментов управления процессами ресурсосбережения, включая понятийный и категориальный аппарат, направления современной макроэкономической политики, реализуемых государственных программ Российской Федерации экологической направленности, состояния нормативной правовой базы регулирования отношений в сфере устойчивого развития, статистических данных.

Материалы и методы

Методология исследования включает в себя общенаучные методы исследования, среди которых в первую очередь следует отметить анализ полученной из открытых научных источников первичной информации. В статье невозможно было также обойтись без анализа статистической информации, представленной по исследуемой проблеме на официальном сайте Росстата, а также отдельных зарубежных статистических источников.

Статья носит выраженно экономический характер, в связи с чем в исследовании использованы данные статистического наблюдения текущих (эксплуатационных) затрат на охрану окружающей среды по Российской Федерации, размещенные на официальном сайте Федеральной службы статистики. В статье представлены также статистические данные объемов

добычи сырья в Федеративной Республике Германии. В качестве основного метода исследования логично определен метод экономического анализа при включении анализа статистических данных.

Проведен анализ документов стратегического характера в сфере охраны окружающей среды и природопользования, законодательного регулирования, обусловивший необходимость использования методов правового анализа как основного регулятора государственной политики и политики хозяйствующих субъектов в области ресурсосбережения, что сделало настоящее исследование в определенной части междисциплинарным.

В работе использован также анализ научных подходов, методов и результатов целого ряда российских исследователей по проблемам экономики ресурсосбережения, что позволило развить в настоящей статье научную дискуссию и внести определенный вклад в развитие теории науки.

Результаты и их обсуждение

Следует отметить, что экономическим аспектам ресурсосбережения в российской экономической науке, по нашему мнению, не уделено значительного внимания. Сказанное подтверждают данные Российской государственной библиотеки (РГБ) и Научной электронной библиотеки eLIBRARY.RU, где соответствующие научные работы уровня диссертационных и монографических исследований находятся в открытом доступе [5].

Например, Н. А. Красильникова, А. С. Луковцева исследовали вопросы расходов бюджетов арктических регионов на охрану окружающей среды [6]. Т. Л. Митина разрабатывала экономические механизмы стимулирования рационального природопользования и охраны окружающей среды [7]. Экономическими механизмами стимулирования рационального природопользования и охраны окружающей среды занимались А. Ю. Хазов, Т. П. Жидяева, О. А. Дубровина [8].

Генезису источников финансирования экологических проектов и программ уделяли внимание О. М. Махалина, В. Н. Махалин [9].

Проблема ресурсосберегающего уклада экономики приобрела свою актуальность еще на рубеже XX–XXI веков.

Популярными тогда стали идеи «безотходного производства» [10].

Среди современных ученых, наиболее детально проработавших исследуемую проблему, следует выделить работы по научному осмыслению ресурсосбережения как процесса Э. С. Цховребова (рис. 1).

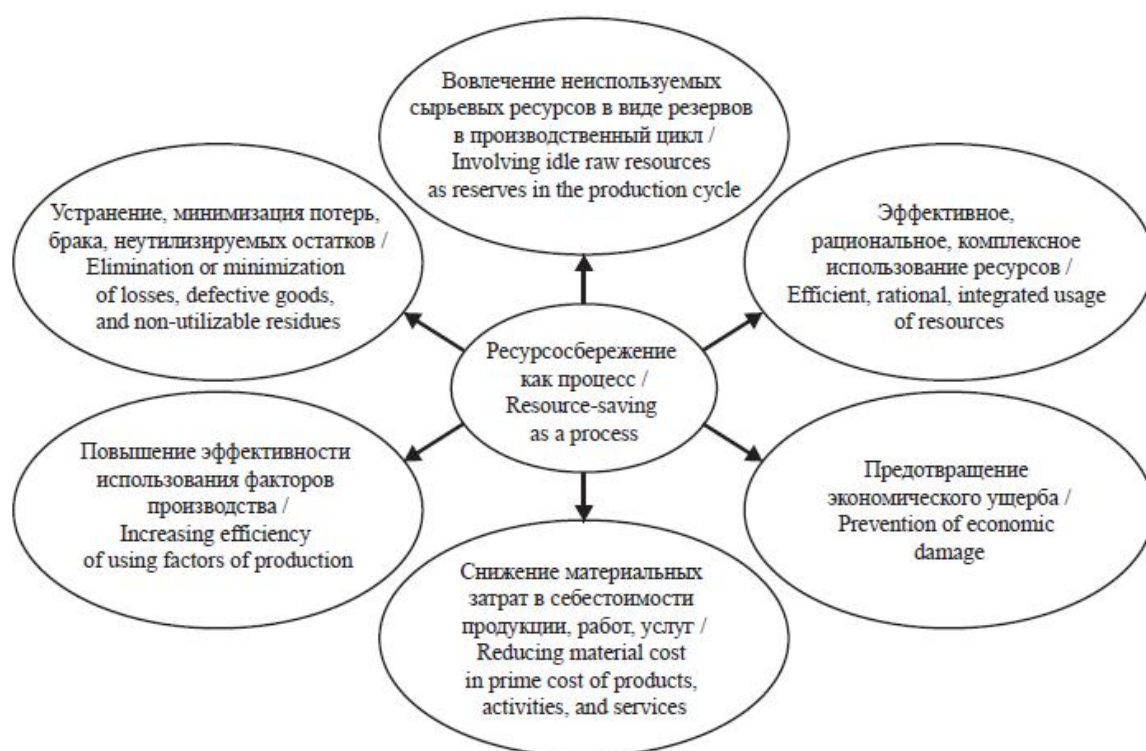


Рис. 1. Ресурсосбережение как процесс [11]

Однако указанные и иные работы носят, как правило, единичный характер.

Так, Э. С. Цховребов выделяют основные структурные компоненты процесса ресурсосбережения применительно к хозяйствующему субъекту, куда, по его мнению, должны входить:

- вовлечение используемых сырьевых ресурсов в виде ресурсов в производственный цикл;
- эффективное, рациональное, комплексное использование ресурсов, предотвращение экономического ущерба;
- снижение материальных затрат в себестоимости продукции, работ, услуг;
- повышение эффективности использования факторов производства;

– устранение, минимизация потерь, брака, не утилизируемых остатков.

Структурирование ресурсосбережения как процесса на составляющие его компоненты, безусловно, важно для экономической эффективности любого предприятия или организации.

Между тем, по нашему мнению, к процессу ресурсосбережения следует применить и несколько иной подход, связанный с принципами экономического районирования страны, учесть деятельность органов государственного и муниципального управления в субъектах Российской Федерации по формированию и реализации соответствующей ресурсосберегающей политике, разработке экологических и природоохранных про-

грамм, уровень региональной активности при подготовке соответствующих заявок на бюджетные субсидии и их использование как важнейшего экономического инструмента управления процессами ресурсосбережения.

Процесс ресурсосбережения важно рассматривать на мезоуровне и на макроэкономическом уровне, так как в нем участвуют и государство, и корпоративные организации, отраслевые лидеры ресурсодобывающего бизнеса [12]. Так, Р. В. Вебер считает необходимым включение экологического фактора в макроэкономическую политику [13]. Е. А. Захарчук, П. С. Трифонова определяют роль государственного управления финансовым обеспечением в сфере природопользования и охраны окружающей среды в качестве стратегического направления развития территорий [14]. Н. Г. Жаворонкова, Ю. Г. Шпаковский также отмечают важную роль и значение показателей экологического развития и безопасности в системе стратегического планирования [15]. В этой связи считаем необходимым в указанную выше структуру процесса ресурсосбережения добавить собственно этап добычи полезных ископаемых, так как и на этом этапе возникает объективная в нем необходимость.

Следует увязать составляющие ресурсосберегающего процесса с основными компонентами статистического наблюдения, куда входят, согласно приказу Федеральной службы статистики № 479 от 30 июня 2022 г., объем и индекс физического объема природоохранных расходов по секторам, видам расходов и направлениям природоохранной деятельности [16].

Следует отметить, что вышеназванные идеи «безотходного производства», «бережливого производства» нашли отражение не только в современном российском природоохранном и экологическом законодательстве, но и в большинстве документов стратегического харак-

тера через необходимость развития экономики замкнутого цикла, а «основными приоритетами и целями государственной политики в сфере охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности является решение социально-экономических задач, обеспечивающих экологически ориентированный рост экономики» [17].

В современной российской экономике сырьевой сектор занимает особое место. По данным Федеральной службы статистики, добыча полезных ископаемых, а также сервисные услуги в сырьевом секторе экономики показывают их постоянный ежегодный рост. Это относится к добыче угля, нефти и газа, свинца, вольфрама, алмазов и пр. В. Н. Краснощеков, Т. Л. Митина отмечают важность этой положительной динамики для развития новых экономических механизмов природопользования [18].

Как отмечают А. Н. Семин, А. П. Третьяков, К. А. Данилова, «среди стран мира по объему добычи (производства) и запасов полезных ископаемых Россия по количеству видов минерально-сырьевых ресурсов является мировым лидером, обладая крупнейшей в мире сырьевой базой. Так, например, из 26 видов важнейших минерально-сырьевых ресурсов Россия по добыче 22 видов полезных ископаемых входит в рейтинг топ-10 крупнейших стран мира, обладает запасами ресурсов по 24 видам» [19]. Эти данные указываются и в ряде других научных публикаций, например П. В. Николаева [4], Н. В. Снегирева [20].

Развитие сырьевого сектора российской экономики продолжает расти значительными темпами. По данным Минприроды России, в 2022 г. было открыто 167 новых месторождений полезных ископаемых, из которых 37 месторождений углеводородов и остальные – твердые полезные ископаемые.

В связи с тем, что такие отрасли промышленности, как угледобывающая,

являются достаточно затратными с точки зрения потребления энергии (до 10%), то вопросы ресурсосбережения становятся более чем актуальными для российской экономики.

Однако следует отметить, что аналогичные проблемы испытывают и ведущие экономики мира [21]. Например, экономика Германии, где важным статистически наблюдаемым экономическим показателем ресурсосбережения является общая производительность сырья. Общая производительность сырья в ФРГ выводится из соотношения двух переменных: числитель формируется из суммы валового внутреннего продукта и денежной стоимости немецкого импорта.

Следует отметить, что Российская Федерация (федеральный бюджет) несет значительные природоохранные расходы по следующим направлениям:

– на охрану атмосферного воздуха и предотвращение изменения климата;

– на сбор и очистку сточных вод;
– на обращение с отходами;
– на защиту и реабилитацию земель, поверхностных и подземных вод;
– на защиту окружающей среды от шумового, вибрационного и других видов физического воздействия;
– на сохранение биоразнообразия и охрану природных территорий;
– на обеспечение радиационной безопасности окружающей среды;
– на научно-исследовательскую деятельность и разработки по снижению негативных антропогенных воздействий на окружающую среду;
– на другие направления деятельности в сфере охраны окружающей среды (табл. 1).

По данным направлениям в российском экономическом поле ведутся статистические наблюдения, в связи с чем в рамках настоящего исследования имеется возможность их проанализировать.

Таблица 1. Текущие (эксплуатационные) затраты на охрану окружающей среды по Российской Федерации в 2012–2022 гг. (в фактически действовавших ценах), млн руб. [22]

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Всего	239170	254377	269838	292074	306534	320947
В том числе:						
– на охрану атмосферного воздуха и предотвращение изменения климата	47062	44800	50920	58250	56851	56906
– на сбор и очистку сточных вод	121332	132818	136468	145147	154313	163261
– на обращение с отходами	45798	50402	55702	60256	63580	70041
– на защиту и реабилитацию земель, поверхностных и подземных вод	13701	15337	15266	16660	19526	15452
– на защиту окружающей среды от шумового, вибрационного и других видов физического воздействия	262	273	308	289	357	289
– на сохранение биоразнообразия и охрану природных территорий	534	314	350	336	396	422
– на обеспечение радиационной безопасности окружающей среды	4795	5342	6088	5459	5843	6328
– на научно-исследовательскую деятельность и разработки по снижению негативных антропогенных воздействий на окружающую среду	460	1022	937	582	647	464
– на другие направления деятельности в сфере охраны окружающей среды	5225	4069	3799	5096	5022	7783

Окончание табл. 1

Показатель	2018	2019	2020	2021	2022
Всего	345464	374411	393691	425021	478914
В том числе					
– на охрану атмосферного воздуха и предотвращение изменения климата	61075	63760	63971	69766	72217
– на сбор и очистку сточных вод	173688	174921	181471	187765	204203
– на обращение с отходами	79885	102396	113524	128918	160287
– на защиту и реабилитацию земель, поверхностных и подземных вод	15347	16348	16354	17545	20706
– на защиту окружающей среды от шумового, вибрационного и других видов физического воздействия	381	354	386	425	455
– на сохранение биоразнообразия и охрану природных территорий	514	639	737	1023	702
– на обеспечение радиационной безопасности окружающей среды	7728	8266	8893	9343	8595
– на научно-исследовательскую деятельность и разработки по снижению негативных антропогенных воздействий на окружающую среду	205	219	263	218	231
– на другие направления деятельности в сфере охраны окружающей среды	6641	7506	8093	10019	11517

Из данных, представленных в таблице 1, следует, что операционные расходы на охрану окружающей среды в России непрерывно увеличивались с 2012 г., когда они оценивались менее чем в 23 млрд российских руб.

К 2022 г. расходы выросли более чем в тринадцать раз, достигнув 479 млрд российских руб. Это составило увеличение почти на 54 млрд российских руб. по сравнению с предыдущим годом. Часть указанных в таблице 1 расходов являются расходами федерального бюджета и осуществляются в виде правительственных субсидий как организациям, так и субъектам Российской Федерации.

По данным информационного агентства РБК, по итогам 2022 г. российский бизнес-сектор потратили на природоохранные мероприятия рекордные 1,1 трлн руб., что превышает показатели 2021 г. более чем на 12%.

Более 300 млрд руб. составили эколого-экономические инвестиции – преимущественно строительство природоохранной инфраструктуры [23]. Среди отраслей экономики наибольшие затраты

по итогам 2022 г. понесли обрабатывающие производства: металлургия (171,7 млрд руб.), химическая промышленность (67,8 млрд руб.), производители кокса и нефтепродуктов (63 млрд руб.) [23].

В современной российской экономической науке выделяется целый ряд инструментов экономического регулирования ресурсосбережения. Их условно можно подразделить на такие категории, как предназначенные для отдельных предприятий (организаций), так и для субъектов Российской Федерации.

Это, прежде всего, как отмечает И. Н. Рыкова, бюджетные субсидии, экологические налоги, сборы экологического характера, платежи и штрафы за сбросы и выбросы загрязняющих веществ, платежи за размещение твердых отходов, экологическое страхование, экологическое инвестирование, налоговые льготы, ускоренная амортизация и др. [24, с. 60–62].

Выводы

Проведенное исследование демонстрирует значительные возможности применения экономических инструмен-

тов управления ресурсосбережением на всех уровнях экономики: микроуровне, мезоуровне и макроуровне.

Анализ статистических данных показывает постоянно растущие операционные затраты на мероприятия эколого-экономического содержания. Затраты для решения вопросов и проблем ресурсосбережения несут как российское бизнес-сообщество, так и российские бюджеты разных уровней, но, прежде всего, федерального уровня. Основным экономическим инструментом ресурсосбережения со стороны государства сегодня, несомненно, выступают правительственные субсидии регионам России.

Между тем, несомненно, что постоянный рост правительственных субсидий противоречит основным законам рыночной экономики, даже если речь идет о вопросах ресурсосбережения как общественно значимых проблемах, которые должны быть под соответствующим надзором и контролем со стороны государства. Хозяйствующие субъекты должны проводить на

своем уровне ответственную политику в сфере охраны природных ресурсов, ресурсосбережения и увязывать ее с политикой в области качества и плановыми документами оперативного и стратегического характера, определяя и выделяя для решения данной задачи, в т. ч. и необходимые финансовые ресурсы.

Таким образом, исходя из вышеизложенного считаем, что наряду с бюджетным субсидированием политика со стороны государства должна быть изменена в сторону использования дополнительных экономических инструментов ресурсосбережения, вполне разработанных в рамках экономического законодательства, и исследованных российскими учеными экологических налогов, сборов экологического характера, платежей и штрафов за сбросы и выбросы загрязняющих веществ, платежей за размещение твердых отходов, экологического страхования, экологического инвестирования, налоговых льгот, ускоренной амортизации и др.

Список литературы

1. Лапшин С. В. Главные проблемы и пути их решения в области экономики природопользования Российской Федерации // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2020. № 3(51). С. 175–181. <https://doi.org/10.26456/2219-1453/2020.3.175>. EDN FELFLB.
2. Ресурсная экономика, изменение климата и рациональное природопользование: материалы XVI Международной научно-практической конференции Российского общества экологической экономики, г. Красноярск, 05–10 июля 2021 года. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2021. 200 с. EDN YSLFXH.
3. Зиганшина Д. Р., Галустян А. Г., Абасова Д. К. Освещение вопросов природопользования и защиты окружающей среды в выступлениях стран ВЕКЦА на общих прениях Генеральной Ассамблеи ООН // Водное хозяйство России: проблемы, технологии, управление. 2021. № 3. С. 86–107. <https://doi.org/10.35567/1999-4508-2021-3-5>. EDN IMJTNW.
4. Николаев П. В. Адаптация модели «зеленой» экономики под условия региона // Финансовая экономика. 2021. № 4. С. 270–272. EDN SYEEEM.
5. Галимзянова Г. С., Глазкова И. Н. Предпосылки перехода к проектному управлению в сфере природопользования и охраны окружающей среды // Булатовские чтения. 2022. Т. 2. С. 248–252. EDN VWTZTI.
6. Красильникова Н. А., Луковцева А. С. Исследование расходов бюджетов арктических регионов на охрану окружающей среды // Глобальные вызовы и национальные экологические интересы: экономические и социальные аспекты: сборник материалов XVII Международной научно-практической конференции Российского общества экологической экономики, Новосибирск, 03–08 июля 2023 года / под редакцией Т. О. Тагаевой, Л. К. Казанцевой. Новосибирск: Институт экономики и организации промышленного производства СО РАН, 2023. С. 157–165. EDN ULMRCL.

7. Митина Т. Л. Экономический механизм современного природопользования // Научные вызовы экономического развития в контексте цифровых трансформаций: сборник научных трудов по результатам Международной научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов и магистрантов, Севастополь, 22–24 декабря 2022 года / отв. редактор Д. В. Нехайчук. Симферополь: Ариал, 2023. С. 57–65. EDN VKYQPR.
8. Хазов А. Ю., Жидяева Т. П., Дубровина О. А. Экономический механизм стимулирования рационального природопользования и охраны окружающей среды // Зеленая экономика: курс на устойчивое развитие в современных условиях: материалы II Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава, молодых ученых, практических работников и студентов, Ростов-на-Дону, 17 марта 2023 года. Ростов н/Д: Индивидуальный предприниматель Беспаятных Сергей Владимирович, 2023. С. 251–255. EDN WKPZAY.
9. Махалина О. М., Махалин В. Н. Генезис источников финансирования экологических проектов и программ // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2022. № 3-2. С. 170–185. <https://doi.org/10.28995/2073-6304-2022-3-170-185>. EDN PQQIAJ.
10. Майкова С. Э. Ресурсосбережение и ресурсоэффективность как императив устойчивого развития национальной экономики // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 3(52). С. 234–238. <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2020.52.343>. EDN QCPWXL.
11. Цховребов Э. С. Ресурсосбережение: основные этапы становления, теории и методы, тенденции и перспективы развития в промышленности и строительной индустрии России // Вестник МГСУ. 2020. Т. 15, № 1. С. 112–158. <https://doi.org/10.22227/1997-0935.2020.1.112-158>. EDN EINSOK.
12. Беленькова М. А., Мекуш Г. Е. Экологическая политика: формирование регуляторной среды как реакции на глобальные экологические вызовы // Фундаментальные и прикладные аспекты устойчивого развития ресурсных регионов: материалы IV (XXI) Всероссийской научной конференции с международным участием, Новокузнецк, 06–09 декабря 2022 года / под общей редакцией О. С. Андреевой. Новокузнецк: Кузбасский гуманитарно-педагогический институт федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кемеровский государственный университет», 2023. С. 16–21. EDN HZAERW.
13. Вебер Р. В. Включение экологического фактора в макроэкономическую политику // Вестник Ессентукского института управления, бизнеса и права. 2022. № 19. С. 105–113. EDN HEQEAT.
14. Захарчук Е. А., Трифонова П. С. Государственное управление финансовым обеспечением в сфере природопользования и охраны окружающей среды как стратегическое направление развития территорий // Вестник евразийской науки. 2023. Т. 15, № 3. С. 1–14. <https://doi.org/10.15862/61ECVN323>. EDN TUFFOY.
15. Жаворонкова Н. Г., Шпаковский Ю. Г. Роль и значение показателей экологического развития и безопасности в системе стратегического планирования // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). 2023. № 3(103). С. 37–47. <https://doi.org/10.17803/2311-5998.2023.103.3.037-047>. EDN FBYTRE.
16. Об утверждении официальной статистической методологии «методические указания по расчету объема и индекса физического объема природоохранных расходов»: приказ Росстата от 30 июня 2022 г. № 479. URL: <https://rulaws.ru/acts/Prikaz-Rosstata-ot-30.06.2022-N-479/> (дата обращения: 11.01.2024).
17. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Охрана окружающей среды»: Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 326: [с изменениями на 25 ноября 2023 г.]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/499091755> (дата обращения: 11.01.2024).
18. Краснощеков В. Н., Митина Т. Л. Теоретические основы формирования и развития экономического механизма природопользования // Экономика и предпринимательство. 2022. № 11(148). С. 530–534. <https://doi.org/10.34925/EIP.2022.148.11.100>. EDN XWUTZL.
19. Семин А. Н., Третьяков А. П., Данилова К. А. О добыче и запасах минеральных ресурсов крупнейших стран мира: рейтинговый анализ // ЭТАП. 2022. № 1. С. 7–27.
20. Снегирева Н. В. Типология регионов с позиции устойчивости финансирования природоохранных мероприятий // Императивы экологической культуры в современном цивилизационном

развитии: материалы Международной конференции, Ставрополь, 12 ноября 2021 года / отв. ред. С. Е. Шиянов, А. П. Федоровский. Ставрополь: Северо-Кавказский социальный институт, 2021. С. 160–166. EDN ZJWBXQ.

21. Понеделко Г. Н. Устойчивое развитие как фактор взаимодействия природы и общества (на примере стран ЕС) // *Общественные науки и современность*. 2021. № 1. С. 85–93. <https://doi.org/10.31857/S086904990013994-5>. EDN SBCFOP.

22. Окружающая среда // Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/11194> (дата обращения: 11.01.2024).

23. Расходы бизнеса на экологию впервые превысили 1 трлн. URL: <https://www.rbc.ru/business/07/08/2023/64cse2bc9a79477caa9a8c5b> (дата обращения: 11.01.2024).

24. Рыкова И. Н., Юрьева А. А. Анализ эффективности государственной поддержки в сфере природопользования и охраны окружающей среды: зарубежный и российский опыт // *Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством)*. Экономические науки. 2020. № 3(55). С. 9. EDN WRWRAM.

References

1. Lapshin S. V. Glavnye problemy i puti ih reshenija v oblasti jekonomiki prirodopol'zovanija Rossijskoj Federacii [The main problems and ways to solve them in the field of environmental economics of the Russian Federation]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Serija: Jekonomika i upravlenie* = *Bulletin of the Tver State University. Series: Economics and Management*, 2020, no. 3(51), pp. 175–181. <https://doi.org/10.26456/2219-1453/2020.3.175>. EDN FELFLB

2. Resursnaja jekonomika, izmenenie klimata i racional'noe prirodopol'zovanie. Materialy XVI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii Rossijskogo obshhestva jekologicheskoi jekonomiki, g. Krasnojarsk, 05–10 ijulja 2021 goda [Resource economy, climate change and environmental management. Proceedings of the XVI International Scientific and Practical Conference of the Russian Society for Environmental Economics, Krasnojarsk, July 05-10, 2021]. Krasnojarsk, Siberian Federal University Publ., 2021. 200 p. EDN YSLFXH

3. Ziganshina D. R., Galustjan A. G., Abasova D. K. Osveshhenie voprosov prirodopol'zovanija i zashhity okruzhajushhej sredy v vystuplenijah stran VEKCA na obshhih preniyah General'noj Assamblei OON [Coverage of environmental management and environmental protection issues in the speeches of the EECCA countries at the general debate of the UN General Assembly]. *Vodnoe hozjajstvo Rossii: problemy, tehnologii, upravlenie* = *Water Management of Russia: Problems, Technologies, Management*, 2021, no. 3, pp. 86–107. <https://doi.org/10.35567/1999-4508-2021-3-5>. EDN IMJTNW

4. Nikolaev P. V. Adaptacija modeli "zelenoi" jekonomiki pod uslovija regiona [Adaptation of the "green" economy model to the conditions of the region]. *Finansovaja jekonomika* = *Financial Economics*, 2021, no. 4, pp. 270–272. EDN SYEEM

5. Galimzjanova G. S., Glazkova I. N. Predposylki perehoda k proektnomu upravleniju v sfere prirodopol'zovanija i ohrany okruzhajushhej sredy [Prerequisites for the transition to project management in the field of nature management and environmental protection]. *Bulatovskie chtenija* = *Bulatov Readings*, 2022, vol. 2, pp. 248–252. EDN VWTZTI

6. Krasil'nikova N. A., Lukovceva A. S. [Research of expenditures of budgets of Arctic regions on environmental protection]. *Global'nye vyzovy i nacional'nye jekologicheskie interesy: jekonomicheskie i social'nye aspekty. Sbornik materialov XVII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii Rossijskogo obshhestva jekologicheskoi jekonomiki, Novosibirsk, 03–08 ijulja 2023 goda* [Global challenges and national environmental interests: economic and social aspects. Collection of materials of the XVII International Scientific and practical Conference of the Russian Society of Ecological Economics, Novosibirsk, July 03-08, 2023]; ed. by T. O. Tagaeva, L. To Kazantseva. Novosibirsk, Institute of Economics and Industrial Production Organization SB RAS Publ., 2023, pp. 157–165. (In Russ.) EDN ULMRCL

7. Mitina T. L. [The economic mechanism of modern environmental management]. *Nauchnye vyzovy jekonomicheskogo razvitija v kontekste cifrovych transformacij. Sbornik nauchnyh trudov po rezul'tatam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii molodyh uchenyh, aspirantov i magistrantov*,

Sevastopol', 22–24 dekabrja 2022 goda [Scientific challenges of economic development in the context of digital transformations: a collection of scientific papers based on the results of the International Scientific and Practical Conference of Young Scientists, graduate students and undergraduates, Sevastopol, December 22–24, 2022]; ed. by D. V. Nehajchuk. Simferopol', Arial Publ., 2023, pp. 57–65. (In Russ.) EDN BKYQPR

8. Hazov A. Ju., Zhidjaeva T. P., Dubrovina O. A. [The economic mechanism for stimulating rational nature management and environmental protection]. *Zelenaja jekonomika: kurs na ustojchivoe razvitie v sovremennyh uslovijah. Materialy II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii professorsko-prepodavatel'skogo sostava, molodyh uchenyh, prakticheskikh rabotnikov i studentov, Rostov-na-Donu, 17 marta 2023 goda* [Green economy: a course for sustainable development in modern conditions. Materials of the II International Scientific and Practical Conference of the teaching staff, young scientists, practitioners and students, Rostov-on-Don, March 17, 2023]. Rostov-na-Donu, Individual'nyj predprinimatel' Bepamjatnov Sergej Vladimirovich Publ., 2023, pp. 251–255. (In Russ.) EDN WKPZAY

9. Mahalina O. M., Mahalin V. N. Genezis istochnikov finansirovanija jekologicheskikh proektov i programm [Genesis of sources of financing of environmental projects and programs]. *Vestnik RGGU. Serija: Jekonomika. Upravlenie. Pravo = Bulletin of the Russian State University. Series: Economics. Management. Right*, 2022, no. 3-2, pp. 170–185. <https://doi.org/10.28995/2073-6304-2022-3-170-185>. EDN PQQIAJ

10. Majkova S. Je. Resursosberezhenie i resursojeffektivnost' kak imperativ ustojchivogo razvitija nacional'noj jekonomiki [Resource conservation and resource efficiency as an imperative of sustainable development of the national economy]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo = Business. Education. Right*, 2020, no. 3(52), pp. 234–238. <https://doi.org/10.25683/VOLBI.2020.52.343>. EDN QCPWXL

11. Chovrebov Je. S. Resursosberezhenie: osnovnye jetapy stanovlenija, teorii i metody, tendencii i perspektivy razvitija v promyshlennosti i stroitel'noj industrii Rossii [Resource conservation: the main stages of formation, theories and methods, trends and prospects of development in industry and the construction industry of Russia]. *Vestnik MGSU = Bulletin of MGSU*, 2020, vol. 15, no. 1, pp. 112–158. <https://doi.org/10.22227/1997-0935.2020.1.112-158>. EDN EINSOK

12. Belen'kova M. A., Mekush G. E. [Environmental policy: formation of the regulatory environment as a response to global environmental challenges]. *Fundamental'nye i prikladnye aspekty ustojchivogo razvitija resursnyh regionov. Materialy IV (XXI) Vserossijskoj nauchnoj konferencii s mezhdunarodnym uchastiem, Novokuzneck, 06–09 dekabrja 2022 goda* [Fundamental and applied aspects of sustainable development of resource regions: materials IV (XXI) All-Russian Scientific Conference with international participation, Novokuznetsk, December 06–09, 2022]; ed. by O. S. Andreeva. Novokuznetsk, Kuzbass Humanitarian Pedagogical Institute of the Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Kemerovo State University" Publ., 2023, pp. 16–21. (In Russ.) EDN HZAERW

13. Veber R. V. Vkljuchenie jekologicheskogo faktora v makroekonomicheskiju politiku [The inclusion of the environmental factor in macroeconomic policy]. *Vestnik Essentukskogo instituta upravlenija, biznesa i prava = Bulletin of the Essentuki Institute of Management, Business and Law*, 2022, no. 19, pp. 105–113. EDN HEQEAT

14. Zaharchuk E. A., Trifonova P. S. Gosudarstvennoe upravlenie finansovym obespecheniem v sfere prirodopol'zovanija i ohrany okruzhajushhej sredy kak strategicheskoe napravlenie razvitija territorij [State financial management in the field of nature management and environmental protection as a strategic direction for the development of territories]. *Vestnik evrazijskoj nauki = Bulletin of Eurasian Science*, 2023, vol. 15, no. 3, pp. 1–14. <https://doi.org/10.15862/61ECVN323>. EDN TUFFOY

15. Zhavoronkova N. G., Shpakovskij Ju. G. Rol' i znachenie pokazatelej jekologicheskogo razvitija i bezopasnosti v sisteme strategicheskogo planirovanija [The role and importance of environmental development and safety indicators in the strategic planning system]. *Vestnik Universiteta imeni O. E. Kutafina (MGJuA) = Bulletin of the O. E. Kutafin University (MGUA)*, 2023, no. 3(103), pp. 37–47. <https://doi.org/10.17803/2311-5998.2023.103.3.037-047>. EDN FBYTRE

16. Ob utverzhdenii ofitsial'noi statisticheskoi metodologii "metodicheskie ukazaniya po raschetu ob"ema i indeksa fizicheskogo ob"ema prirodookhrannykh raskhodov" [On approval of the official statistical methodology "guidelines for calculating the volume and index of the physical volume of environ-

mental expenditures"]. Rosstat Order of June 30, 2022 № 479. Available at: <https://rulaws.ru/acts/Prikaz-Rosstat-ot-30.06.2022-N-479/>. (accessed 11.01.2024)

17. Ob utverzhdenii gosudarstvennoi programmy Rossiiskoi Federatsii "Okhrana okruzhayushchei sredy" [On approval of the State program of the Russian Federation "Environmental Protection"]. Decree of the Government of the Russian Federation of April 15, 2014 № 326 (as amended of November 25, 2023). Available at: <https://docs.cntd.ru/document/499091755>. (accessed 11.01.2024)

18. Krasnoshhekov V. N., Mitina T. L. Teoreticheskie osnovy formirovaniya i razvitiya jekonomicheskogo mehanizma prirodopol'zovanija [Theoretical foundations of formation and development the economic mechanism of environmental management]. *Jekonomika i predprinimatel'stvo = Economics and Entrepreneurship*, 2022, no. 11(148), pp. 530–534. <https://doi.org/10.34925/EIP.2022.148.11.100>. EDN XWUTZL

19. Semin A. N., Tret'jakov A. P., Danilova K. A. O dobyche i zapasah mineral'nyh resursov krupnejshih stran mira: rejtingovyj analiz [On the extraction and reserves of mineral resources of the largest countries of the world: rating analysis]. *JeTAP = STAGE*, 2022, no. 1, pp. 7–27.

20. Snegireva N. V. [Typology of regions from the perspective of sustainability of financing environmental protection measures]. *Imperativy jekologicheskoy kul'tury v sovremennom civilizacionnom razvitii. Materialy Mezhdunarodnoj konferencii, Stavropol', 12 nojabrja 2021 goda* [Imperatives of ecological culture in modern civilizational development. Materials of the International Conference, Stavropol', November 12, 2021]; ed. by S. E. Shiyanov, A. P. Fedorovsky. Stavropol, North Caucasian Social Institute Publ., pp. 160–166. (In Russ.) EDN ZJWBXQ

21. Ponedelko G. N. Ustojchivoe razvitie kak faktor vzaimodejstvija prirody i obshhestva (na primere stran ES) [Sustainable development as a factor of interaction between nature and society (on the example of EU countries)]. *Obshhestvennye nauki i sovremennost' = Social Sciences and Modernity*, 2021, no. 1, pp. 85–93. <https://doi.org/10.31857/S086904990013994-5>. EDN SBCFOP

22. Okruzhayushchaya sreda [The environment]. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki [Federal State Statistics Service]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/11194>. (accessed 11.01.2024)

23. Raskhody biznesa na ekologiyu v pervye prevysili 1 trln [Business expenses on the environment exceeded 1 trillion for the first time]. Available at: <https://www.rbc.ru/business/07/08/2023/64cce2bc9a79477caa9a8c5b>. (accessed 11.01.2024)

24. Rykova I. N., Jur'eva A. A. Analiz jeffektivnosti gosudarstvennoj podderzhki v sfere prirodopol'zovanija i ohrany okruzhajushhej sredy: zarubezhnyj i rossijskij opyt [Analysis of the effectiveness of state support in the field of nature management and environmental protection: foreign and Russian experience]. *Vestnik Instituta družby narodov Kavkaza (Teorija jekonomiki i upravlenija narodnym hozjajstvom). Jekonomicheskie nauki = Bulletin of the Institute of Friendship of the Peoples of the Caucasus (Theory of Economics and Management of the National Economy). Economic Sciences*, 2020, no. 3(55), p. 9. EDN WRWRAM

Информация об авторе / Information about the Author

Куликов Михаил Викторович, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и аудита, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: topgan_07@mail.ru,
ORCID: 0000-0003-2315-6609

Mikhail V. Kulikov, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Economics, Management and Audit, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: topgan_07@mail.ru,
ORCID: 0000-0003-2315-6609

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

ACTUAL PROBLEMS OF REGIONAL SOCIO- ECONOMIC SYSTEMS DEVELOPMENT

Оригинальная статья / Original article

УДК 338.2

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-83-94>



Институциональная среда как инструмент управления развитием региона в условиях цифровизации

Т. А. Якушкина^{1✉}, С. И. Партненко², А. И. Мокрецова³

¹ Брянский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ
ул. Горького, д. 18, г. Брянск 241050, Российская Федерация

² Московский аналитический центр в сфере городского хозяйства
Филипповский пер., д. 13/1, г. Москва 119019, Российская Федерация

³ ООО «Интеллектуальные системы»
Варшавское ш., д. 9/1, г. Москва 117105, Российская Федерация

✉ e-mail: taiaYk@mail.ru

Резюме

Актуальность. В условиях цифровизации и цифровой трансформации институциональная среда может рассматриваться как инструмент управления развитием региона. Данное обстоятельство предопределило выбор темы и доказало ее актуальность.

Цель исследования – изучение институциональной среды как инструмента управления развитием региона в условиях цифровизации.

Задачи: рассматривается управление реализацией государственных программ в условиях цифровой трансформации, соблюдение требований законодательства федерального и регионального уровней, регулирующего проектную деятельность, возможность регулирования механизмов проектного управления региональными программами; рассмотрена роль проектного управления как действенного инструмента реализации национальных проектов в изменяющихся условиях, обеспечивающего достижение национальных целей.

Методология. В процессе выполнения работ были применены аналитические методы исследования механизмов регионального управления, включая цифровые технологии, и их влияние на эффективность управленческих процессов.

Результаты. В результате выполнения работ по настоящему исследованию выявлено, что проектное управление государственными программами сегодня выходит на первый план. Проектное управление имеет принципиальное отличие в части интеграции и синхронизации целевых показателей госпрограмм с учетом требования законодательства федерального и регионального уровней. Выделены более весомые факторы внутренней и внешней среды, влияющие на результат в ходе проектного управления, нормативное регулирование, мониторинг контрольных точек, оценка эффективности использования ресурсного потенциала региона, возможность своевременного внесения корректировок при реализации мероприятий ответственными участниками для достижения результатов, для чего необходимо упростить процедуру корректировок.

© Якушкина Т. А., Партненко С. И., Мокрецова А. И., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 83–94

Выводы. При формировании государственных программ важна оценка влияния процесса организации проектной деятельности в каждом регионе. Оценивается соблюдение требований нормативных правовых актов и иных методологических основ, регламентирующих организацию проектной деятельности, а также эффективность и результативность региональных программ. В этой связи совершенствование законодательства, регулирующего проектную деятельность с целью обеспечения реализации национальных проектов, позволит усилить возможности перехода реального сектора экономики в цифровой формат.

Ключевые слова: механизмы правового регулирования; программное регулирование управления; национальные проекты; национальные цели; паспорт программы; «цифровая экономика».

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Якушкина Т. А., Партненко С. И., Мокрецова А. И. Институциональная среда как инструмент управления развитием региона в условиях цифровизации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 83–94. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-83-94>.

Поступила в редакцию 17.02.2024

Принята к публикации 14.03.2024

Опубликована 27.04.2024

The Institutional Environment as a Tool for Managing the Development of the Region in the Context of Digitalization

Tatyana A. Yakushkina^{1✉}, Svetlana I. Partnenko², Anna I. Mokretsova³

¹ Bryansk Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
18 Gorky Str., Bryansk 241050, Russian Federation

² Moscow Analytical Center in the Field of Urban Economy
13/1 Filippovsky side-street, Moscow 119019, Russian Federation

³ Intelligent Systems LLC
9/1 Varshavskoye highway, Moscow 117105, Russian Federation

✉ e-mail: taiaYk@mail.ru

Abstract

Relevance. In the context of digitalization and digital transformation, the institutional environment can be considered as a tool for managing the development of the region. This circumstance predetermined the choice of topic and proved its relevance.

The purpose of the study is to study the institutional environment as a tool for managing the development of the region in the context of digitalization.

Objectives: the management of the implementation of state programs in the context of digital transformation, compliance with the requirements of federal and regional legislation regulating project activities, the possibility of regulating the mechanisms of project management of regional programs are considered; the role of project management is considered as an effective tool for the implementation of national projects in changing conditions, ensuring the achievement of national goals.

Methodology. In the process of carrying out the work, analytical methods were used to study the mechanisms of regional management, including digital technologies and their impact on the efficiency of management processes.

Results. As a result of the work on this study, it was revealed that project management of government programs today comes to the fore. project management has a fundamental difference in terms of integration and synchronization of target indicators of state programs, taking into account the requirements of legislation at the federal and regional levels. More significant factors of the internal and external environment are identified that influence the result during project management, regulatory regulation, monitoring control points, and assessing the effectiveness of using the resource potential of the region, the ability to make timely adjustments during the implementation of activities by responsible participants to achieve results, for which it is necessary to simplify the adjustment procedure.

Conclusions. *When forming government programs, it is important to assess the impact of the process of organizing project activities in each region. Compliance with the requirements of regulatory legal acts and other methodological frameworks regulating the organization of project activities, as well as the effectiveness and efficiency of regional programs is assessed. In this regard, improving the legislation regulating project activities in order to ensure the implementation of national projects will strengthen the possibilities for the transition of the real sector of the economy to a digital format.*

Keywords: *mechanisms of legal regulation; program management regulation; national projects; national goals; program passport; "digital economy".*

Conflict of interest: *In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.*

For citation: Yakushkina T. A., Partnenko S. I., Mokretsova A. I. The Institutional Environment as a Tool for Managing the Development of the Region in the Context of Digitalization. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2024; 14(2): 83–94. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-83-94>.

Received 17.02.2024

Accepted 14.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Современное развитие управления территорий показывает, что в нынешних условиях назрела необходимость ускорения внедрения цифровой трансформации, искусственного интеллекта в реальный сектор экономики и в ее приоритетных отраслях. Учитывая, что заданный вектор развития в регионах реализуется через государственные программы и региональные проекты, необходимо изучить существующую систему управления реализацией государственных программ в условиях цифровой трансформации, и в первую очередь соблюдение требований законодательства федерального и регионального уровней, регулирующего проектную деятельность, возможность своевременного реагирования на изменения внутренних и внешних факторов, совершенствование механизмов проектного управления. С целью изучения инструментов, влияющих на качество исполнения по достижению национальных целей, заложенных в национальных проектах, в т. ч. роль проектного управления как действенного инструмента в их реализации в постоянно изменяющихся условиях, в статье рассмотрены основные факторы, влияющие на достижение результа-

та и возможность их нормативного регулирования.

Сложившаяся экономическая ситуация, политические изменения, а также переход на цифровой формат во всех сферах экономики диктуют необходимость в разработке необходимой правовой базы. С целью адаптации порядков и правил, предусмотренных в рамках госпрограмм с учетом изменений факторов внутренней и внешней среды, требуется проведение постоянного мониторинга. Анализ управления государственными программами и эффективности использования финансовых ресурсов на их реализацию показал, что внутренняя и внешняя среда тесно взаимосвязаны и оказывают существенное влияние на реализацию мероприятий и общую эффективность государственных программ. Следует выделить ключевые факторы, значительно влияющие на изменение условий, – это управленческая, планово-бюджетная эффективность использования ресурсов. Эти компоненты формируют основу внутренних стратегий управления госпрограмм, направленных на оптимизацию финансовых процессов и повышение общей эффективности и результативности [1, с. 335].

Внешняя среда, в свою очередь, включает экономические факторы, политические решения и социокультурные изменения. Экономическая нестабильность, изменения в политической среде и социокультурные тенденции могут существенно влиять на реализацию государственных программ и достижение национальных целей.

Материалы и методы

В процессе выполнения работ были применены аналитические методы исследования механизмов регионального управления, включая цифровые техноло-

гии и их влияние на эффективность управленческих процессов. Методы анализа и синтеза, индукции и дедукции также были положены в основу проведения исследования.

Результаты и их обсуждение

Понимание этих внешних воздействий становится ключевым для разработки адаптивных стратегий, способных эффективно справляться с вызовами внешней среды. Взаимодействие внутренней и внешней среды обуславливает гармонизацию стратегий проектного управления, что представлено ниже (рис. 1).

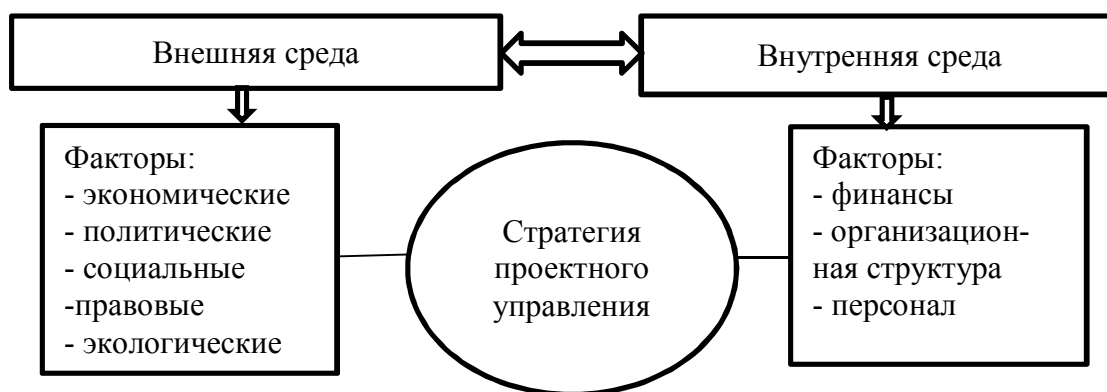


Рис. 1. Влияние факторов внутренней и внешней среды на проектное управление

Экономические изменения могут продиктовать пересмотр бюджетного планирования, политические решения влияют на управленческие стратегии, а социокультурные изменения требуют адаптации подходов к предоставлению государственных услуг [2, с. 92].

Стратегии проектного управления в изменяющихся условиях требуют гибкости и адаптивности к применению нормативно-правовой базы. Стратегия управления развитием ресурсами региона прежде всего базируется на институциональной основе, формировании стратегических целей и перечня задач, что позволяет повысить эффективность работы органов государственной власти, которые являются проводниками государственной политики.

Внутренние процессы, такие как проектное управление госпрограммами,

эффективность использования ресурсов и общая управленческая эффективность, играют ключевую роль в формировании устойчивости экономики региона. При этом важно учитывать воздействие внешних факторов, таких как макроэкономическая конъюнктура, политические решения и социокультурные тенденции. Их влияние может быть существенным; формируя новые вызовы, необходимо обеспечить развитие новых перспектив для инновационной и институциональной среды по развитию цифровой трансформации [3, с. 14].

Управление внутренней средой для региона имеет решающее значение для обеспечения стабильности и успешного функционирования экономики в целом. Одним из важных аспектов в управлении госсектором является уровень развития

правовых механизмов, уровень заинтересованности управленческой команды [4, с. 72; 19, с. 46]. Качественные стратегии управления, ясное распределение обязанностей, адекватные системы мотивации сотрудников – все эти элементы влияют на общий успех.

При реализации государственные региональные программы подвержены также воздействию разнообразных факторов внешней среды, которые оказывают существенное влияние на результативность. Анализ внешней среды позволяет своевременно адаптировать государственные региональные программы к изменяющимся условиям. Макроэкономическая ситуация, уровень инфляции, курс валюты – все эти элементы оказывают воздействие на реализацию мероприятий государственных региональных программ. Решения, принимаемые на политическом уровне, могут иметь существенное воздействие на процесс реализации программ. Изменения в законодательстве как федерального, так и регионального уровня, бюджетные решения и правовое регулирование развития реального сектора – все это формирует контекст, в котором реализуются государственные региональные программы. Понимание политических тенденций необходимо для разработки адаптивных стратегий управления. Общественные предпочтения, ценности и тенденции также оказывают влияние на принимаемые решения в ходе исполнения программ. Например, изменения в потребительском поведении или ожидания общества от государственных услуг могут потребовать пересмотра бюджетных приоритетов и стратегий. Взаимодействие между внутренней и внешней средой играет ключевую роль в формировании стратегий управления. Экономические изменения могут потребовать пересмотра бюджетного планирования, политические решения могут влиять на управленческие стратегии, а социокультурные изменения могут требовать пересмотра целевых направлений, и все эти

изменения непосредственно в первую очередь должны лежать в основе нормотворческой деятельности. Анализ внешней среды государственных региональных программ не только необходим для успешной адаптации к изменяющимся условиям, но и предоставляет возможность выявить потенциальные риски и возможности для оптимизации финансирования программных мероприятий [5; 18; 20].

Использование современных методов регионального управления, включая цифровые технологии и аналитику проектной части расходов, может повысить эффективность управленческих процессов. Установление партнерских отношений с частным сектором или другими регионами может создать возможности для обмена ресурсами и оптимизации расходов. Анализ и оптимизация использования ресурсов, включая пересмотр бюджетных приоритетов, может создать дополнительные финансовые возможности. Инвестирование в профессиональное развитие сотрудников региона может повысить уровень компетенций и способствовать повышению эффективности экономики. Вовлечение общественности в процессы принятия решений и учет их обратной связи может способствовать улучшению качества предоставляемых услуг.

В настоящее время управление государственными программами осуществляется через региональные проектные офисы, что в свою очередь требует системного подхода в нормативно-правовом регулировании решения вызовов и использования возможностей, основанного на гибкости, инновациях и стратегическом мышлении. Через региональные проектные офисы внедряется единый методический подход, что позволяет обеспечить контроль за реализацией целевых показателей государственных программ, региональных программ, систематизировать их отчетные данные [2, с. 93]. Постоянный мониторинг и контроль за соблюдением

требований, установленных указами Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и № 474 от 21.07.2020 г. «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», законодательством федерального и регионального уровней, позволяют обеспечить достижение поставленных целей национальных проектов. Для осуществления контроля по достижению основных целей, установленных национальными проектами по развитию регионов, проводится интегральная оценка, которая позволяет выявить риски и воздействовать на процесс стимулирования работы регионов и их проектных офисов [6, с. 85].

Предметом интегральной оценки является влияние на реализацию мероприятий ответственных участников и их роль в достижении результатов, которая проводится по каждому региональному проектному офису. Таким образом, оценивается процесс организации проектной деятельности в каждом регионе. При этом оценивается соблюдение требований нормативных правовых актов и иных методологических основ, регламентирующих организацию проектной деятельности, а также эффективность и результативность региональных программ [7, с. 35].

С 2024 г. предусмотрен переход на проектную систему управления госпрограммами, согласно Плану по переводу региональных госпрограмм в новый проектный формат в соответствии с поручением Председателя Правительства Российской Федерации М. В. Мишустина от 30.08.2022 г. № ММ-П6 – 14588, а также с учетом положения о системе управления государственными программами Российской Федерации, действующего на основании Постановления Правительства Российской Федерации от 26.05.2021 г. № 786.

Новацией проектной системы управления является процессное воздействие на мероприятия для достижения конечного результата. Таким образом, результативность государственных программ достигается путем применения контрольных индикаторов в разрезе мероприятий [8, с. 79].

Проектная система управления предусматривает новый подход к формированию и структурированию мероприятий государственных программ, которые состоят из 2 частей: 1. Проектная часть. 2. Процессная часть. В проектной части в зависимости от направлений могут предусматриваться подпрограммы, при этом их реализация должна обеспечивать достижение целей национального проекта. Процессная часть состоит из мероприятий и может иметь комплекс процессных мероприятий. При этом разрабатывается рабочий план с указанием типа результатов, по которым разработка рабочего плана является обязательной, таких как строительство объектов, формирование институциональной среды, разработка IT-систем.

На рисунке 2 указаны основные национальные цели, поставленные на ближайшую перспективу развития до 2030 г.

В зависимости от типа мероприятия (результата) и от условий организации работ в план мероприятий по каждому мероприятию (результату) включаются контрольные точки. Для формирования проектов в интегрированной системе «Электронный бюджет» необходимо сформировать единый перечень мероприятий, что позволит обеспечить качественную комплексную оценку показателей результативности регпроектов в каждом регионе. Формирование перечня мероприятий (результатов) предусматривает ряд процедур по выявлению характерных признаков, в этой связи необходимо провести исследование по каждому мероприятию [10, с. 30]. Типы мероприятий (результатов) отражены ниже (табл. 1).



Рис. 2. Национальные цели развития России до 2030 года

Таблица 1. Типы мероприятий (результатов)

Рабочий плана является обязательной составляющей	Рабочий плана не является обязательной составляющей (по решению руководителя проекта)
1. Строительство (реконструкция, техническое перевооружение, приобретение) объекта недвижимого имущества. 2. Принятие нормативного правового (правового) акта. 3. Создание (развитие) информационно-телекоммуникационного сервиса (информационной системы)	1. Создание (реорганизация) организации (структурного подразделения). 2. Проведение образовательных мероприятий. 3. Утверждение документа. Проведение массовых мероприятий. 4. Текущие работу по благоустройству, ремонту государственной или муниципальной собственности. 5. Проведение информационно-коммуникационной кампании. 6. Обеспечение реализации федерального, ведомственного проекта (мероприятия (результата) федерального, ведомственного проекта). 7. Проведение научно-исследовательских (опытно-конструкторских) работ и реализация проекта внедрения новаций. Развитие информационной сети. 8. Организация международного сотрудничества. 9. Обеспечение привлечения квалифицированных кадров. 10. Производство (реализация) продукции – приобретение товаров, работ, услуг. 11. Оказание услуг (выполнение работ). 12. Социальное обеспечение населения

При этом план мероприятий проекта должен содержать контрольные точки (равномерно распределенные в течение года) по мероприятиям (результатам):

- декомпозированных регионом структурных элементов в паспорта госпрограмм не менее 6 точек;
- иным мероприятиям – 4 – 6 точек [11, с. 139].

В зависимости от типа мероприятия (результата) и от условий организации работ в План мероприятий по каждому мероприятию (результату) включаются контрольные точки. Для формирования проектов в интегрированной системе «Электронный бюджет» необходимо сформировать единый перечень мероприятий, что позволит обеспечить синхронизацию показателей и результатов, а также проводить комплексную оценку реализации проектов в каждом регионе [8]. Под контрольной точкой принято понимать документально подтвержденное событие по завершению или исполнению мероприятия (структурного элемента) государственной программы [12, с. 265].

Можно выделить следующие контрольные точки:

- обязательные – определены в установленном порядке (Единые методические рекомендации) для мероприятий реализации проектов всех уровней федерального, регионального уровня;
- дополнительные – к действующим в общеустановленном порядке, по решению ответственного руководителя проекта устанавливаются дополнительные;
- специальные – позволяющие характеризовать общий жизненный цикл по достижению мероприятий (результатов);
- обеспечивающие – характеризуют потребность обеспечения условий работы (указывают вид расхода) [13, с. 115].

Сроки по достижению контрольных точек устанавливают с учетом специфики мероприятий:

- распределение равномерное в течение календарного года;

– синхронно со сроками выполнения мероприятия;

- по плановому сроку исполнения мероприятия и с учетом контрольных точек [14, с. 46].

В системе в ГИИС «Электронный бюджет» формирование паспортов проектов по региональным проектам, отвечающим за достижение национального проекта, завершается утверждением паспорта проекта и закреплением ответственного руководителя проекта за достижение результатов проекта. Также в данной системе по региональным и ведомственным проектам формируется отчетность, которая утверждается руководителем проекта по результатам, показателям, рискам [15, с. 169; 16, с. 55]. Переход государственных программ на новую проектную систему управления путем структурирования государственных программ в проекты позволит обеспечить достижение целей, прозрачность деятельности, а также своевременно устранить риски.

Совершенствование механизмов правового регулирования при реализации региональных проектов заключается в том, что своевременное обеспечение внесения изменений в соглашения, в действующие порядки предоставления субсидий и иных бюджетных средств на реализацию проектов тем самым достигается прозрачностью и структурированностью расходов на всех уровнях бюджета, повышением ответственности за достижение результатов, расширением возможностей для проведения аналитических процедур, выявлением рисков, тесной увязкой нормативно-правовой базы с проводимыми мероприятиями на всех уровнях государственного управления как федерального, так и регионального [17, с. 43].

Выводы

Показатели стратегии развития региона обеспечиваются не только путем реализации проектного управления, но и за счет нормативно-правового регулирова-

ния, своевременного формирования, внедрения передовых технологий и использования качественных информационных ресурсов. Формирование единого информационного ресурса региона способствует внедрению цифровой информации и трансформации во всех отраслях экономики. При этом следует учесть, что важную роль в реализации государственной поли-

тики цифровизации играет обеспечение защиты информационного ресурса.

Таким образом, развитие институциональной среды регионального управления проектной деятельности способствует успешному управлению и эффективности цифровизации внутренних процессов, готовности к изменениям внешней среды.

Список литературы

1. Гапонко А. Л., Савельева М. В. Теория управления. 2-е изд., пер. и доп. М.: Высшее образование, 2023. С. 336.
2. Гаджиева Х. В., Омарова З. Н. Вопросы правового регулирования цифровой трансформации финансовой системы // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2021. № 1. С. 91–93.
3. Вертакова Ю. В. Цифровая трансформация экономической деятельности в условиях инновационного развития // Инновационное развитие общества, экономики, бизнеса в современных условиях: сборник материалов в XXII Международной научно-практической конференции. Курск: Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса, 2023. С. 12–14.
4. Вертакова Ю. В., Бабич Т. Н., Положенцева Ю. С. Новая парадигма экономического развития в эпоху трансформаций: монография. Курск: Университетская книга, 2022. 140 с.
5. Григорьев А. А., Колесникова Е. В. Эффективное использование ресурсов государственных организаций: проблемы и перспективы // Вестник Московского университета имени С. Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. 2020. № 4 (28). С. 25–31.
6. Дрогобыцкий И. Н. К вопросу управления цифровизацией национальной экономики // Управленческие науки в современном мире: сборник докладов научно-практической конференции. СПб.: Реальная экономика, 2019. С. 83–87.
7. Колотовкин А. А., Ковалевский В. В. Механизм активизации инновационного потенциала интеллектуальной собственности в регионе // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2022. № 1. С. 33–38.
8. Котова В. А., Дворецкая Ю. А. Современное состояние рынка цифровых финансовых технологий в России // Тенденции и перспективы развития банковской системы в современных экономических условиях: материалы IV Международной научно-практической конференции. Брянск: Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского, 2023. С. 77–79.
9. Логвинова И. О., Положенцева Ю. С. Анализ цифровизации региональных социально-экономических систем: Индикативная оценка // Актуальные вопросы таможенного дела и внешнеэкономической деятельности: проблемы и направления развития: сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. Курск: Курская академия государственной и муниципальной службы, 2023. С. 258–261.
10. Мигунов И. Н., Кириченко И. А. Оценка качества планирования результатов национальных проектов // Экономическая политика России и цели устойчивого развития: сборник научных докладов по материалам Международной научной конференции. М.: Всероссийская академия внешней торговли Министерства экономического развития Российской Федерации, 2022. С. 13–31.
11. Мирошниченко М. А., Бондаренко А. А., Пиналова Е. В. Актуальные проблемы обеспечения информационной безопасности систем электронного документооборота в рамках цифровой трансформации // Вестник Академии знаний. 2020. № 36 (1). С. 137–142.
12. Михайкина Л. А. Система показателей методики оценки цифрового потенциала субъектов Российской Федерации: анализ, подходы, возможности // Актуальные вопросы современной экономики. 2022. № 12. С. 562–569.

13. Михеева Т. Н. К вопросу о правовых основах цифровизации в Российской Федерации // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина. 2019. № 9. С. 114–122.
14. Николаев В. А., Селезнёв В. М. Электронное и цифровое правительство, проблемы определения и недостатки моделей развития рейтинговых систем // Аудит. 2019. № 9. С. 43–47.
15. Норт Д. Понимание процесса экономических изменений: Экономическая теория. М.: Издательский дом государственного университета Высшей школы экономики, 2010. 256 с.
16. Попов И. В., Киселева М. М., Толчко И. А. Влияние цифровых технологий на бизнес-процессы предприятия // УЭПС: Управление, экономика, политика, социология. 2019. № 8. С. 52–64.
17. Складар М. А., Кудрявцева К. В. Роль технологий и стратегий в цифровой трансформации // Управление бизнесом в цифровой экономике: сборник тезисов выступлений III Международной конференции. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2020. С. 37–43.
18. Региональная экономика и развитие территорий: сборник научных статей / под ред. Л. П. Совершаевой. СПб.: ГУАП, 2021. Т. 1 (15). 328 с.
19. Семенова Е. А., Лебедева О. Н. Оптимизация использования ресурсов государственных организаций: проблемы и пути их решения // Экономический анализ: теория и практика. 2019. № 10 (467). С. 44–51.
20. Харитонов И. В., Козлова О. А. Эффективность деятельности государственных организаций: факторы и методы оценки // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. 2021. № 1 (91). С. 55–62.

References

1. Gaponeko A. L., Savelyeva M. V. *Teoriya upravleniya* [Theory of management]. 2nd ed. Moscow, Vysshee obrazovanie Publ., 2023. P. 336.
2. Gadzhieva H. V., Omarova Z. N. *Voprosy pravovogo regulirovaniya tsifrovoy transformatsii finansovoi sistemy* [Issues of legal regulation of digital transformation of the financial system]. *Nauka i obrazovanie: khozyaistvo i ekonomika; predprinimatel'stvo; pravo i upravlenie = Science and Education: Economy and Economics; Entrepreneurship; Law and Management*, 2021, no. 1, pp. 91–93.
3. Vertakova Yu. V. [Digital transformation of economic activity in the context of innovative development]. *Innovatsionnoe razvitie obshchestva, ekonomiki, biznesa v sovremennykh usloviyakh. Sbornik materialov v KhKhII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Innovative development of society, economy, and business in modern conditions: collection of materials in the XXII International Scientific and Practical Conference]. Kursk, Kursk Institute of Management, Economics and Business Publ., 2023, pp. 12–14. (In Russ.)
4. Vertakova Yu. V., Babich T. N., Polozhentseva Yu. S. *Novaya paradigma ekonomicheskogo razvitiya v epokhu transformatsii* [A new paradigm of economic development in the era of transformations]. Kursk, Universitetskaya kniga Publ., 2022. 140 p.
5. Grigoriev A. A., Kolesnikova E. V. *Effektivnoe ispol'zovanie resursov gosudarstvennykh organizatsii: problemy i perspektivy* [Effective use of resources of state organizations: problems and prospects]. *Vestnik Moskovskogo universiteta imeni S. Yu. Vitte. Seriya 1: Ekonomika i upravlenie = Bulletin of the S. Y. Witte Moscow University. Series 1: Economics and Management*, 2020, no. 4 (28), pp. 25–31.
6. Drohobytsky I. N. [On the issue of managing the digitalization of the national economy]. *Upravlencheskie nauki v sovremennoy mire. Sbornik dokladov nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Managerial sciences in the modern world. Collection of reports of the scientific and practical conference]. St. Petersburg, Real Economy Publ., 2019, pp. 83–87. (In Russ.)
7. Kolotovkin A. A., Kovalevsky V. V. *Mekhanizm aktivizatsii innovatsionnogo potentsiala intellektual'noi sobstvennosti v regione* [Mechanism for activating the innovative potential of intellectual

property in the region]. *RISK: Resursy, informatsiya, snabzhenie, konkurentsia* = *RISK: Resources, Information, Supply, Competition*, 2022, no. 1, pp. 33–38.

8. Kotova V. A., Dvoretzskaya Yu. A. [The current state of the digital financial technology market in Russia]. *Tendentsii i perspektiv razvitiya Bankovskoi sistemy v sovremennykh ekonomicheskikh usloviyakh. Materialy IV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Trends and prospects for the development of the banking system in modern economic conditions. Materials of the IV International Scientific and Practical Conference]. Bryansk, Bryansk State University named after Academician I. G. Petrovsky Publ., 2023, pp. 77–79. (In Russ.)

9. Logvinova I. O., Polozhentseva Y. S. [Analysis of digitalization of regional socio-economic systems: Indicative assessment]. *Aktual'nye voprosy tamozhennogo dela i vneshneekonomicheskoi deyatel'nosti: problemy i napravleniya razvitiya. Sbornik nauchnykh statei Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Topical issues of customs and foreign economic activity: problems and directions of development. Collection of scientific articles of the All-Russian Scientific and Practical Conference]. Kursk, Kursk Academy of State and Municipal Service Publ., 2023, pp. 258–261. (In Russ.)

10. Migunov I. N., Kirichenko I. A. [Assessment of the quality of planning the results of national projects]. *Ekonomicheskaya politika Rossii i tseli ustoichivogo razvitiya. Sbornik nauchnykh dokladov po materialam Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii* [The economic policy of Russia and the goals of sustainable development. A collection of scientific reports based on the materials of the International Scientific Conference]. Moscow, All-Russian Academy of Foreign Trade of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation Publ., 2022, pp. 13–31. (In Russ.)

11. Miroshnichenko M. A., Bondarenko A. A., Pinalova E. V. Aktual'nye problemy obespecheniya informatsionnoi bezopasnosti sistem elektronnoho dokumentooborota v ramkakh tsifrovoy transformatsii [Actual problems of ensuring information security of electronic document management systems within the framework of digital transformation]. *Vestnik Akademii znanii* = *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2020, no. 36 (1), pp. 137–142.

12. Mikheikina L. A. Sistema pokazatelei metodiki otsenki tsifrovogo potentsiala sub"ektov Rossiiskoi Federatsii: analiz, podkhody, vozmozhnosti [The system of indicators of the methodology for assessing the digital potential of the subjects of the Russian Federation: analysis, approaches, opportunities]. *Aktual'nye voprosy sovremennoi ekonomiki* = *Topical Issues of Modern Economics*, 2022, no. 12, pp. 562–569.

13. Mikheeva T. N. K voprosu o pravovykh osnovakh tsifrovizatsii v Rossiiskoi Federatsii [On the issue of the legal foundations of digitalization in the Russian Federation]. *Vestnik Universiteta imeni O. E. Kutafina* = *Bulletin of the O. E. Kutafin University*, 2019, no. 9, pp. 114–122.

14. Nikolaev V. A., Seleznev V. M. Elektronnoe i tsifrovoe pravitel'stvo, problemy opredeleniya i nedostatki modelei razvitiya reitingovykh sistem [Electronic and digital government, problems of definition and disadvantages of models of development of rating systems]. *Audit* = *Audit*, 2019, no. 9, pp. 43–47.

15. North D. Ponimanie protsessa ekonomicheskikh izmenenii: Ekonomicheskaya teoriya [Understanding the process of economic change: Economic theory]. Moscow, State University of the Higher School of Economics Publ., 2010. 256 p.

16. Popov I. V., Kiseleva M. M., Tolchko I. A. Vliyanie tsifrovyykh tekhnologii na biznes- protsessy predpriyatiya [The influence of digital technologies on enterprise business processes]. *UEPS: Upravlenie, ekonomika, politika sotsiologiya* = *UEPS: Management, Economics, Politics, Sociology*, 2019, no. 8, pp. 52–64.

17. Sklyar M. A., Kudryavtseva K. V. [The role of technologies and strategies in digital transformation]. *Upravlenie biznesom v tsifrovoi ekonomike. Sbornik tezisov vystuplenii III Mezhdunarodnoi konferentsii* [Business management in the digital economy. A collection of abstracts of the III International Conference]. St. Petersburg, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design Publ., 2020, pp. 37–43. (In Russ.)

18. Regional'naya ekonomika i razvitie territorii. Sbornik nauchnykh statei [Regional economics and territorial development: a collection of scientific articles]; ed. by L. P. Sovershaeva. St. Petersburg, GUAP Publ., 2021, vol. 1 (15). 328 p.
19. Semenova E. A., Lebedeva O. N. Optimizatsiya ispol'zovaniya resursov gosudarstvennykh organizatsii: problemy i puti ikh resheniya [Optimization of the use of resources of state organizations: problems and ways to solve them]. *Ekonomicheskii analiz: teoriya i praktika = Economic Analysis: Theory and Practice*, 2019, no. 10 (467), pp. 44–51.
20. Kharitonova I. V., Kozlova O. A. Effektivnost' deyatelnosti gosudarstvennykh organizatsii: faktory i metody otsenki [Efficiency of state organizations: factors and methods of assessment]. *Vestnik Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova = Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics*, 2021, no. 1 (91), pp. 55–62.

Информация об авторах / Information about the Authors

Якушкина Татьяна Алексеевна, доктор экономических наук, профессор кафедры экономики и экономической безопасности, Брянский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Брянск, Российская Федерация,
e-mail: taiaYk@mail.ru

Tatyana A. Yakushkina, Doctor of Sciences (Economics), Professor of the Department of Economics and Economic Security, Bryansk Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Bryansk, Russian Federation,
e-mail: taiaYk@mail.ru

Партненко Светлана Ивановна, главный специалист отдела мониторинга, Московский аналитический центр в сфере городского хозяйства, г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: cryzy_girl@mail.ru

Svetlana I. Partnenko, Chief Specialist of the Monitoring Department, Moscow Analytical Center in the Field of Urban Economy, Moscow, Russian Federation,
e-mail: cryzy_girl@mail.ru >

Мокрецова Анна Ивановна, кандидат экономических наук, руководитель программ и проектов департамента по специальным проектам, ООО «Интеллектуальные системы», г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: hjq@mail.ru

Anna I. Mokretsova, Candidate of Sciences (Economics), Head of Programs and Projects of the Department for Special Projects, Intelligent Systems LLC, Moscow, Russian Federation,
e-mail: hjq@mail.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 336.6

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-95-106>



Механизм оценки финансовой устойчивости с целью определения рисков работы с контрагентами

И. П. Богомолова¹, Л. Т. Тринеева², М. В. Филатова¹, К. А. Цуканова¹,
Н. В. Жахов^{3✉}

¹ Воронежский государственный университет инженерных технологий
пр-т Революции, д. 19, г. Воронеж 394036, Российская Федерация

² Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I
ул. Мичурина, д. 1, г. Воронеж 394087, Российская Федерация

³ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: zhakhov@mail.ru

Резюме

Актуальность. В статье рассмотрены существующие методы оценки финансовой устойчивости коммерческих организаций и определены различия в подходах при оценке финансовой устойчивости производственных и торговых организаций, в том числе работающих по договору комиссии и / или агентскому договору. Предложен механизм проведения оценки финансовой устойчивости контрагента, позволяющий поэтапно: оценить ликвидность баланса и рассчитать платежный излишек / недостаток; определить тип финансовой устойчивости, используя различные методики оценки; провести анализ показателей финансовой устойчивости в динамике по средствам расчета и сравнения соответствующих значений коэффициентов. Уточнена существующая методика расчета агрегированных показателей для определения типа финансовой устойчивости контрагентов, являющихся комиссионерами и/или агентами.

Цель – разработка механизма оценки финансовой устойчивости, применимого для определения риска невыполнения обязательств контрагентами.

Задачи: осуществить анализ подходов к определению «финансовая устойчивость»; выделить виды рисков при работе с контрагентами; осуществить классификацию контрагентов по степени риска невыполнения обязательств; предложить методику расчета агрегированных показателей ликвидности баланса для торговых посредников, а также методику расчета агрегированных показателей при анализе финансовой устойчивости торговых посредников.

Методология. Использован широкий спектр методов исследования, теоретических концепций в оценке финансовой устойчивости. Основными стали методы анализа и синтеза, дидактика, коэффициентный анализ, финансовый анализ, способствующие детальному рассмотрению проблему исследования.

Результаты. Предложен механизм проведения оценки финансовой устойчивости контрагента, на основании которого определены виды рисков при работе с контрагентами; уточнена существующая методика расчета агрегированных показателей для определения типа финансовой устойчивости контрагентов, являющихся комиссионерами и/или агентами.

Вывод. Результатом исследования стал разработанный механизм проведения оценки финансовой устойчивости контрагента, выполняемый поэтапно.

Ключевые слова: финансовая устойчивость; механизм проведения оценки финансовой устойчивости; виды рисков при работе с контрагентами; минимизация рисков.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Механизм оценки финансовой устойчивости с целью определения рисков работы с контрагентами / И. П. Богомолова, Л. Т. Тринева, М. В. Филатова, К. А. Цуканова, Н. В. Жахов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 95–106. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-95-106>.

Поступила в редакцию 16.02.2024

Принята к публикации 11.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Mechanism for Assessing Financial Stability to Identify the Risks of Working with Contractors

Irina P. Bogomolova¹, Lyudmila T. Trineeva², Marina V. Filatova¹,
Kristina A. Tsukanova¹, Nikolai V. Zhakhov^{3✉}

¹ Voronezh State University of Engineering Technologies
19 Revolution Ave., Voronezh 394036, Russian Federation

² Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter I
1 Michurina Str., Voronezh 364087, Russian Federation

³ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: zhakhov@mail.ru

Abstract

Relevance. The article examines the existing methods of assessing the financial stability of commercial organizations and identifies differences in approaches to assessing the financial stability of production and trade organizations, including those working under a commission agreement and/or agency agreement. A mechanism for assessing the financial stability of a counterparty is proposed, which allows step-by-step: to assess the liquidity of the balance sheet and calculate the payment surplus/shortage; to determine the type of financial stability using various assessment methods; to analyze the indicators of financial stability in dynamics by means of calculating and comparing the corresponding values of the coefficients. The existing methodology for calculating aggregated indicators to determine the type of financial stability of counterparties who are commission agents and/or agents has been clarified.

The purpose is develop a financial stability assessment mechanism applicable to determine the risk of non-fulfillment of obligations by counterparties.

Objectives: to analyze approaches to the definition of "financial stability"; to identify types of risks when working with counterparties; to classify counterparties according to the degree of risk of default; to propose a methodology for calculating aggregated balance sheet liquidity indicators for resellers, as well as a methodology for calculating aggregated indicators when analyzing the financial stability of resellers.

Methodology. A wide range of research methods and theoretical concepts have been used to assess financial stability. The main methods of analysis and synthesis, didactics, coefficient analysis, financial analysis, contributing to a detailed consideration of the research problem.

Results. A mechanism for assessing the financial stability of a counterparty is proposed, on the basis of which the types of risks when working with counterparties are determined; the existing methodology for calculating aggregated indicators to determine the type of financial stability of counterparties who are commission agents and/or agents is clarified.

Conclusion. The result of the study was the developed mechanism for assessing the financial stability of the counterparty, which is carried out in stages.

Keywords: financial stability; mechanism for assessing financial stability; types of risks when working with counterparties; minimizing risks.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Bogomolova I. P., Trineeva L. T., Filatova M. V., Tsukanova K. A., Zhakhov N. V. Mechanism for Assessing Financial Stability to Identify the Risks of Working with Contractors. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 95–106. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-95-106>.

Received 16.02.2024

Accepted 11.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

В практике хозяйственных отношений для минимизации коммерческих рисков в настоящее время используются инструменты анализа финансового состояния контрагентов. При этом на первое место выходит оценка финансовой устойчивости контрагента, поскольку она наиболее достаточно полно характеризует возможность организации своевремен-

но и в полном объеме выполнять обязательства, при сохранении определенного уровня финансовой независимости и платежеспособности.

Вопросы финансовой устойчивости рассматривались в отечественной и зарубежной литературе в работах К. Хеддервик, К. Друри, В. В. Ковалева, В. Г. Савицкой, А. Д. Шеремета, В. Р. Бланка и др. (табл. 1).

Таблица 1. Подходы к определению «финансовая устойчивость»

Авторы	Определения
К. Друри, К. Хеддервик	Финансовая устойчивость характеризуется как соотношение собственных и заемных средств предприятия [1]
В. В. Ковалев	Финансовая устойчивость – это «способность предприятия в долгосрочном плане поддерживать фактическую или целевую финансовую структуру» [2]
В. Г. Савицкая	Финансовая устойчивость предприятия – это способность субъекта хозяйствования функционировать и развиваться, сохранять равновесие своих активов и пассивов в изменяющейся внутренней и внешней среде, гарантирующее его платежеспособность и инвестиционную привлекательность в долгосрочной перспективе в границах допустимого уровня риска [3]
А. Д. Шеремет, Е. В. Негашев	Финансовая устойчивость наряду с ликвидностью баланса и платежеспособностью предприятия определяется как соотношение оборотных активов и источников их формирования. Соотношение собственных и заемных капиталов характеризует финансовую устойчивость [4]
В. Р. Бланк, С. В. Бланк, Л. В. Тараскина	Финансовая устойчивость есть «результат наличия определенного запаса прочности, защищающего предприятие от случайностей и резких изменений внешних факторов» [5]

Многие экономисты, в т. ч. Е. И. Воробьева, Ю. Н. Воробьев, Н. А. Петрова [6], С. Д. Голиков [7], Л. Т. Тринеева, К. А. Цуканова [8] сходятся во мнении, что финансовая устойчивость предопределяет способность предприятия развиваться в условиях неопределенности внешней среды. Стоит отметить, что понятие финансовой устойчивости в работах отечественных и зарубежных ученых не рассматривается в контексте определения риска невыполнения обязательств.

Материалы и методы

Существующие методы оценки финансовой устойчивости в практике анализа применимы ко всем коммерческим организациям. Некоторые различия в подходах существуют при оценке финансовой устойчивости производственных и торговых организаций [9]. В настоящее время анализ показателей финансовой устойчивости позволяет определить ее типологию. Выделяют различные типы финансовой устойчивости, дающие представление о состоянии организации: от

абсолютно устойчивого до критического; от чистого кредитования до чистого заимствования (рис. 1).

Определение типа финансовой устойчивости организации влияет не только на выбор методов повышения эффективности её деятельности, но и на нивелирование рисков при выборе контрагентов. Определение типа финансовой устойчивости потенциального или фактического контрагента является доста-

точным для оценки финансовых рисков невыполнения и / или несвоевременного выполнения обязательств [10]. Классификационная типология финансовой устойчивости не может быть определена без предварительного ее анализа, который, в свою очередь, предполагает использование одного из следующих методов: горизонтальный, вертикальный, сравнительный, факторный, коэффициентный или трендовый анализ.

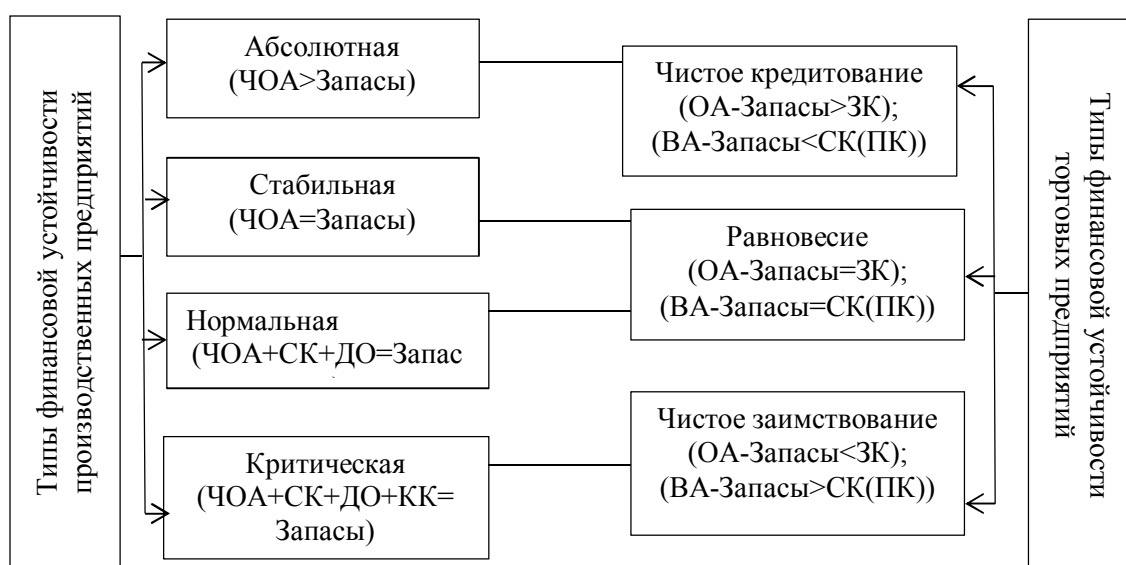


Рис. 1. Типы финансовой устойчивости

Наиболее часто по сравнению с другими указанными методами анализа финансовой устойчивости в отечественной практике используется метод коэффициентного анализа. Данный метод является необходимым, но недостаточным для нивелирования рисков невыполнения обязательств существующих или потенциальных контрагентов. Наиболее часто используются коэффициенты финансовой устойчивости, автономии, финансового левериджа, обеспеченности СОК, покрытия инвестиций, маневренности, краткосрочной задолженности и т. д. [11].

Кроме приведенных выше коэффициентов, финансовую устойчивость предприятия отражают ликвидность его активов и коэффициент покрытия активов [12].

Результаты и их обсуждение

Обобщая существующие методики оценки финансовой устойчивости, предлагается следующая последовательность ее проведения (рис. 2). Предложенный механизм оценки потенциального и / или существующего контрагента позволяет поэтапно:

- оценить ликвидность баланса и рассчитать платежный излишек / недостаток;
- определить тип финансовой устойчивости, используя различные методики оценки;
- провести анализ показателей финансовой устойчивости в динамике по средствам расчета и сравнения соответствующих коэффициентов.

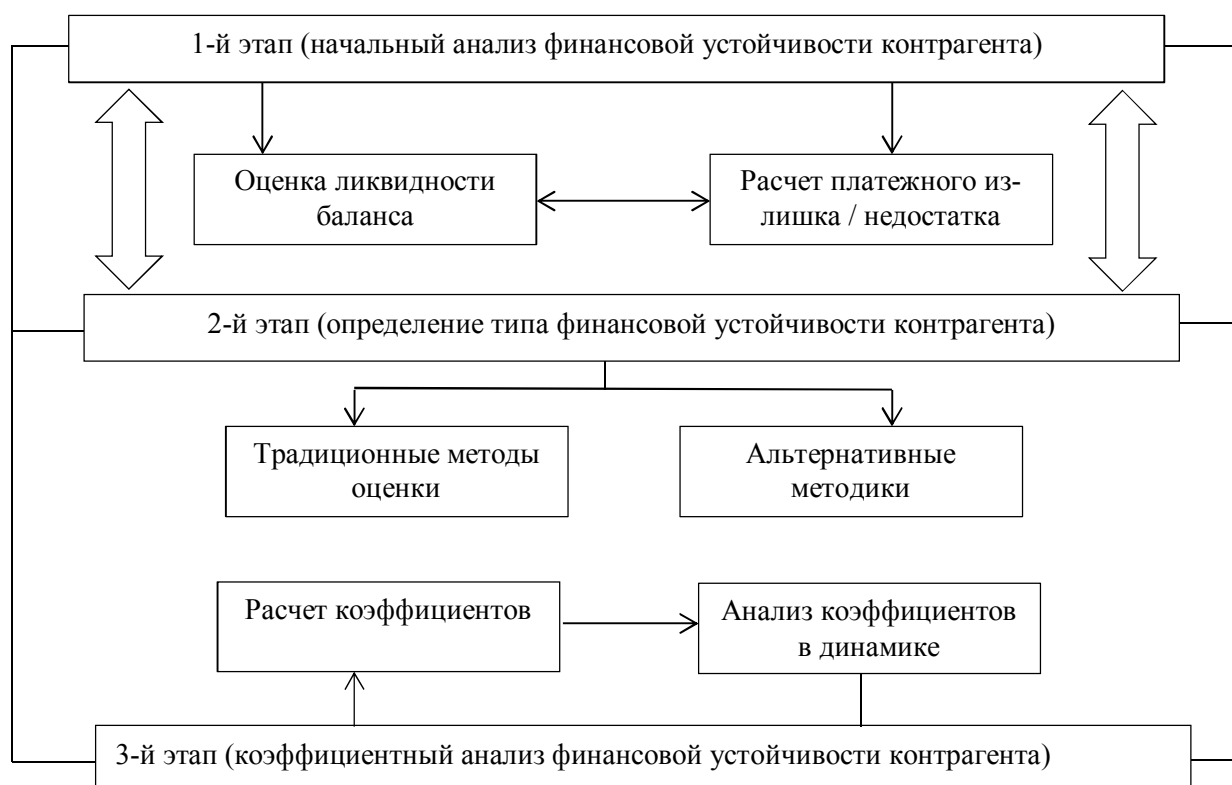


Рис. 2. Последовательность проведения аналитической оценки финансовой устойчивости контрагента

На начальном этапе анализа предлагается оценить ликвидность баланса контрагента с помощью расчета и сопоставления агрегированных показателей актива и пассива баланса. На основании проведенного расчета оценить платежный излишек или недостаток. Начинать анализ финансовой устойчивости предлагается именно с этого,

поскольку показатели платежеспособности напрямую влияют на финансовую устойчивость организации, хотя это влияние может быть отсрочено по времени.

Дальнейшие этапы анализа включают набор стандартных инструментов для определения устойчивости и надежности контрагента.

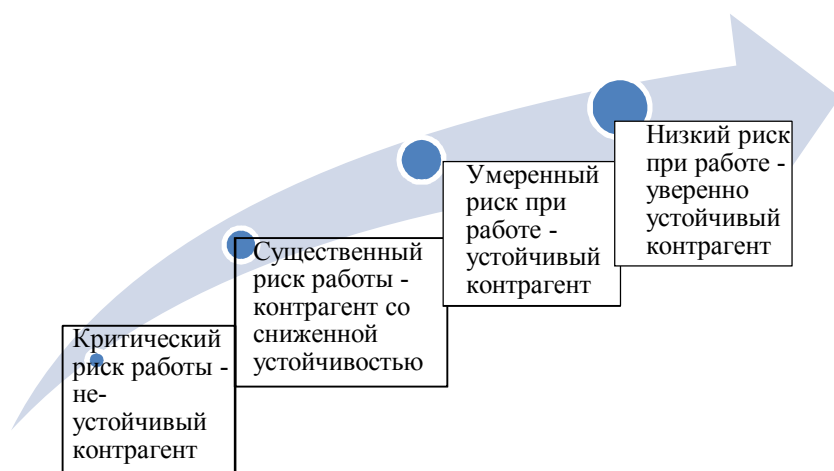


Рис. 3. Виды контрагентов по результатам анализа финансовой устойчивости

По результатам анализа финансовой устойчивости по предложенной последовательности целесообразно выделить следующие виды рисков при работе с контрагентами (рис. 3):

- низкий риск при работе – уверенно устойчивый контрагент;
- умеренный риск при работе – устойчивый контрагент;

- существенный риск работы – контрагент со сниженной устойчивостью;
- критический риск работы – не устойчивый контрагент [13].

Классификация контрагентов по степени риска невыполнения обязательств базируется на следующих аналитических показателях (рис. 4).

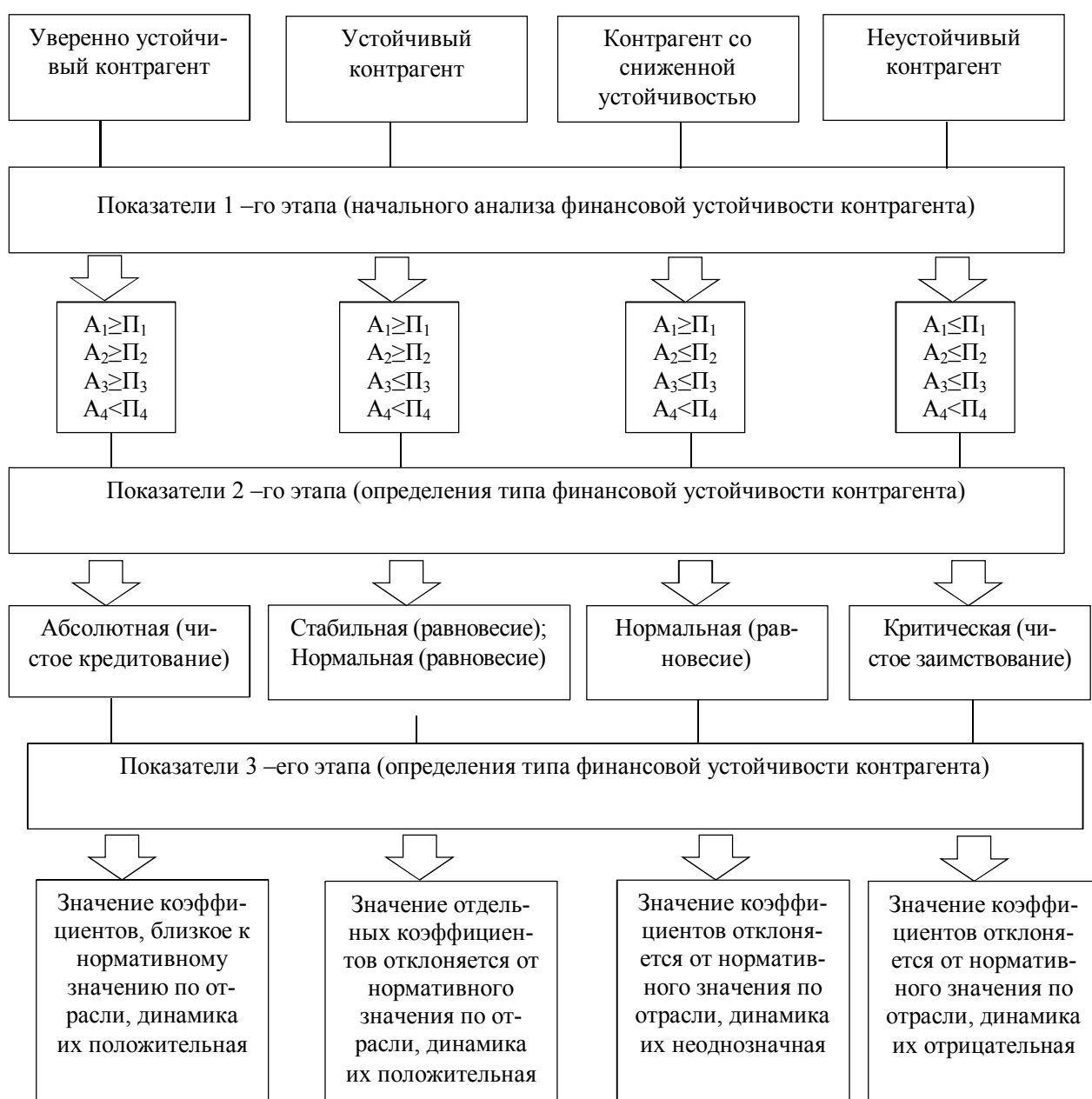


Рис. 4. Классификация контрагентов по степени риска

Предложенная методика классификации контрагентов основана на разработанной последовательности проведения аналитической оценки финансовой устойчивости, что позволяет предвидеть риски снижения платежеспособности по ранним диагностическим сигналам. Так, нарушение условий ликвидности баланса влечет за собой снижение устойчивой платежеспособности, что, в свою очередь, повышает риски невыполнения обязательств контрагентом.

Последовательно проведенная предложенная аналитическая оценка финансовой устойчивости контрагента позволяет нивелировать риски невыполнения обязательств. Однако стоит отметить, что указанная последовательность проведения оценки и предложенная классифика-

ция контрагентов по степени риска невыполнения обязательств применимы только к производственным и торговым организациям [14]. Если же говорить об организациях, работающих по договору комиссии и / или агентскому договору, то стоит учитывать следующие особенности таких контрагентов:

- величина их основных активов либо ничтожна мала, либо равна нулю;
- отсутствие производственных запасов и готовой продукции во втором разделе баланса;
- значительные объемы поступления денежных средств на расчетный счет.

Указанные особенности связаны, прежде всего, с юридическими и экономическими аспектами деятельности данных организаций (рис. 5).

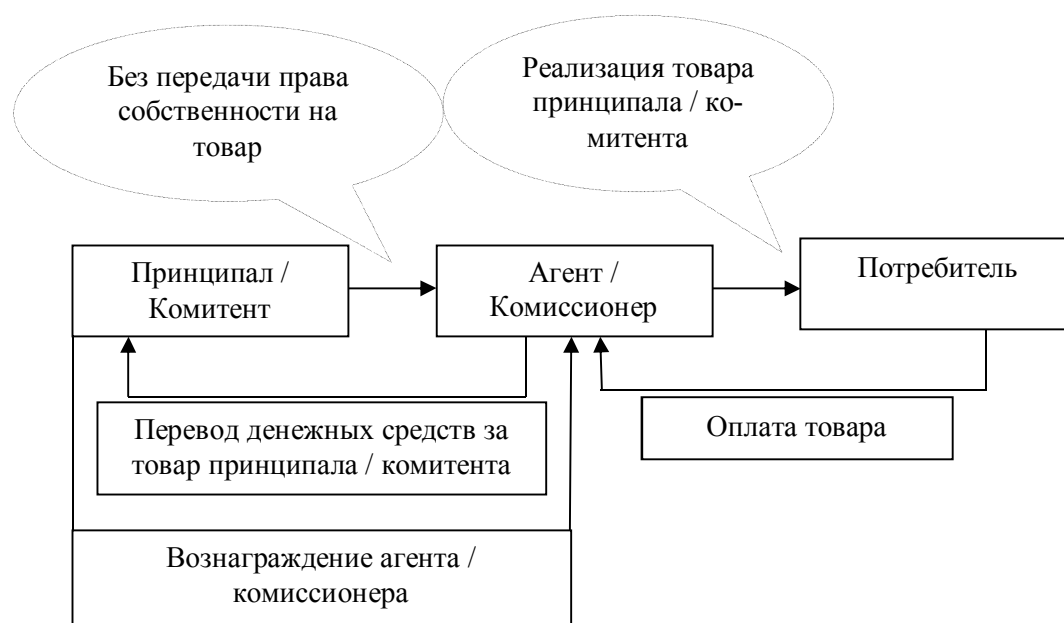


Рис. 5. Схема работы оптового агента по агентскому договору

Так, основным видом деятельности комиссионера и / или агента является реализация товаров, взятых на комиссию без перехода права собственности на них. Товарные остатки не находят отражения во втором разделе баланса указанных организаций, а денежные средства за реализацию товаров отражаются в составе оборотных активов [15]. Кроме того, отмеча-

ется, как правило, незначительная величина внеоборотных активов, т. е. если использовать стандартные или альтернативные методики анализа финансовой устойчивости комиссионеров и / или агентов, то получается абсолютно и / или стабильно ликвидный баланс с коэффициентом ликвидности, близким к 1 [16]. Однако это обусловлено не столько

устойчивой позицией организации, сколько спецификой ее деятельности.

Именно поэтому при оценке контрагента, являющегося комиссионером и /

или агентом, существующую методику расчета агрегированных показателей для определения типа финансовой устойчивости необходимо уточнить (табл. 2).

Таблица 2. Предлагаемая методика расчета агрегированных показателей ликвидности баланса для торговых посредников

Агрегированный показатель	Стандартная методика расчета	Адаптированная методика расчета
A1	стр. 1240 + стр. 1250	стр. 1240+стр. 1250 (только в части комиссии агента / комиссионера без учета перечислений принципалу / комитенту)
A2	стр. 1230	стр. 1230
A3	стр. 1210 + стр. 1220 + стр. 1260	стр. 1210 + стр. 1220 + стр. 1260- стр.12605 (РБП)
A4	стр. 1100	стр. 1100
П1	стр. 1520	стр. 1520
П2	стр. 1510 + стр. 1530+ стр. 1540 + стр. 1550	стр. 1510 + стр. 1540 + стр. 1550
П3	стр. 1400	стр. 1400
П4	стр. 1300	стр. 1300+ стр. 1530+стр. 12605 (РБП)

Предлагаемые уточнения относятся в первую очередь к комиссионерам и агентам, участвующим в расчетах с контрагентами, и касаются только денежных перечислений в счет оплаты реализованных товаров, работ, услуг, право собственности на которые осталось у принципала, комитента. Также из расчетов агрегированных показателей актива баланса предлагается исключить расходы будущих периодов, включив их в расчет агрегированных показателей пассива баланса [17; 18].

Если ранее в хозяйственной практике организации, работающие по договору комиссии и / или агентскому, были тем или иным образом аффилированы с комитентом и / или принципалом, то с развитием e-commerce торговли указанные организации все чаще выступают самостоятельными хозяйственными единицами [19; 20]. Таких торговых посредников становится все больше, а значит, исключать их состава потенциальных контрагентов не верно. Кроме того, не совсем достоверно применять к ним стандартные методики определения фи-

нансовой устойчивости, поскольку их бухгалтерская отчетность характеризуется рядом специфических особенностей. Именно поэтому предлагается адаптированная методика расчета агрегированных показателей при анализе финансовой устойчивости торговых посредников (комиссионеров и агентов), которая позволяет включить указанных контрагентов:

- в разработанную последовательность проведения аналитической оценки финансовой устойчивости контрагента;
- в рекомендуемую классификацию контрагентов по степени риска.

Выводы

Результатом исследования стал разработанный механизм проведения оценки финансовой устойчивости контрагента, позволяющий поэтапно: оценить ликвидность баланса и рассчитать платежный излишек / недостаток; определить тип финансовой устойчивости с использованием различных методик оценки; провести анализ показателей финансовой устойчивости в динамике по средствам

расчета и сравнения соответствующих значений коэффициентов. Полученные по предложенному механизму оценки финансовой устойчивости результаты могут быть интерпретированы для определения видов рисков при работе с контрагентами. Рекомендовано использовать следующую классификацию: низкий риск при работе – уверенно устойчивый контрагент; умеренный риск при работе – устойчивый контрагент; существенный риск работы – контрагент со сниженной устойчивостью; критический риск работы – неустойчивый контрагент. Кроме того, адаптирована методика расчета аг-

регированных показателей для определения типа финансовой устойчивости субъектов хозяйственной деятельности, являющихся комиссионерами и / или агентами, что позволило включить указанные организации в предложенную классификацию контрагентов по степени риска.

Практическая значимость исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть применены в практике хозяйственных отношений для минимизации коммерческих рисков при заключении контрактов или пролонгировании договоров с новыми или имеющимися контрагентами.

Список литературы

1. Друри К. Управленческий и производственный учет. 6-е изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 1423 с.
2. Ковалев В. В., Ковалев В. В. Финансовый менеджмент в вопросах и ответах. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2018. 333 с.
3. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2009. 536 с.
4. Шеремет А. Д., Негашев Е. В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2008. 208 с.
5. Банк В. Р., Банк С. В., Тараскина Л. В. Финансовый анализ. М.: ТК Велби, Проспект, 2006. 344 с.
6. Воробьева Е. И., Воробьев Ю. Н., Петрова Н. А. Анализ научных подходов к сущности финансовой устойчивости предприятий // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. 2015. № 4. С. 22–27.
7. Крайний И. Ю., Голиков С. Д., Григорьев В. В. Сущность финансовой устойчивости предприятия как основного критерия его финансового состояния // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. Т. 5-4. С. 129–131.
8. Тринеева Л. Т., Цуканова К. А. Управление финансовой устойчивостью торговой организации // Перспективы и проблемы инновационного развития социально-экономических систем: материалы VIII Национальной научно-практической конференции научных сотрудников, специалистов, преподавателей, аспирантов / Воронежский государственный университет инженерных технологий. Воронеж, 2023. С. 64–67.
9. Ильинова О. В., Гальченко С. А., Кривошлыков В. С. Организация и управление производством на промышленных предприятиях региона. Курск: Университетская книга, 2023. 197 с.
10. Козырь Н. С., Полиди А. А. Теоретические основы управления капитализацией на основе реструктуризации // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2008. Т. 6, № 3-2. С. 128–130.
11. Подходы к обеспечению экономической безопасности, сформированные на основе цифровых технологий / Э. Ф. Амирова, М. С. Кузнецов, С. Б. Кузнецова [и др.] // Московский экономический журнал. 2023. Т. 8, № 1. С. 47. https://doi.org/10.55186/2413046X_2023_8_1_47.
12. Бессонова Е. А., Свеженцева К. И. Оценка эффективности деятельности предприятия в контексте устойчивого развития региона // Современная наука: актуальные проблемы и перспективы развития: материалы и доклады Международной научно-практической конференции, г. Княгинино, 08–13 мая 2022 года. Княгинино: Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, 2022. С. 30–33.

13. Губанова Е. В. Оценка финансовых рисков в деятельности организации // Калужский экономический вестник. 2023. № 1. С. 20–25.
14. Филиппович Р. М. Прогнозирование банкротства организаций на основе комплексной оценки финансового состояния // Актуальные проблемы развития экономических, финансовых и кредитных систем: сборник материалов XI Международной научно-практической конференции, г. Белгород, 14–15 сентября 2023 года. Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет, 2023. С. 101–108.
15. Губанова Е. В. Анализ инвестиционной привлекательности организации как фактора повышения ее экономической безопасности // Экономическая безопасность социально-экономических систем: вызовы и возможности: сборник трудов V Международной научно-практической конференции, г. Белгород, 28 апреля 2023 года / отв. редакторы: Е. А. Стрябова, Н. А. Герасимова. Белгород: Эпицентр, 2023. С. 229–232.
16. Козырь Н. С. Реструктуризация бизнеса и оценка его стоимости // Наука и экономика. 2010. № 2(2). С. 95–99.
17. Шевченко Ю. С., Василенко А. В. Стратегии повышения финансовой устойчивости организации // Экономические исследования и разработки. 2023. № 6. С. 53–58.
18. Falah T. A. Economic analysis of the effect of financial sustainability indicators on economic growth in Iraq for the period (2004–2022) // Journal of Economics, Entrepreneurship and Law. 2023. Vol. 13, N 11. P. 4573–4594.
19. Assanova A., Malayeva R., Ospanova A. Investments in human capital and company's financial stability: is there any relation? // Central Asian Economic Review. 2023. No. 4(151). P. 6–14.
20. Ольшанский А. В. Использование электронной коммерции в современных условиях развития отечественных компаний // Научный результат. Серия: Технология бизнеса и сервиса. 2014. Т. 1, № 1(1). С. 80–88.

References

1. Drury K. Upravlencheskii i proizvodstvennyi uchet [Management and production accounting]. 6th ed. Moscow, UNITY-DANA Publ., 2017. 1423 p.
2. Kovalev V. V., Kovalev V. V. Finansovyi menedzhment v voprosakh i otvetakh [Financial management in questions and answers]. 2nd ed. Moscow, Prospekt Publ., 2018. 333 p.
3. Savitskaya G. V. Analiz khozyaistvennoi deyatel'nosti predpriyatiya [Analysis of the economic activity of the enterprise]. 5th ed. Moscow, INFRA-M Publ., 2009. 536 p.
4. Sheremet A. D., Negashev E. V. Metodika finansovogo analiza deyatel'nosti kommercheskikh organizatsii [Methodology of financial analysis of the activities of commercial organizations]. 2nd ed. Moscow, INFRA-M Publ., 2008. 208 p.
5. Bank V. R., Bank S. V., Taraskina L. V. Finansovyi analiz [Financial analysis]. Moscow, TK Velbi, Prospekt Publ., 2006. 344 p.
6. Vorobyova E. I., Vorobyov Yu. N., Petrova N. A. Analiz nauchnykh podkhodov k sushchnosti finansovoi ustoichivosti predpriyatii [Analysis of scientific approaches to the essence of financial stability of enterprises]. *Nauchnyi vestnik: Finansy, banki, investitsii = Scientific Bulletin: Finance, Banks, Investments*, 2015, no. 4, pp. 22–27.
7. Krainyai I. Y., Golikov S. D., Grigoriev V. V. Sushchnost' finansovoi ustoichivosti predpriyatiya kak osnovnogo kriteriya ego finansovogo sostoyaniya [The essence of the financial stability of an enterprise as the main criterion of its financial condition]. *Mezhdunarodnyi zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of the Humanities and Natural Sciences*, 2019, vol. 5-4, pp. 129–131.
8. Trineeva L. T., Tsukanova K. A. [Financial stability management of a trade organization]. *Perspektivy i problemy innovatsionnogo razvitiya sotsial'no-ekonomicheskikh system. Materialy VIII Natsional'noi nauchno-prakticheskoi konferentsii nauchnykh sotrudnikov, spetsialistov, prepodavatelei*,

aspirantov [Prospects and problems of innovative development of socio-economic systems. Materials of the VIII National Scientific and Practical Conference of researchers, specialists, teachers, postgraduates]. Voronezh, Voronezh State University of Engineering Technologies Publ., 2023, pp. 64–67. (In Russ.)

9. Ilyinova O. V., Galchenko S. A., Krivoshlykov V. S. Organizatsiya i upravlenie proizvodstvom na promyshlennyykh predpriyatiyakh regiona [Organization and management of production at industrial enterprises of the region]. Kursk, Universitetskaya kniga Publ., 2023. 197 p.

10. Kozyr N. S., Polidi A. A. Teoreticheskie osnovy upravleniya kapitalizatsiei na osnove restrukturizatsii [Theoretical foundations of capitalization management based on restructuring]. *Ekonomicheskii vestnik Rostovskogo gosudarstvennogo universiteta* = *Economic Bulletin of the Rostov State University*, 2008, vol. 6, no. 3-2, pp. 128–130.

11. Amirova E. F., Kuznetsov M. S., Kuznetsova S. B., eds. Podkhody k obespecheniyu ekonomicheskoi bezopasnosti, sformirovannye na osnove tsifrovyykh tekhnologii [Approaches to ensuring economic security formed on the basis of digital technologies]. *Moskovskii ekonomicheskii zhurnal* = *Moscow Economic Journal*, 2023, vol. 8, no. 1, p. 47. https://doi.org/10.55186/2413046X_2023_8_1_47

12. Bessonova E. A., Svezhentseva K. I. [Evaluation of the efficiency of the enterprise in the context of sustainable development of the region]. *Sovremennaya nauka: aktual'nye problemy i perspektivy razvitiya. Materialy i doklady Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Knyaginino, 08–13 maya 2022 goda* [Modern science: current problems and development prospects. Materials and reports of the International Scientific and Practical Conference, Knyaginino, May 08–13, 2022]. Knyaginino, Nizhny Novgorod State Engineering and Environmental Institute Publ., 2022, pp. 30–33. (In Russ.)

13. Gubanova E. V. Otsenka finansovykh riskov v deyatel'nosti organizatsii [Assessment of financial risks in the organization's activities]. *Kaluzhskii ekonomicheskii vestnik* = *Kaluga Economic Bulletin*, 2023, no. 1, pp. 20–25.

14. Filippovich R. M. [Forecasting bankruptcy of organizations based on a comprehensive assessment of financial condition]. *Aktual'nye problemy razvitiya ekonomicheskikh, finansovykh i kreditnykh system. Sbornik materialov XI Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Belgorod, 14–15 sentyabrya 2023 goda* [Actual problems of development of economic, financial and credit systems. Collection of materials of the XI International Scientific and practical Conference, Belgorod, September 14–15, 2023]. Belgorod, Belgorod State National Research University Publ., 2023, pp. 101–108. (In Russ.)

15. Gubanova E. V. [Analysis of the investment attractiveness of an organization as a factor in increasing its economic security]. *Ekonomicheskaya bezopasnost' sotsial'no-ekonomicheskikh sistem: vyzovy i vozmozhnosti. Sbornik trudov V Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Belgorod, 28 aprelya 2023 goda* [Economic security of socio-economic systems: challenges and opportunities. Proceedings of the V International Scientific and Practical Conference, Belgorod, April 28, 2023]; ed. by E. A. Stryabkova, N. A. Gerasimova. Belgorod, Epicenter Limited Liability Company Publ., 2023, pp. 229–232. (In Russ.)

16. Kozyr N. S. Restrukturizatsiya biznesa i otsenka ego stoimosti [Business restructuring and valuation]. *Nauka i ekonomika* = *Science and Economics*, 2010, no. 2(2), pp. 95–99.

17. Shevchenko Yu. S., Vasilenko A. V. Strategii povysheniya finansovoi ustoichivosti organizatsii [Strategies for improving the financial stability of an organization]. *Ekonomicheskie issledovaniya i razrabotki* = *Economic Research and Development*, 2023, no. 6, pp. 53–58.

18. Falah T. A. Economic analysis of the effect of financial sustainability indicators on economic growth in Iraq for the period (2004–2022). *Journal of Economics, Entrepreneurship and Law*, 2023, vol. 13, no. 11, pp. 4573–4594.

19. Assanova A., Malayeva R., Ospanova A. Investments in human capital and company's financial stability: is there any relation? *Central Asian Economic Review*, 2023, no. 4(151), pp. 6–14.

20. Olshansky A. V. Ispol'zovanie elektronnoi kommertsii v sovremennykh usloviyakh razvitiya otechestvennykh kompanii [Usage electronic commerce in modern conditions of development of domestic companies]. *Nauchnyi rezul'tat. Seriya: Tekhnologiya biznesa i servisa* = *Scientific Result. Series: Business and Service Technology*, 2014, vol. 1, no. 1(1), pp. 80–88.

Информация об авторах / Information about the Authors

Богомолова Ирина Петровна, доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления, организации производства и отраслевой экономики, Воронежский государственный университет инженерных технологий, г. Воронеж, Российская Федерация,
e-mail: uopioe@yandex.ru

Тринеева Людмила Тимофеевна, кандидат экономических наук, доцент, ведущий специалист управления по организации научной деятельности, Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I, г. Воронеж, Российская Федерация,
e-mail: lapa82@list.ru

Филатова Марина Владимировна, доктор экономических наук, доцент кафедры корпоративных информационных систем и программирования, Воронежский государственный университет инженерных технологий, г. Воронеж, Российская Федерация,
e-mail: fltvmrn@rambler.ru,
SPIN: 4695-1657,
ORCID: 0000-0002-3553-741X

Цуканова Кристина Александровна, старший преподаватель кафедры управления, организации производства и отраслевой экономики, Воронежский государственный университет инженерных технологий, г. Воронеж, Российская Федерация,
e-mail: kristinatsukanowa@yandex.ru

Жахов Николай Владимирович, доктор экономических наук, доцент кафедры экономики, управления и аудита, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: zhakhov@mail.ru,
SPIN: 4450-1653,
Researcher ID: B-1943-2019,
ORCID: 0000-0002-3829-2972,
Scopus ID: 799087

Irina P. Bogomolova, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Head of the Department of Management, Production Organization and Industrial Economics, Voronezh State University of Engineering Technologies, Voronezh, Russian Federation,
e-mail: uopioe@yandex.ru

Lyudmila T. Trineeva, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Leading Specialist of the Department for Organization of Scientific Activities of the Voronezh State Agrarian University named after Emperor Peter I, Voronezh, Russian Federation,
e-mail: lapa82@list.ru

Marina V. Filatova, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Corporate Information Systems and Programming, Voronezh State University of Engineering Technologies, Voronezh, Russian Federation,
e-mail: fltvmrn@rambler.ru,
SPIN: 4695-1657,
ORCID: 0000-0002-3553-741X

Kristina A. Tsukanova, Senior Lecturer of the Department of Management, Production Organization and Industrial Economics, Voronezh State University of Engineering Technologies, Voronezh, Russian Federation,
e-mail: kristinatsukanowa@yandex.ru

Nikolai V. Zhakhov, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Economics, Management and Audit, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: zhakhov@mail.ru,
SPIN: 4450-1653,
Researcher ID: B-1943-2019,
ORCID: 0000-0002-3829-2972,
Scopus ID: 799087

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ОТРАСЛЕЙ, КОМПЛЕКСОВ

ECONOMICS AND ORGANIZATION OF ENTERPRISES, INDUSTRIES, COMPLEXES

Оригинальная статья / Original article

УДК 334.025

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-107-122>



Опыт внедрения концепции бережливого производства на предприятии рынка теплоизоляционных материалов

М. В. Кондаков¹✉

¹ Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова
ул. Костюкова, д. 46, г. Белгород 308012, Российская Федерация

✉ e-mail: kondakov_max@mail.ru

Резюме

Актуальность. Строительная отрасль производит треть глобальных отходов, большая часть не перерабатывается, попадая на мусорные полигоны, и загрязняет окружающую среду. За период с 2000 по 2020 гг. объем строительных работ вырос более чем в 12 раз. Обратной стороной процесса является пропорциональный рост отходов. На рынке теплоизоляционных материалов и в строительной отрасли в целом актуальность концепции бережливого производства растёт, так как с её помощью можно снизить количество потребляемых ресурсов и повысить эффективность бизнеса.

Цель. В данной статье рассмотрены разработанные мероприятия по внедрению концепции бережливого производства в рамках стратегического управления предприятием на заводе рынка теплоизоляционных материалов.

Задачи. В рамках реализации концепции снижено избыточное качество, внедрена система обучения персонала и повышен уровень конкурентоспособности предприятия.

Методология. Объект исследования – завод Белгородской области, лидер по производительности труда в городе Белгороде. Работы проводились с 2021 по 2023 гг.

Результаты. Вследствие реализованной программы производительность труда увеличилась на 2,0 %, было сокращено количество брака с 1,7 % до 0,8 %, разработаны новые стратегии развития компании вследствие внедрения системы обучения персонала.

Выводы. Приведённая в настоящей статье программа повышения конкурентоспособности предприятия отрасли теплоизоляционных материалов на основе внедрения концепции бережливого производства при её проецировании на другие компании является перспективной в плане повышения конкурентоспособности Российской Федерации на мировой арене, ведь экономика страны зависит от эффективности функционирующих в ней субъектов.

Ключевые слова: бережливое производство; конкурентоспособность; рынок теплоизоляционных материалов; строительная отрасль; анализ рынка.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

© Кондаков М. В., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 107–122

Для цитирования: Кондаков М. В. Опыт внедрения концепции бережливого производства на предприятии рынка теплоизоляционных материалов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 107–122. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-107-122>.

Поступила в редакцию 28.02.2024

Принята к публикации 25.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Experience of Implementation of the Lean Production Concept at the Enterprise of Thermal Insulating Materials Market

Maxim V. Kondakov¹✉

¹ Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov
46 Kostyukova Str., Belgorod 308012, Russian Federation

✉ e-mail: kondakov_max@mail.ru

Abstract

Relevance. The construction industry produces a third of global waste, much of it is not recycled, ending up in landfills and polluting the environment. Between 2000 and 2020, the volume of construction work has increased more than 12-fold. The flip side of the process is a proportional increase in waste. In the insulation materials market and in the construction industry in general, the relevance of the lean manufacturing concept is growing, as it can be used to reduce the amount of resources consumed and increase business efficiency.

Purpose. This article considers the developed measures for implementation of the concept of lean production in the framework of strategic management of the enterprise at the plant of the market of thermal insulation materials.

Objectives. Within the framework of the concept realization the excessive quality is reduced, the system of personnel training is implemented and the level of competitiveness of the enterprise is increased.

Methodology. The object of the study is the plant of Belgorod region, the leader in labor productivity in the city of Belgorod. The works were carried out from 2021 to 2023.

Results. Due to the implemented program labor productivity increased by 2,0%, the number of scrap was reduced from 1,7% to 0,8%, new strategies for the development of the company were developed due to the introduction of personnel training system.

Conclusions. The program of increase of competitiveness of the enterprise of branch of heat-insulating materials on the basis of introduction of the concept of lean production at its projection on other companies given in the present article is perspective in the plan of increase of competitiveness of the Russian Federation in the world arena, in fact the economy of the country depends on efficiency of subjects functioning in it.

Keywords: lean manufacturing; competitiveness; insulation materials market; construction industry; market analysis.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kondakov M. V. Experience of Implementation of the Lean Production Concept at the Enterprise of Thermal Insulating Materials Market. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 107–122. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-107-122>.

Received 28.02.2024

Accepted 25.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Для экономики страны за последние годы возникли сложности, связанные с началом эпидемии COVID-19 в 2020 г. и началом специальной военной операции в феврале 2022 г. [1, с. 52].

Несмотря на масштаб кризисных явлений 2020 г. (спад мирового ВВП составил 3,4 %, а в кризисе 2009 г. – 1,3%), благодаря предпринятым мерам, включая вакцинацию населения, экономики ряда развитых стран, включая российскую,

вышли на уровень 2019 г. уже в I-II кварталах 2021 г. По итогам 2021 г. экономика России выросла на 4,7 %.

Кризисный 2022 г. для экономики России тоже оказался оптимистичнее международных и отечественных прогнозов за счёт роста доходов государственного сектора. Спад экономики составил 2,1 %.

По данным январского отчёта МВФ, в 2023 г. российская экономика покажет

рост в 0,3 %. В Министерстве экономического развития РФ считают, что спад ВВП по итогам года составит 0,8-1,0 %.

Как свидетельствуют данные рисунка 1, строительная отрасль входит в число ведущих секторов экономики страны и имеет для неё стратегическое значение. В данной сфере занято 6,5 млн человек, от общей численности занятых в стране это составляет 6,6%.



Рис. 1. Структура ВВП по отраслям экономики [2]

На фоне снижения динамики других отраслей в результате кризисных явлений 2020 и 2022 гг. строительство сохраняет устойчивость. Например, с начала 2022 г. нарастающим итогом ввод жилья вырос на 10%: в 2021 г. – 92,6 млн м²; в 2022 г. – 101,5 млн м²) [2].

В 2022 г. выдано новых разрешений на строительство 49 млн м² жилья (+23% к 2021 г.).

Хорошее положение дел в строительной отрасли связано с резким поднятием ключевой ставки ЦБ до 20% и мерами в нормативно-правовом регулировании, где было принято за 2022 г. более 150 важных поправок [3, с. 76].

Спрос на рынке теплоизоляционных материалов является производным и зависит от состояния строительной отрасли.

Общий объем изготовленного в России минерального утеплителя Росстат оценивает в 43,5 млн м³.

Экспертная оценка динамики рынка теплоизоляционных материалов (рынка ТИМ) представлена ниже (рис. 2).

Рассмотрим изменение структуры потребления (удельного веса каждого вида ТИМ в общем объеме) теплоизоляционных материалов в России ниже (рис. 3).

Общее количество производителей каменной ваты в России составляет около 40. Рынок консолидирован в высокой степени – три компании выпускают 2/3 продукции [4, с. 493].

Производственные мощности компаний-изготовителей – 30 000 м³ в год. Предприятия сконцентрированы на территории двух федеральных округов – Центрального (9 заводов) и Уральского (8 заводов).

Рынок теплоизоляции в 2022 г. находился в ожидании поглощений, несмотря на представлявшийся завершённым процесс консолидации на рынке каменной ваты и чётко определённые роли ведущих игроков.

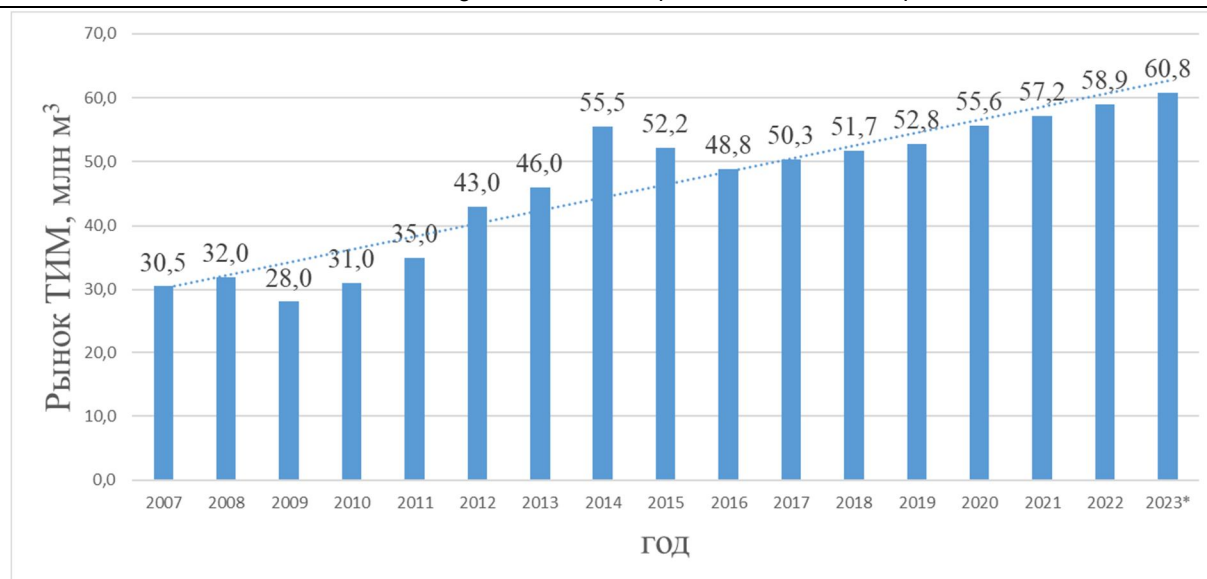


Рис. 2. Динамика рынка теплоизоляционных материалов в натуральном выражении, млн м³ [2]

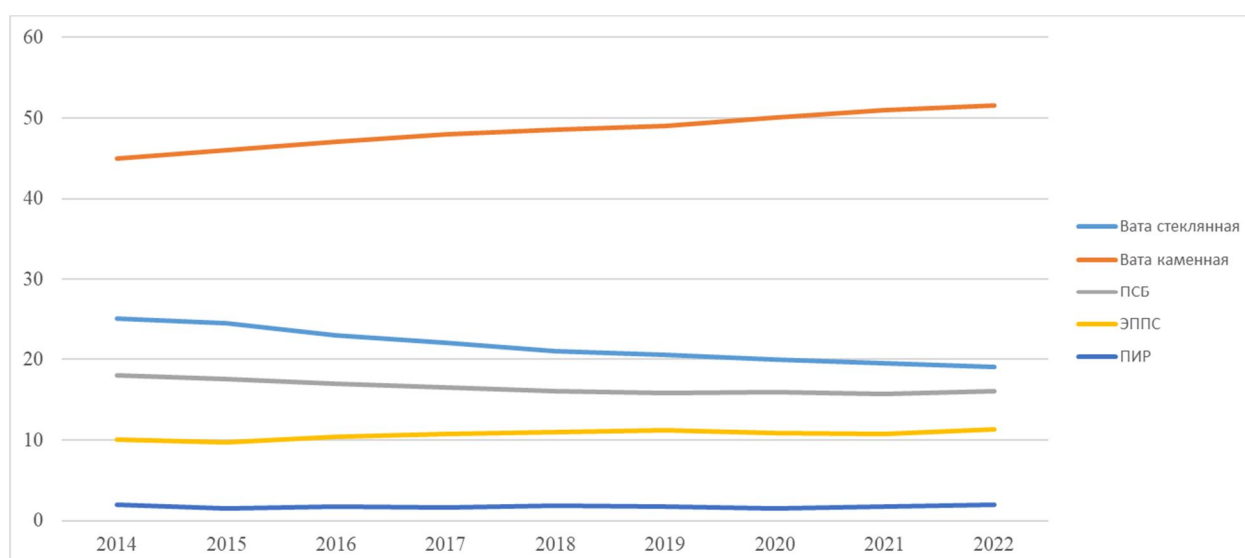


Рис. 3. Изменение структуры потребления теплоизоляционных материалов в период 2014–2022 гг. [2]

Наибольшую долю (50,4%) на рынке теплоизоляционных материалов имеет корпорация «Технониколь», на втором месте – «Роквул» (25,7 %), на третьем – «Сен-Гобен» (13,7%). Остальные компании занимают доли рынка гораздо меньше 10% [5].

В ближайшие годы рынок теплоизоляционных материалов будет расти на 1-3%. С учётом планов Правительства по вводу жилья необходимо увеличить на 30-50% существующий объём производства теплоизоляции. Росту рынка будут способствовать также программы им-

портозамещения и государственной поддержки строительной отрасли и сложившаяся геополитическая обстановка.

Материалы и методы

Строительная отрасль производит треть глобальных отходов, большая часть не перерабатывается, попадая на мусорные полигоны, и загрязняет окружающую среду. За период с 2000 по 2020 гг. объём строительных работ вырос более чем в 12 раз. Обратной стороной процесса является пропорциональный рост отходов.

Исходя из данных показателей первостепенный вопрос строительного рынка – необходимость создания в отрасли индустрии рециклинга отходов строительства и сноса.

Для ускорения работы по внедрению данной системы в Российской Федерации важно опираться на опыт передовых мировых компаний, где индустрия рециклинга действует уже 20 лет. Такой компанией считается Rockwool, которая является одним из лидеров на российском рынке теплоизоляционных материалов и известна своей деятельностью по защите окружающей среде и бережному отношению к природным ресурсам [6, с. 1399].

В список достижений компании в области устойчивого развития за 2018 г. входят следующие факты:

- 200 млн т выбросов CO₂ за время своей эксплуатации позволит избежать произведённая и установленная в 2018 г. теплоизоляция (цель устойчивого развития (ЦУР) 13 – борьба с изменением климата);

- 94 млн л воды экономит продукция для тепличного хозяйства, проданная в 2018 г. (ЦУР 6 – чистая вода и санитария).

Работа компании по данному аспекту начата в 2017 г. Результаты отражены ниже (рис. 4).

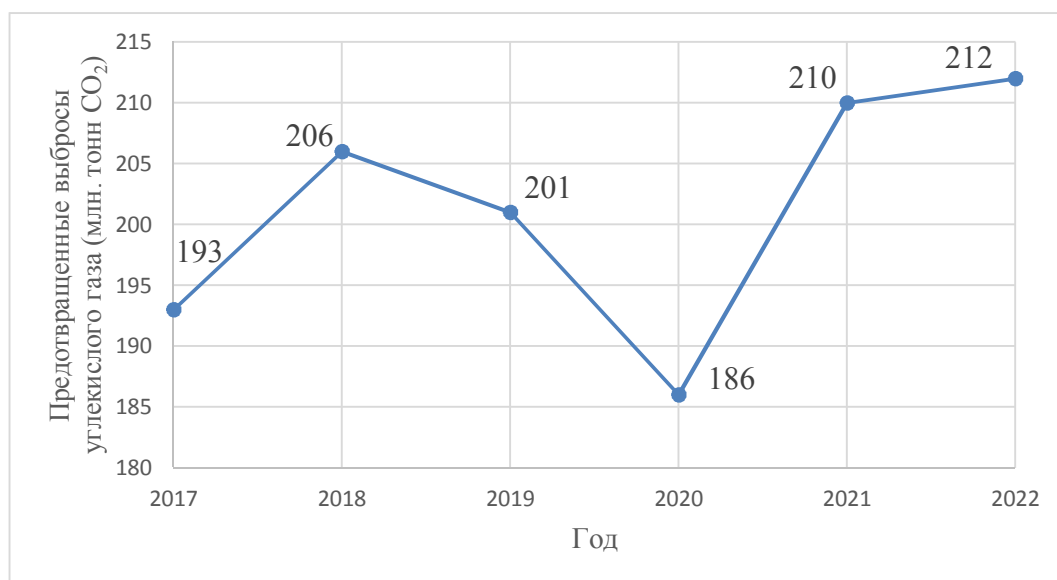


Рис. 4. Обеспечение более углеродозэффективных зданий и промышленности. Предотвращенные выбросы углекислого газа за весь срок службы проданной теплоизоляции здания, млн т CO₂) [7, с. 35]

Важно отметить, что компания Rockwool начала работу в этом направлении в 2017 г. и продолжает сегодня. Приведем данные ниже (рис. 5).

Таким образом, на рынке теплоизоляционных материалов и в строительной отрасли в целом актуальность концепции бережливого производства растёт, так как с её помощью можно снизить количество потребляемых ресурсов и повысить эффективность бизнеса [8, с. 69].

Помимо этого, важно учитывать активно развивающуюся текущую полити-

ку импортозамещения, что делает концепцию также актуальной.

Многие бизнесы не понимают, как им развиваться дальше в новых условиях. Именно поэтому одним из бизнес-трендов в 2023 г. является тренд на бережливое производство.

В действительности рассматриваемую систему начали внедрять только в начале XXI в. В 2004 г. такие разработки были доступны и интересны лишь флагманским промышленным гигантам.

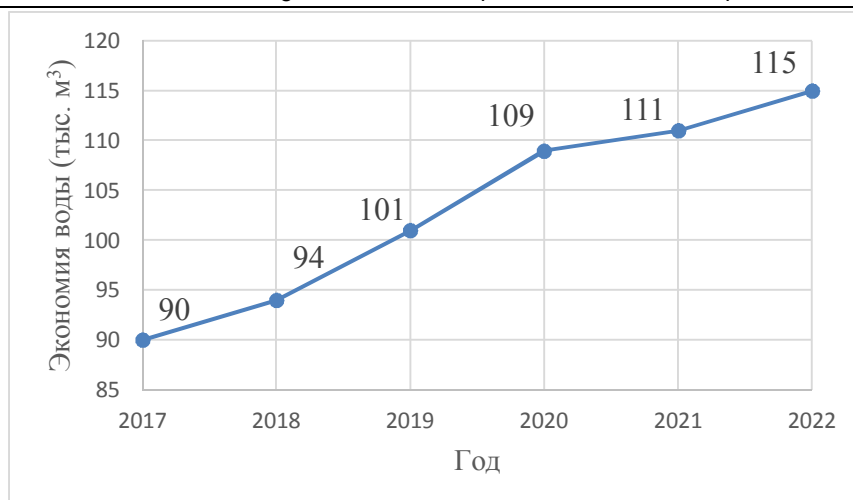


Рис. 5. Повышение эффективности использования воды в садоводстве. Экономия воды при продаже продуктов для точного выращивания по сравнению с почвенными решениями, тыс. м³ [7, с. 37]

В качестве примера пилотных компаний можно привести завод «Урал». После кризиса 2003 г. объёмы продаж сократились на 50%, а после внедрения концепции бережливого производства ежегодная экономия, помимо выхода из кризиса, составляет порядка 300–400 млн руб.

Сегодня разработаны методы бережливой концепции, которые можно применять не только на предприятиях различного масштаба, но и в непроизводственных фирмах, а также бюджетных организациях [9, с. 30].

В масштабной трансформации предприятий нашей страны большую роль играет Правительство как движущий фактор изменений в экономике. Сложно представить повсеместное распространение концепции бережливого производства без активной её поддержки и соответствующих действий на государственном уровне. Данный курс продолжается до настоящего момента времени.

Были созданы институты и механизмы помощи предпринимателям по вопросу внедрения концепции [10, с. 101].

Президент России В. В. Путин поставил задачу «Правительству совместно с органами государственной власти субъектов Российской Федерации при реализации национальной программы в сфере повышения производительности труда

обеспечить рост производительности труда на средних и крупных предприятиях базовых несырьевых отраслей экономики не ниже 5% в 2024 году» [11].

Для достижения данной цели в 2018 г. был утверждён национальный проект «Производительность труда и поддержка занятости» [12, с. 56].

18 декабря 2017 г. по решению президиума Совета при Президенте РФ создана в рамках стратегического развития приоритетных проектов автономная некоммерческая организация «Федеральный центр компетенций в сфере производительности труда» (ФЦК).

ФЦК реализует проекты, направленные на устранение потерь в средних и крупных организациях за счёт передачи сотрудникам этих организаций своего опыта, знаний и навыков, создания экосистемы для запуска цепной реакции роста производительности в организациях, в регионе и в стране в целом.

Нацпроект уже доказал свою востребованность. На сегодня в нем участвуют 3 000 предприятий среднего и крупного бизнеса, где работает более миллиона человек. Ещё около 4 000 компаний реализуют методики нацпроекта самостоятельно, используя практики из «базы знаний» на портале Федерального центра компетенций.

Работать все начинали в разное время, поэтому результаты на сегодня есть пока по 1 300 компаниям. Фонд оплаты труда у них вырос в среднем на 11%, или 47 млрд руб. Производительность – на 12%. Хорошие показатели для первых лет работы подкрепляются экономической эффективностью. Затраты со стороны государства составили 7 млрд руб., а вклад компаний в прирост ВВП – уже более 136 млрд руб., т. е. федеральные инвестиции окупились в 19 раз [13].

Целевой показатель прироста производительности труда по отношению к базовому году должен составлять не менее чем 10%, 15% и 30% по результатам первого, второго и третьего годов соответственно участия предприятия в Нацпроекте, далее прирост к предыдущему году должен составлять не менее 5%.

Исходя из вышеизложенного можно сделать следующий вывод: внедрение концепции бережливого производства на предприятиях в качестве важного фактора повышения конкурентоспособности поддерживается на государственном уровне, что находит выражение в ряде разработанных механизмов государственной поддержки для предприятий [14, с. 182].

Далее в данной статье рассмотрим разработанные мероприятия по внедрению концепции бережливого производства в рамках стратегического управления предприятием. Объектом исследования стал завод, функционирующий на рынке теплоизоляционных материалов, который является одним из передовых заводов Белгородской области.

Одна из отличительных черт нового собственника предприятия – функционирование заводов корпорации на основе принципов бережливого производства и, как следствие, высокая производительность труда [15, с. 330].

В 2021 г. был сделан вывод, что в соответствии с концепцией бережливого производства повышенные физико-механические характеристики продукции

рассматриваемого завода считаются необоснованными и излишними. Это потери, т. е. любая деятельность, которая потребляет ресурсы, но не создаёт ценности для клиента. Следует целенаправленно принимать меры по минимизации избыточного качества. В первую очередь это принятие мер по изменению минералогического состава сырья и основных материалов, что позволит снизить повышенные эксплуатационные показатели продукции до уровня принятых в строительной отрасли требований нормативных стандартов, что непосредственно отразится на себестоимости готовой продукции.

Важно отметить, что в результате реализации предлагаемого проекта качество продукции останется на прежнем уровне. Снижаться будет лишь избыточный запас физико-механических характеристик, т. е. сверхкачество, что не уменьшит срок эксплуатации теплоизоляционных материалов [16, с. 178].

Для клиентов такое изменение обернётся дополнительной выгодой, а именно увеличением соотношения. «Цена-качество»: при более низкой цене продукт, как и ранее, будет полностью соответствовать нормативным документам.

Для проведения анализа потребительских предпочтений наличия доступной вторичной информации недостаточно, поэтому была разработана анкета (состоящая из 15 вопросов) и передана в маркетинговое подразделение компании-изготовителя для целей опроса заказчиков предприятия.

На основе анализа результатов исследования (выборка из 44 анкет) можно сделать вывод, что снижение себестоимости – желаемое потребителями решение, которое повысит конкурентоспособность продукции на рынке.

Расход связующего – основной компонент, позволяющий снизить избыточное качество по рассматриваемым физико-механическим характеристикам: прочность на отрыв слоёв и прочность на сжатие при 10%-ной деформации.

Подчеркнём, что в результате снижения объёма связующего также повысятся и другие свойства продукции, например огнестойкость, так как в теплоизоляционных материалах на основе базальтовых горных пород температура, при которой начинает разрушаться связующее вещество, составляет 250-300°C, а сами базальтовые волокна начинают плавиться при температуре 1114°C, что является надёжной огнезащитной преградой.

Результаты и их обсуждение

Проект рассчитан на 5 лет. В результате применения предложенных методик производительность предприятия должна увеличиться более чем на 2% за четыре года реализации по сравнению с базовым значением.

В результате реализации проекта объём производимой продукции будет увеличен на 2,3%, объём продаж – на 0,3%, а себестоимость продукции снижена на 2,2%.

В 2022 г. на предприятии (в соответствии с нашими рекомендациями) также был осуществлён комплекс работ по совершенствованию оборудования и улучшению процессов и технологий [17, с. 190].

Рассмотрим каждую составляющую подробно.

1. Совершенствование оборудования, т. е. автоматизация. Это самое очевидное решение, о котором задумывается собственник бизнеса. Если на улучшенной производственной линии делать столько же при меньшем количестве людей, это будет означать сокращение издержек без уменьшения дохода [18, с. 114].

Однако есть три случая, когда установка новой линии будет преждевременным решением:

1) текущие мощности не используются полно ввиду некорректной настройки линии;

2) подобрана не лучшая технология. Например, можно использовать сырьё, которое плавится при более низкой температуре;

3) нерациональная конфигурация линии и производственных мест: за счёт снижения потерь при передвижении производительность труда возрастёт [19, с. 173].

Нужно понимать, что потенциал повышения эффективности бизнеса данным способом ограничен мощностью производственной линии.

2. Улучшение процессов и технологий [20, с. 124]. Это более сложный способ, однако он отражает истинную сущность концепции бережливого производства, ведь большинство видов потерь кроется именно в процессах и технологиях.

Чтобы улучшение процессов осуществлялось быстрее, следует поощрять работников предлагать идеи по улучшению, потому что генеральный директор не знает всю обстановку непосредственно на рабочих местах в цехах.

3. Вертикальная интеграция не обязательно приводит к повышению эффективности бизнеса. В большинстве случаев целесообразнее отдать конкретную функцию на аутсорсинг [21, с. 138].

Представляется очевидным и уже проверенным на практике, что работы, проведённые в 2022 г., имеют ограниченный потенциал в части повышения эффективности, а следовательно, конкурентоспособности предприятия, ведь рост производительности труда ограничивается в данном случае мощностью модернизированного оборудования. Помимо этого, улучшение процессов и технологий также имеет предел, после которого затраты на изменение процедур превышают экономический эффект нововведений.

С этой точки зрения, а также учитывая три этапа трансформации предприятия, дальнейшим способом увеличения эффективности предприятия является повышение квалификации персонала. Данный аспект не был затронут в 2021–2022 гг., работы на предприятии в данном аспекте не проводились вплоть до настоящего момента времени [22, с. 592].

«Истинное» бережливое производство направлено на обучение сотрудников и формирование правильной корпоративной культуры, ведь только таким образом можно сделать проведённые изменения долгосрочными [23, с. 520].

Данная программа была разработана на основании изучения трудов авторов данной тематики (П. Гуаррайя, В. Пауэлс, Е. Ю. Давыдова) и является комплексной, учитывающей большее количество факторов. Программа представлена ниже (табл. 1).

Таблица 1. Программа повышения конкурентоспособности предприятия отрасли теплоизоляционных материалов на основе внедрения концепции бережливого производства [24, с. 55]

I. Подготовительный этап			
1. Научно-практические рекомендации по устойчивому преобразованию затрат	2. Инструментарий бережливого менеджмента	3. Концепция бережливой личности	4. Сущность потерь нереализованного творческого потенциала сотрудников
II. Основной этап			
1. Система обучения TWI		2. Внедрение цифровизации на предприятии	
III. Заключительный этап			
1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности	2. Оценка стоимости бизнеса		3. Рассмотрение возможных путей повышения инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности предприятия

Считаем важным рассмотреть из всего перечня описанных выше работ (подготовительный, основной и заключительный этапы) именно TWI как наиболее важный, значимый и трудоёмкий процесс. Рассмотрим данные о системе обучения (рис. 6).

Система обучения TWI является полезным для различных работников на предприятии (рис. 7).

Численность одной учебной группы составляла 10 человек. Из 370 человек, работающих на предприятии, было

обучено 250 рабочих, т. е. 67% персонала.

Одновременно на одном заводе может обучаться две группы.

Срок обучения – 4 недели (с понедельника по пятницу).

Обучение включает четыре модуля по пять дней.

Также в рамках TWI были подготовлены внутренние инструкторы, которые продолжают вовлекать и обучать всех желающих на заводе, в т. ч. новых сотрудников, сокращая срок адаптации последних.

Система обучения TWI

- пересмотр, анализ и улучшение стандартных операционных процедур
- поиск потерь на более глубоком уровне

Цифровая бизнес-среда

- снижение затрат на получение и обработку информации
- сокращение потерь и нецелевых действий

Рис. 6. Сущность предлагаемых мероприятий по работе с персоналом [25, с. 13]

Для директоров и собственников

- увеличение прибыли и конкурентоспособности предприятия

Для директоров по производству

- сократить брак, снизить простои оборудования

Для директоров по персоналу

- сократить время адаптации, повысить уровень квалификации

Для директоров по развитию производства

- вовлечение сотрудников в бережливое производство

Для директоров учебных центров подготовки кадров

- сократить срок и повысить качество обучения

Рис. 7. Для кого полезна система TWI [25, с. 14]

Экономический эффект составил 108,7 млн руб. (0,8% от выручки предприятия). Подробные данные представлены на (рис. 8).

Наибольшее значение в достижении такого результата имел рост производительности труда, в т. ч. за счёт устранения потерь при выполнении операций. В повышении продуктивности работников важную роль имели работы по устранению восьмой потери (нереализованный творческий потенциал), в ходе которых наблюдался рост удовлетворённости персонала за счёт обогащения труда и ротации.

Затраты составили 73 914 тыс. руб., среди которых можно выделить потреб-

ность в оборотном капитале (34 608 тыс. руб.) и затраты на формирование цифровой бизнес-среды (39 106 тыс. руб.). Данные представлены ниже (рис. 9).

Также внедрение TWI будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятия. Выше был сделан вывод, что внедрение системы TWI на предприятии является частью выработанных в ходе SWOT-анализа стратегий [26, с. 81]

Данный инструмент будет способствовать снижению издержек производства и повышению мотивации работников. Помимо этого, изменения произойдут в 4 сферах (табл. 2).



Рис. 8. Результаты внедрения инструментов системы TWI [25, с. 15]

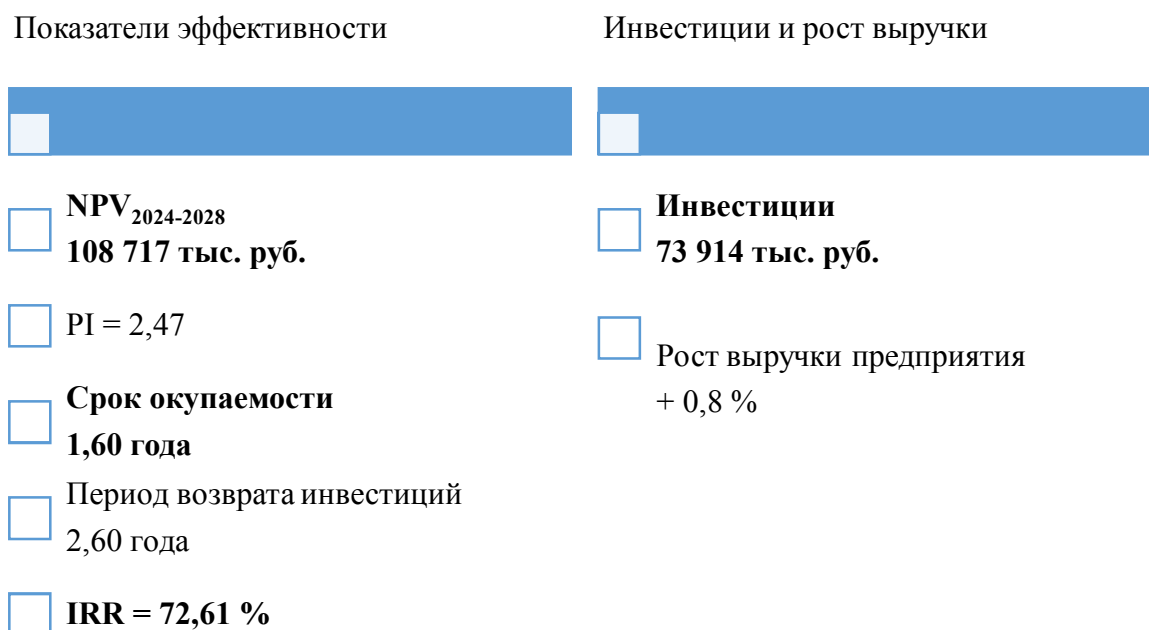


Рис. 9. Показатели эффективности и затраты проекта [25, с. 16]

Таблица 2. Области изменения и новые стратегии развития в результате внедрения TWI согласно SWOT-анализу [25, с. 17]

Факторы непосредственного окружения		Факторы внутренней среды	
потребители	конкуренты	кадры	организация
Ослабление ценового давления	Повышение ценности компании в глазах потребителя (защита от демпинга)	Повышение у работников заинтересованности в развитии компании	Создание системы обучения персонала на постоянной основе
Снижение риска переключения на другую марку	Рост лояльности потребителей (защита от атаки на существующих клиентов)	Повышение квалификации персонала	Повышение привлекательности компании для стейкхолдеров
Новые стратегии развития компании вследствие внедрения TWI			
Формирование корпоративной социальной ответственности	Интеграция в операционную деятельность целей устойчивого развития ООН	Создание тренингового центра для обучения персонала компаний-неконкурентов	Создание концепции well-being в рамках общей политики компании
Следствие использования новых стратегий			
Повышение ценности бренда и улучшение имиджа компании для стейкхолдеров			

В результате внедрения TWI будет снижено отрицательное воздействие факторов непосредственного окружения. В результате уменьшения конечной стоимости товара потребители станут более лояльными (выявленные ранее риск ценового давления и риск переключения на другую марку).

Постоянное совершенствование бизнес-процессов и повышение квалификации персонала может стать внешне привлекательным аргументом для усиления позиций компаний, что будет отчасти решать проблемы демпинга конкурентов их атаки на существующих потребителей предприятия [27, с. 3086].

Внедрение TWI поможет в работе со внутренними факторами компании. Недостаток организации, выявленный на этапе SWOT-анализа, – отсутствие системы обучения персонала на постоянной основе. Кадровая составляющая также улучшилась: появится заинтересованность у работников в развитии компании и повысится квалификация персонала.

Отдельно следует отметить повышение привлекательности компании для стейкхолдеров, как внутренних (работники), так и внешних (потребители). Для первой группы обучение – дополнительная нематериальная мотивация и сигнал о том, что компания заботится о росте своих сотрудников. Также данное обстоятельство будет положительно расценено потребителями.

Рассмотренные выше изменения в четырёх областях (потребители, конкуренты, кадры и организация) делают возможным использование четырёх стратегий развития для компании в будущем.

Данные стратегии были рассмотрены в таблице 1.

1. Корпоративная социальная ответственность – концепция, в соответствии с которой организации учитывают интересы общества, возлагая на себя ответственность за влияние их деятельности на фирмы и прочие заинтересованные стороны общественной сферы.

2. Цели в области устойчивого развития являются своеобразным призывом к действию, исходящим от всех стран — бедных, богатых и среднеразвитых. Он нацелен на улучшение благосостояния и защиту нашей планеты. Государства признают, что меры по ликвидации бедности должны приниматься параллельно усилиям по наращиванию экономического роста и решению целого ряда вопросов в области образования, здравоохранения, социальной защиты и трудоустройства, а также борьбе с изменением климата и защите окружающей среды [28, с. 52].

3. В рамках внедрения системы обучения TWI были обучены внутренние наставники, которые могут использовать

свой опыт и новую методику для обучения других компаний на рынке. Создание тренингового центра на базе предприятия положительно скажется на его имидже в глазах потребителей и закрепит в умах конкурентов и других компаний лидерские позиции предприятия.

4. Благополучие (или благосостояние) сотрудников – это часть общей корпоративной культуры, без которой сегодня не обходится ни одна развитая компания. Сегодня важно внедрять в работу программы не только по адаптации, развитию и обучению персонала, но и благополучию.

Well-being – комплексный подход, включающий пять основных элементов благополучия человека: карьера, здоровье, финансы, социальные связи, общественные связи [29, с. 37; 30; 31].

Выводы

С учётом вышеизложенного можно сделать вывод о повышении конкурентоспособности предприятия в результате проведённых мероприятий по работе с персоналом.

Основанием для возможного распространения практик на всю отрасль теплоизоляционных материалов может служить факт, что корпорация является лидером отрасли, а пилотный завод для апробации методики – лидер в корпорации по развитию производственной системы, в рамках Белгородской области данный завод отмечен благодарственным письмом администрации г. Белгорода за лучший результат по показателям производительности труда по итогам 2021 г.

Приведённая в настоящей статье программа повышения конкурентоспособности предприятия отрасли теплоизоляционных материалов на основе внедрения концепции бережливого производства при её проецировании на другие компании является перспективной в плане повышения конкурентоспособности Российской Федерации на мировой арене, ведь экономика страны зависит от эффективности функционирующих в ней субъектов.

Список литературы

1. Дубровина Т. А. Цифровые технологии как фактор повышения конкурентоспособности промышленного предприятия // Белгородский экономический вестник. 2022. № 3 (107). С. 51–55.
2. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 12.01.2024).
3. Бабанов А. Б. Современное понимание и значение конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. 2022. № 1 (396). С. 75–79.
4. Вертакова Ю. В. Трансформация промышленности в условиях цифровизации экономики: тренды и особенности реализации // Экономика и управление. 2021. Т. 27, № 7 (189). С. 491–503.
5. Аналитический отчет по результатам анализа состояния конкуренции на рынке минеральной каменной ваты ФАС России. URL: <https://fas.gov.ru/documents/622532> (дата обращения: 18.01.2024).
6. Ганебных Е. В., Гурова Е. С., Алцыбеева И. Г. От бережливого производства к экологическому управлению // Вопросы инновационной экономики. 2019. Т. 9, № 4. С. 1393–1402.
7. Somina I. V., Kondakov M. V. Analysis of the Usage of Principles of Circular Economy in the Industry of Thermal Insulation Materials (Using the Example of "Rockwool Group") // Economics. Information technologies. 2022. N 49(3). P. 529–535. <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-3-529-535>.
8. Данилова В. Ю. Конкурентоспособность строительной организации // Молодой ученый. 2018. № 44 (230). С. 67–70.
9. Владыка М. В. Повышение конкурентоспособности предприятий строительной индустрии на региональных рынках жилья // Финансовая экономика. 2020. № 11. С. 29–33.
10. Александрова Е. Н., Вдовина В. А. Основные факторы конкурентоспособности строительных предприятий // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2019. № 9-1. С. 99–102.
11. Министерство экономического развития РФ. URL: <http://economy.gov.ru/minec/main> (дата обращения: 17.01.2024).
12. Авдеева Е. С. Применение концепции бережливого производства к вспомогательной подсистеме промышленного предприятия // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10, № 2. С. 54–59.
13. Институт народно-хозяйственного прогнозирования РАН. URL: <https://ecfor.ru> (дата обращения: 12.01.2024).
14. Абдурахимова Ф. Т. К. Конкурентоспособность: понятие и факторы // Life Sciences and Agriculture. 2020. № 2-2. С. 180–184.
15. Кондаков М. В. Внедрение концепции бережливого производства как фактор повышения конкурентоспособности предприятия // Образование. Наука. Производство: сборник докладов XIV Международного молодежного форума. Белгород: БГТУ им. В. Г. Шухова, 2022. Ч. 17. С. 329–333.
16. Кондаков М. В. Бережливое производство как инструмент стратегического управления предприятием // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2021): сборник материалов Всероссийской научной конференции молодых исследователей с международным участием. М.: Российский государственный университет имени А. Н. Косыгина (Технология. Дизайн. Искусство), 2021. Ч. 3. С. 177–181.
17. Сомина И. В., Кондаков М. В. Концепция бережливого производства и бережливые инновации как основа обеспечения конкурентоспособности предприятия // Инновационное развитие и промышленный рост экономики в условиях неоиндустриализации / под ред. Ю. А. Дорошенко, И. О. Малыхина, В. В. Авилова [и др.]. Белгород: Изд-во БГТУ, 2022. С. 180–196.
18. Костюхин Ю. Ю. Методические положения формирования системы управления промышленным предприятием на основе использования его потенциала // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2020. Т. 28, № 1. С. 110–122.
19. Зинина О. В. Разработка механизма повышения конкурентоспособности предприятия // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021. Т. 10, № 2(35). С. 172–175.
20. Золотова Л. В., Конюченко О. Н., Уманский С. С. Бережливое производство: содержание понятия // Естественно-гуманитарные исследования. 2022. № 40 (2). С. 121–129.

21. Денисова Е. Д., Куприянов С. В. Региональное развитие, базирующееся на принципах устойчивости // Вестник БГТУ им. В. Г. Шухова. 2018. № 7. С. 136–143.
22. Сомина И. В., Кондаков М. В. Комплексный взгляд на цифровую трансформацию бизнеса // Ресурсосбережение. Эффективность. Развитие: материалы VI Международной научно-практической конференции, г. Донецк, 29 октября 2021 г. / отв. ред. А. В. Ярошенко. Донецк: Донецкий национальный технический университет, 2021. С. 587–594.
23. Бельш К. В. Комплексный подход к внедрению и оценке эффективности проектов по бережливому производству на промышленном предприятии // Вопросы инновационной экономики. 2018. Т. 8, № 3. С. 513–530.
24. Гуаррайя П., Пауэлс В. Больше, чем бережливое производство // Business Excellence. 2018. № 5. С. 54–58.
25. Somina I., Kondakov V., Kondakov M. The concept of lean production: new point of view on competitiveness of business // XVIII International May Conference on Strategic Management – IMCSM22, May 28, 2022, Bor / ed. by Zhivan Zhivkovich. Belgorod: Belgorod University, 2022. Vol. 18, is. 1. P. 12–17.
26. Сандитов М. Д., Шабыкова Н. Э. Методы оценки конкурентоспособности предприятия // Проблемы и перспективы развития научно-технологического пространства России: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. Белгород: Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2020. С. 80–84.
27. Суетина Т. А., Сафина Д. М. Методика оценки экономической эффективности инвестиций во внедрение мероприятий бережливого производства // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19, № 10. С. 3085–3094.
28. Давыдова Е. Ю., Гыязов А. Т., Дехканов У. А. Инновации как фактор конкурентоспособности предприятия // Территория науки. 2018. № 5. С. 51–55.
29. Чернышева О. Г. Экономическая конкурентоспособность организации // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. № 1 (127). С. 34–41. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.127.141>.
30. Мещерякова Е. А. Конкурентоспособность организации // Молодой ученый. 2022. № 20 (415). С. 488–490.
31. Дорофеева В. В. Методический подход к оценке стратегической конкурентоспособности промышленного предприятия // Проблемы социально-экономического развития Сибири. 2018. № 4. С. 35–42.

References

1. Dubrovina T. A. Cifrovye tekhnologii kak faktor povysheniya konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriyatiya [Digital technologies as a factor of increasing the competitiveness of an industrial enterprise]. *Belgorodskij ekonomicheskij vestnik = Belgorod Economic Bulletin*, 2022, no. 3 (107), pp. 51–55.
2. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki [Federal State Statistics Service]. Available at: <http://www.gks.ru>. (accessed 12.01.2024)
3. Babanov A. B. Sovremennoe ponimanie i znachenie konkurentosposobnosti predpriyatiya [Modern understanding and importance of enterprise competitiveness]. *Molodoj uchenyj = Young Scientist*, 2022, no. 1 (396), pp. 75–79.
4. Vertakova Yu. V. Transformaciya promyshlennosti v usloviyah cifrovizacii ekonomiki: trendy i osobennosti realizacii [Industry transformation in the conditions of digitalization of the economy: trends and features of implementation]. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*, 2021, vol. 27, no. 7 (189), pp. 491–503.
5. Analiticheskii otchet po rezul'tatam analiza sostoyaniya konkurentsii na rynke mineral'noi kamennoi vaty FAS Rossii [Analytical report on the results of the analysis of the state of competition in the market of mineral stone wool of the Federal Antimonopoly Service of Russia]. Available at: <https://fas.gov.ru/documents/622532>. (accessed 18.01.2024)

6. Ganebnykh E. V., Gurova E. S., Altsybeeva I. G. Ot berezhlivogo proizvodstva k ekologicheskomu upravleniyu [From lean production to environmental management]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki = Issues of Innovative Economy*, 2019, vol. 9, no. 4, pp. 1393–1402.
7. Somina I. V., Kondakov M. V. Analysis of the Usage of Principles of Circular Economy in the Industry of Thermal Insulation Materials (Using the Example of "Rockwool Group"). *Economics. Information Technologies*, 2022, no. 49(3), pp. 529–535. <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-3-529-535>
8. Danilova V. Yu. Konkurentosposobnost' stroitel'noj organizatsii [Competitiveness of the construction organization]. *Molodoj uchenyj = Young Scientist*, 2018, no. 44 (230), pp. 67–70.
9. Vladyka M. V. Povyshenie konkurentosposobnosti predpriyatij stroitel'noj industrii na regional'nykh rynkakh zhil'ya [Increasing the competitiveness of construction industry enterprises in the regional housing markets]. *Finansovaya ekonomika = Financial Economics*, 2020, no. 11, pp. 29–33.
10. Aleksandrova E. N., Vdovina V. A. Osnovnye faktory konkurentosposobnosti stroitel'nykh predpriyatij [Main factors of competitiveness of construction enterprises]. *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnykh i estestvennykh nauk = International Journal of Humanities and Natural Sciences*, 2019, no. 9-1, pp. 99–102.
11. Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya RF [Ministry of Economic Development of the Russian Federation]. Available at: <http://economy.gov.ru/minec/main>. (accessed 17.01.2024)
12. Avdeeva E. S. Primenenie koncepcii berezhlivogo proizvodstva k vspomogatel'noj podsysteme promyshlennogo predpriyatiya [Application of the concept of lean production to the auxiliary subsystem of the industrial enterprise]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*, 2020, vol. 10, no. 2, pp. 54–59.
13. Institut narodno-khozyaistvennogo prognozirovaniya RAN [Institute of National Economic Forecasting of the Russian Academy of Sciences]. Available at: <https://ecfor.ru>. (accessed 12.01.2024)
14. Abdurakhimova F. T. K. Konkurentosposobnost': ponyatie i faktory [Competitiveness: concept and factors]. *Life Sciences and Agriculture*, 2020, no. 2-2, pp. 180–184.
15. Kondakov M. V. [Introduction of the concept of lean production as a factor of increasing the competitiveness of the enterprise]. *Obrazovanie. Nauka. Proizvodstvo. XIV Mezhdunarodnyj molodezhnyj forum* [Education. Science. Production. Collection of reports of the XIV International Youth Forum]. Belgorod, BSTU named after V. G. Shukhov Publ., 2022, pt. 17, pp. 329–333. (In Russ.)
16. Kondakov M. V. [Lean production as a tool of strategic management of the enterprise]. *Ekonomika segodnya: sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya (Vektor-2021). Vserossijskaya nauchnaya konferenciya molodykh issledovatelej s mezhdunarodnym uchastiem* ["Economics today: current state and prospects of development" (Vector-2021). All-Russian scientific conference of young researchers with international participation]. Moscow, Kosygin Russian State University (Technology. Design. Art) Publ., 2021, pt. 3, pp. 177–181. (In Russ.)
17. Somina I. V., Kondakov M. V. Koncepciya berezhlivogo proizvodstva i berezhlivye innovatsii kak osnova obespecheniya konkurentosposobnosti predpriyatiya [The concept of lean production and lean innovation as a basis for ensuring the competitiveness of the enterprise]. *Innovatsionnoye razvitiye i promyshlennyy rost ekonomiki v usloviyakh neindustriyazatsii* [Innovative development and industrial growth of economy in the conditions of neoindustrialization]; ed. by Y. A. Doroshenko, I. O. Malykhina, V. V. Avilova [et al.]. Belgorod, BSTU Publ., 2022, pp. 180–196.
18. Kostyukhin Yu. Yu. Metodicheskie polozeniya formirovaniya sistemy upravleniya promyshlennym predpriyatiem na osnove ispol'zovaniya ego potentsiala [Methodological provisions for the formation of the management system of an industrial enterprise based on the use of its potential]. *Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov = Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia. Series: Economics*, 2020, vol. 28, no. 1, pp. 110–122.
19. Zinina O. V. Razrabotka mekhanizma povysheniya konkurentosposobnosti predpriyatiya [Development of the mechanism for increasing the competitiveness of the enterprise]. *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie = Azimut of Scientific Research: Economics and Management*, 2021, vol. 10, no. 2(35), pp. 172–175.
20. Zolotova L. V., Konyuchenko O. N., Umansky S. S. Berezhlivoe proizvodstvo: sodержanie ponyatiya [Lean production: the content of the concept]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural Sciences and Humanities Research*, 2022, no. 40 (2), pp. 121–129.

21. Denisova E. D., Kupriyanov S. V. Regional'noe razvitie, baziruyushcheesya na principah ustojchivosti [Regional development based on the principles of sustainability]. *Vestnik BGTU im. V. G. Shuhova = Vestnik BSTU named after V. G. Shukhov*, 2018, no. 7, pp. 136–143.
22. Somina I. V., Kondakov M. V. [Complex view on digital transformation of business]. *Resursosberezhenie. Effektivnost'. Razvitie. Materialy VI Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii, g. Doneck, 29 oktyabrya 2021* [Resursosberezhenie. Efficiency. Development. Proceedings of the VI International scientific-practical conference, Donetsk, October 29, 2021]; ed. by A. V. Yaroshenko. Donetsk, Donetsk National Technical University Publ., 2021, pp. 587–594. (In Russ.)
23. Belysh K. V. Kompleksnyj podhod k vnedreniyu i ocenke effektivnosti proektov po berezhlivomu proizvodstvu na promyshlennom predpriyatii [Integrated approach to the implementation and assessment of the effectiveness of lean manufacturing projects at an industrial enterprise]. *Voprosy innovatsionnymi ekonomiki = Issues of Innovative Economy*, 2018, vol. 8, no. 3, pp. 513–530.
24. Guarraia P., Powels V. Bol'she, chem berezhlivoe proizvodstvo [More than lean manufacturing]. *Business Excellence*, 2018, no. 5, pp. 54–58.
25. Somina I., Kondakov V., Kondakov M. The concept of lean production: new point of view on competitiveness of business. XVIII International May Conference on Strategic Management – IMCSM22, May 28, 2022, Bor; ed. by Zhivan Zhivkovich. Belgorod, Belgorod University Publ., 2022, vol. 18, is. 1, pp. 12–17.
26. Sanditov M. D., Shabykova N. E. [Methods of assessing the competitiveness of the enterprise]. *Problemy i perspektivy razvitiya nauchno-tehnologicheskogo prostranstva Rossii. Sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii 11 iyunya 2020* [Problems and prospects of development of scientific and technological space of Russia. A collection of scientific papers on the materials of the International Scientific and Practical Conference]. Belgorod, Agency for Advanced Scientific Research (APNI) Publ., 2020, pp. 80–84. (In Russ.)
27. Suetina T. A., Safina D. M. Metodika ocenki ekonomicheskoy effektivnosti investitsij vo vnedrenie meropriyatij berezhlivogo proizvodstva [Methodology for assessing the economic efficiency of investment in the implementation of lean production measures]. *Rossijskoe predprinimatel'stvo = Russian Entrepreneurship*, 2018, vol. 19, no. 10, pp. 3085–3094.
28. Davydova E. Yu., Gyazov A. T., Dehkanov U. A. Innovacii kak faktor konkurentosposobnosti predpriyatiya [Innovations as a factor of enterprise competitiveness]. *Territoriya nauki = Territory of Science*, 2018, no. 5, pp. 51–55.
29. Chernysheva O. G. Ekonomicheskaya konkurentosposobnost' organizacii [Economic competitiveness of the organization]. *Mezhdunarodnyj nauchno-issledovatel'skij zhurnal = International Research Journal*, 2023, no. 1 (127), pp. 34–41. <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.127.141>
30. Meshcheryakova E. A. Konkurentosposobnost' organizacii [Competitiveness of the organization]. *Molodoj uchenyj = Young Scientist*, 2022, no. 20 (415), pp. 488–490.
31. Dorofeeva V. V. Metodicheskij podhod k ocenke strategicheskoy konkurentosposobnosti promyshlennogo predpriyatiya [Methodical approach to the assessment of strategic competitiveness of an industrial enterprise]. *Problemy social'no-ekonomicheskogo razvitiya Sibiri = Problems of Socio-Economic Development of Siberia*, 2018, no. 4, pp. 35–42.

Информация об авторе / Information about the Author

Кондаков Максим Викторович, ассистент кафедры стратегического управления, Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Российская Федерация, e-mail: kondakov_max@mail.ru, SPIN: 9393-0380, Autor ID: 1080851

Maxim V. Kondakov, Assistant of the Department of Strategic Management, Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov, Belgorod, Russian Federation, e-mail: kondakov_max@mail.ru, SPIN: 9393-0380, Autor ID: 1080851

Оригинальная статья / Original article

УДК 338.48

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-123-132>**Интегративный подход к развитию инклюзивного туризма:
модель многоуровневого взаимодействия субъектов рынка услуг****А. В. Мустафина¹, О. Е. Пирогова¹✉**

¹ Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
ул. Политехническая, д. 29, г. Санкт-Петербург 195251, Российская Федерация

✉ e-mail: kafedra17@rambler.ru

Резюме

Актуальность. На сегодняшний день вместе с развитием инклюзивного туризма прослеживается необходимость сбалансированного взаимодействия между его участниками. Данное взаимодействие является неотъемлемым элементом для достижения устойчивого развития инклюзивного туризма в долгосрочной перспективе.

Цель – разработка модели взаимодействий в сфере инклюзивного туризма, направленной на оптимизацию сотрудничества между ключевыми участниками данной отрасли.

Задачи: определить роль государства в развитии инклюзивного туризма; сформировать модель внешней среды взаимодействия в инклюзивном туризме; провести анализ взаимодействия между государственными органами, частным сектором, неправительственными организациями и потребителями в контексте инклюзивного туризма.

Методология. Методика исследования включала применение субъектного, системного, процессного и функционально-средового подходов для анализа внутренней и внешней среды взаимодействия в инклюзивном туризме.

Результаты. В настоящее время становится актуальной проблема инклюзивного туризма, который является новейшим методом реабилитации и восстановления благополучия человека. Межотраслевой туристский комплекс выступает катализатором интеграции и инновации, поддерживает разнообразие туристских продуктов и услуг. Модель UNWTO является универсальной, но неподходящей по ряду критериев для специфических условий отдельных регионов. Государство формирует рамки для развития инклюзивного туризма и принимает участие в создании подразделений и комитетов, взаимодействующих с различными секторами экономики и туристскими организациями. Представленная комплексная модель взаимодействия основывается на принципах синергии и обмена информацией между заинтересованными сторонами.

Выводы. Эффективная коммуникация между участниками туристского рынка может быть достигнута с помощью разработки и предоставления адаптированных технологий. Необходимо создание доступной инфраструктуры, защиты прав и интересов инклюзивных туристов через совместные усилия и обмен знаниями и ресурсами. Инклюзивная туристическая система должна включать в себя не только адаптацию инфраструктуры и услуг, но и образовательные инициативы. Должен быть комплексный подход, обеспечивающий прочную связь между государством, частным сектором и общественными организациями.

Ключевые слова: инклюзивный туризм; инвалидность; люди с ограниченными возможностями здоровья; модель взаимодействия; устойчивое развитие туризма.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Мустафина А. В., Пирогова О. Е. Интегративный подход к развитию инклюзивного туризма: модель многоуровневого взаимодействия субъектов рынка услуг // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 123–132. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-123-132>.

Поступила в редакцию 07.02.2023

Принята к публикации 03.03.2024

Опубликована 27.04.2024

An Integrative Approach to the Development of Inclusive Tourism: a Model of Multilevel Interaction of Service Market Entities

Alisa V. Mustafina¹, Oksana E. Pirogova¹✉

¹ Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University
29 Polytechnic Str., St. Petersburg 195251, Russian Federation

✉ e-mail: kafedra17@rambler.ru

Abstract

Relevance. Today, along with the development of inclusive tourism, there is a need for balanced interaction between its participants. This interaction is an essential element for achieving sustainable development of inclusive tourism in the long term.

The purpose is development of a model of interaction in the field of inclusive tourism aimed at optimizing cooperation between key participants in this industry.

Objectives: to determine the role of the state in the development of inclusive tourism, to form a model of the external environment of interaction in inclusive tourism, to analyze the interaction between government agencies, the private sector, non-governmental organizations and consumers in the context of inclusive tourism.

Methodology. The research methodology included the use of subjective, systemic, process and functional-environmental approaches to analyze the internal and external environment of interaction in inclusive tourism.

Results. Currently, the problem of inclusive tourism is becoming urgent, which is the newest method of rehabilitation and restoration of human well-being. The intersectoral tourism complex acts as a catalyst for integration and innovation, and supports a variety of tourism products and services. The UNWTO model is universal, but unsuitable for a number of criteria for the specific conditions of individual regions. The State forms a framework for the development of inclusive tourism and participates in the creation of departments and committees that interact with various sectors of the economy and tourism organizations. The presented comprehensive model of interaction is based on the principles of synergy and information exchange between stakeholders.

Conclusions. Effective communication between participants in the tourism market can be achieved through the development and provision of adapted technologies. It is necessary to create an accessible infrastructure, protect the rights and interests of inclusive tourists through joint efforts and the exchange of knowledge and resources. An inclusive tourism system should include not only the adaptation of infrastructure and services, but also educational initiatives. There should be an integrated approach that ensures a strong link between the State, the private sector and public organizations.

Keywords: inclusive tourism; disability; people with disabilities; interaction model; sustainable tourism development.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Mustafina A. V., Pirogova O. E. An Integrative Approach to the Development of Inclusive Tourism: a Model of Multilevel Interaction of Service Market Entities. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 123–132. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-123-132>.

Received 07.02.2023

Accepted 03.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

В 2023 г. внутренний турпоток в России продолжил демонстрировать тенденции к восстановлению, достигая почти допандемийного уровня [1]. Прогнозируется, что в 2023 г. объем внутреннего туризма достигнет около 65 млн поездок, что на 3 млн больше, чем в 2022 г. [2].

Инклюзивный туризм набирает актуальность в мировом сообществе. По дан-

ным Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации, на 2023 г. население России составляет около 146 млн человек, из которых более 13 млн являются инвалидами [3]. Это означает, что примерно каждый десятый гражданин России нуждается в особой помощи и поддержке. Численность инвалидов в России представлена ниже (рис. 1).

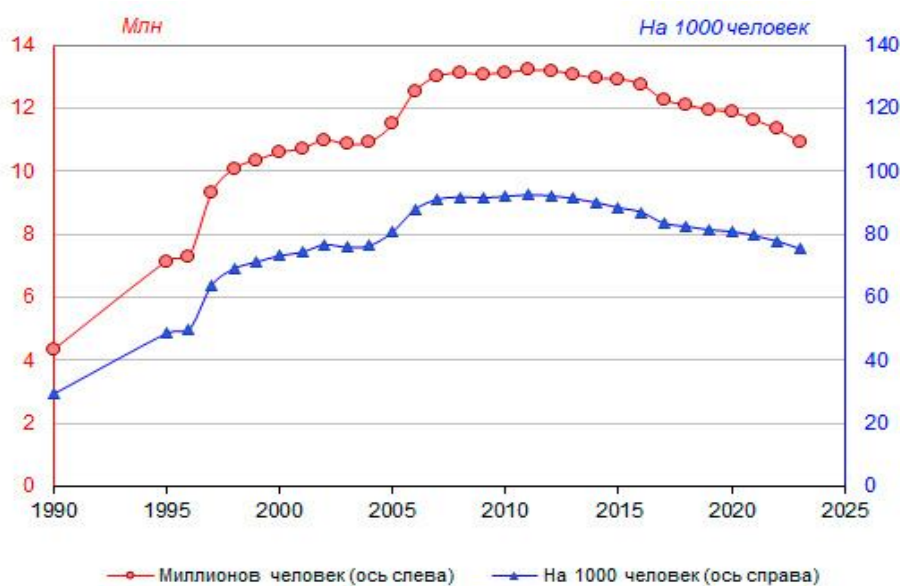


Рис. 1. Численность инвалидов в России (млн человек) и в расчете на 1000 человек постоянного населения, 1990-2023 гг., на начало года [4]

Основные исследования в данной области касаются вопросов доступности туристических услуг для людей с ограниченными возможностями и интеграции социально уязвимых групп населения в туристический процесс. Работы ученых, таких как Саймон Дарси и Димитриос Бухалис, демонстрируют мультидисциплинарный подход к проблеме, охватывая аспекты социальной справедливости, экономической выгоды и управленческих стратегий [5].

Инклюзивный туризм не только способствует социальной интеграции и улучшению качества жизни людей с ограниченными возможностями, но и может служить инновационным методом реабилитации и восстановления благополучия человека [6].

Материалы и методы

Важной частью развития инклюзивного туризма является понимание и анализ различных подходов и практик, применяемых в мире. Это особенно актуально для опыта стран ЕС, где развитие доступного туризма было весьма успешным. В этом контексте можно рассмотреть развитие интегрированных моделей взаимодействия с участием как государственных органов, так и частного сектора, неправительственных организаций и конечных пользователей.

Эта модель должна быть основана на принципах синергии и обмена информацией и ресурсами между вовлеченными сторонами. Ключевыми элементами являются формирование междисциплинар-

ных групп и создание партнерств между различными организациями для совместной работы над проектами в сфере инклюзивного туризма.

В этом контексте можно рассмотреть разработку комплексной модели взаимодействия, включающей как государственные органы, так и частный сектор, неправительственные организации и конечных потребителей. Модель должна основываться на принципах синергии и обмена информацией и ресурсами между заинтересованными сторонами. Важными элементами являются формирование междисциплинарных групп и создание партнерств между различными организациями для совместной работы над проектами в сфере инклюзивного туризма.

Отчёт Всемирной туристской организации (UNWTO) «Глобальный отчет об инклюзивных туристических направлениях: модель и истории успеха» предлагает модель инклюзивного туризма, фокусирующуюся на интеграции маломобильных групп населения. Данная модель включает множество аспектов, например, учёт потребностей всех категорий туристов и разработку специализированных услуг и инфраструктуры [7].

Анализируя модель инклюзивного туризма UNWTO, можно отметить одну деталь: модель UNWTO имеет глобальный охват и фокусируется на устойчивости туризма, что делает её универсальной и ориентированной на интеграцию маломобильных групп населения. Однако она может быть слишком обобщённой для специфических условий отдельных регионов, таких как Санкт-Петербург, и требует адаптации к локальным контекстам. Будущая модель должна предлагать более целостный и координированный подход, учитывая конкретные задачи и функции каждого участника, что способствует повышению эффективности и целенаправленности предлагаемых мер и стратегий, делая модель более детализированной и адаптированной к специфике региона.

Результаты и их обсуждение

Учитывая вышеперечисленные особенности, была сформирована следующая модель внешней среды взаимодействия (рис. 2).

Согласно исследованию Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) по туристическим тенденциям и политикам 2020 года, государство играет ведущую роль в оптимизации потенциальных выгод от туризма и минимизации связанных с ним издержек [8]. В контексте приведенной модели роль государства включает в себя не только формирование общих рамок для развития инклюзивного туризма, но и активное участие в создании специализированных подразделений и комитетов, которые взаимодействуют с различными секторами экономики и туристскими организациями.

В индустрии инклюзивного туризма и сопутствующих отраслей экономики межотраслевой туристский комплекс выступает катализатором интеграции и инновации, способствует разработке и внедрению инклюзивных мер, поддерживая разнообразие туристских продуктов и услуг.

С одной стороны, индустрия инклюзивного туризма направлена на создание комфортных и доступных условий проживания, транспортных услуг, объектов питания и развлечений, с другой – сопутствующие отрасли экономики, такие как банковские услуги, страхование и медицина, обеспечивают дополнительную поддержку, учитывая потребности инклюзивного туризма и создавая благоприятную среду для всех туристов.

Эта интеграция подчеркивает необходимость межсекторального сотрудничества для достижения устойчивого развития туристической отрасли, что является ключевым фактором в текущей модели взаимодействия [9].

Успех развития инклюзивного туризма опирается на адаптацию каждого

аспекта от средств размещения и транспортного обслуживания до информационных услуг, чтобы удовлетворить по-

требности всех туристов через доступность, специализированные услуги и обученный персонал.

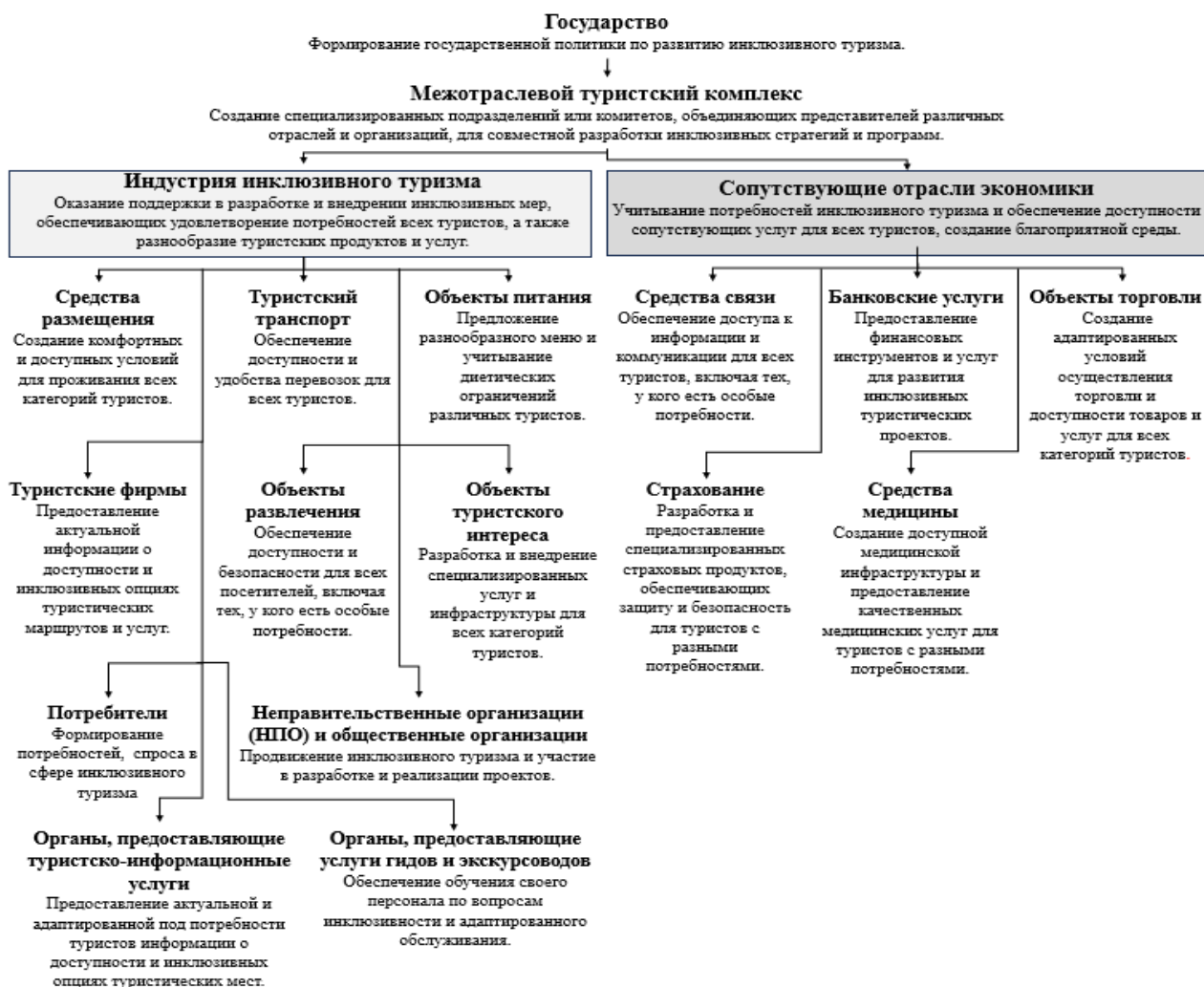


Рис. 2. Внешняя среда взаимодействия участников инклюзивного рынка

Эффективная коммуникация между участниками туристского рынка является основой для создания доступной и информативной среды для всех туристов, включая людей с особыми потребностями [10]. Это может быть достигнуто с помощью разработки и предоставления адаптированных технологий, таких как специальные мобильные приложения, сайты с возможностью изменения размера шрифта и контраста, а также услуг для людей с нарушениями слуха или зрения [11]. Важно, чтобы информация о тури-

стических услугах и направлениях была доступна в разных форматах, обеспечивая равный доступ для всех [12].

На рисунке 3 отражена важность комплексного подхода в инклюзивном туризме, основываясь на ценностях кооперации и клиентоориентированности, модель подчеркивает необходимость создания доступной инфраструктуры, защиты прав и интересов инклюзивных туристов, а также продвижения инклюзивности в туризме через совместные усилия и обмен знаниями и ресурсами.

Миссия: формирование инклюзивной туристической системы, в которой каждый индивидум, независимо от своих особенностей, имеет возможность свободного доступа к туристическим объектам, услугам и активностям. Основное устремление заключается в достижении социальной справедливости и включения путем устранения физических, информационных и социальных барьеров, которые могут препятствовать участию определенных групп населения в туристической деятельности.

Цель: обеспечение взаимодействия субъектов туристского рынка в процессе оказания услуг инклюзивным потребителям, направленных на создание справедливых и равноправных условий для участия в туристической активности.

Направления взаимодействия:	Внешнее взаимодействие:		Внутреннее взаимодействие:
	Партнеры сферы инклюзивного туризма	Потребители	Организация
Ценности:	Кооперация	Клиентоориентированность	Производительность
Задачи:	Создание и поддержка доступной туристической инфраструктуры, продвижение местных достопримечательностей и культурных ценностей, участие в разработке и продвижении инклюзивных туристических продуктов.	Защита прав и интересов инклюзивных туристов, продвижение инклюзивности в туризме, повышение осведомленности об инклюзивном туризме.	Разработка политик и стандартов, предоставление финансовой поддержки, стимулирование инвестиций, обеспечение доступности туристических объектов и услуг, проведение обучения и сертификации, мониторинг и анализ ситуации, информирование и образование общественности, пропаганда инклюзивного туризма, предоставление консультаций и ресурсов.
Основные функции:	1. Синергия: объединение усилий всех участников инклюзивного туризма для совместного развития инклюзивного туризма. 2. Обмен информацией и ресурсами: в рамках сотрудничества партнеры обмениваются знаниями, опытом, информацией и материальными ресурсами для повышения эффективности деятельности.	1. Исследование потребностей различных групп туристов и их удовлетворение 2. Адаптация туристической инфраструктуры и обеспечение качественного обслуживания. 3. Продвижение информации для туристов. 4. Гарантия прав и защита законных интересов потребителей в процессе оказания услуг в сфере инклюзивного туризма	1. Исследование потребностей различных групп туристов и их удовлетворение 2. Адаптация туристической инфраструктуры и обеспечение качественного обслуживания. 3. Продвижение информации для туристов. 4. Гарантия прав и защита законных интересов потребителей в процессе оказания услуг в сфере инклюзивного туризма
Специфические методы и инструменты взаимодействия:	1. Формирование междисциплинарных групп. 2. Создание партнерств между государственными организациями, частными компаниями, неправительственными организациями и общественными группами. 3. Применение методов консультаций и совместного обсуждения с заинтересованными сторонами.	1. Проведение исследований рынка среди различных категорий туристов с особыми потребностями (качественные и количественный исследования). 2. Использование методов обратной связи и опросов с туристами. 3. Адаптация технологий: Использование современных информационных и коммуникационных технологий позволяет создать более доступные и удобные сервисы для туристов с особыми потребностями, такие как онлайн-резервации, мобильные приложения с адаптированным интерфейсом и т.д.	1. Анализ данных и прогнозирование спроса. Применение методов анализа данных для оценки эффективности инклюзивных туристических программ и мероприятий. 2. Развитие системы мониторинга и контроля для отслеживания выполнения планов и достижения поставленных целей. 3. Использование инструментов управления ресурсами, включая финансы и человеческие ресурсы. 4. Проведение образовательных программ и тренингов для персонала туристической индустрии.

Рис. 3. Внутренняя среда взаимодействия участников инклюзивного рынка [13]

Внешнее взаимодействие с партнерами по инклюзивному туризму – важный фактор успеха. Сотрудничество с различными организациями и ассоциациями обеспечивает синергию, необходимую для развития доступной и удобной для пользователей инфраструктуры [14]. Обмен информацией и ресурсами между партнерами позволяет эффективно внедрять инклюзивный туризм и продвигать культурные ценности [15]. Таким образом, создается среда, в которой каждый человек, независимо от его особенностей,

может полноценно путешествовать и познавать мир.

Внешнее взаимодействие с потребителями: ориентация на потребителя в инклюзивном туризме означает не только обеспечение доступности услуг, но и учет индивидуальных потребностей каждого туриста. Защита прав и интересов туристов и повышение осведомленности о возможностях инклюзивного туризма способствуют формированию более открытого и интегрированного общества [16].

Внутриорганизационное сотрудничество: эффективное внутреннее сотрудничество в организациях инклюзивного туризма направлено на разработку политики и стандартов, обеспечение качества услуг и адаптацию инфраструктуры [17]. Использование аналитических инструментов, мониторинга и образовательных программ помогает достигать целей и постоянно улучшать качество услуг [18].

В целом внутренняя среда сотрудничества сосредоточена на миссии формирования системы инклюзивного туризма, которая заключается в достижении социальной справедливости, устранении физических, информационных и социальных барьеров и вовлечении всех групп населения в туристическую деятельность. Ключевым элементом является сотрудничество между организацией и ее партнерами, а также внимание к нуждам потребителей [19].

Предложенная модель взаимодействия в инклюзивном туризме объединяет как внешние, так и внутренние аспекты. Можно сделать следующие выводы, проведя анализ данной модели.

Инклюзивный туризм – это сложная и многоуровневая структура, в которой главным звеном является четкое взаимодействие между всеми участниками — государственными органами, индустрией инклюзивного туризма, сопутствующими отраслями и межотраслевыми комплексами и, конечно же, конечными потребителями [20]. Представленная модель показывает необходимость совместных усилий всех заинтересованных сторон для достижения доступности, разнообразия и качества туристических услуг и продуктов.

В данной модели политика государства играет ведущую роль, так как фор-

мирует экономическую и правовую основы для развития инклюзивного туризма. Ведь успех всей системы во многом зависит от эффективности государственного регулирования.

Нельзя не отметить, что активное участие неправительственных организаций и частного сектора также является важной частью процесса. Создание специализированных подразделений, фокусирующихся на инклюзивных стратегиях и программах, позволяет учитывать и удовлетворять потребности всех категорий туристов.

Выводы

Особое внимание в модели уделяется внутренней среде взаимодействия, где основной акцент сделан на формировании инклюзивной туристической системы, направленной на устранение физических, информационных и социальных барьеров. Это включает в себя не только адаптацию инфраструктуры и услуг, но и образовательные инициативы, направленные на повышение осведомленности и компетенций персонала в области инклюзивного обслуживания.

Таким образом, представленная модель внешней среды взаимодействия в инклюзивном туризме демонстрирует необходимость комплексного подхода, включающего прочную связь между государством, частным сектором и общественными организациями, а также внимание к внутренним процессам всех структур, работающих в этой сфере. Это обеспечивает создание устойчивой и эффективной системы, способствующей социальной интеграции, справедливости и равенству доступа к туристическим ресурсам для всех групп населения.

Список литературы

1. Росстат оценил внутренний туризм за 9 месяцев 2023 года // Ассоциация туроператоров. URL: <https://www.atorus.ru/node/54569> (дата обращения: 22.01.2024).
2. Сборник статистики по внутреннему туризму // Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications> (дата обращения: 22.01.2024).

3. Внутренний турпоток в России в 2023 году превысит показатели прошлых лет // Интерфакс-Туризм. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/96433/> (дата обращения: 22.01.2024).
4. Официальная статистика: население, положение инвалидов // Росстат. 2023. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13964> (дата обращения: 25.01.2024).
5. Darcy S., Buhalis D. Introduction: From disabled tourists to accessible tourism // Accessible Tourism. Published by Channel view Publications, 2010.
6. Buhalis D., Ambrose I., Darcy S. Best Practice in Accessible Tourism: Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism. Channel view Publications, 2012. 379 p.
7. Глобальный доклад об инклюзивных туристических направлениях: модели и истории успеха // ЮНВТО. URL: <https://www.unwto.org/middle-east/publication/global-report-inclusive-tourism-destinations-model-and-success-stories> (дата обращения: 22.01.2024).
8. Тенденции и приоритеты политики в области туризма // Библиотека ОЭСР. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/555d8101-en/index.html?itemId=/content/component/555d8101-en> (дата обращения: 22.01.2024).
9. Роль коммуникации в развитии туризма. URL: <https://ideas.repec.org/a/ovi/oviste/vxiy2012i12p1161-1165.html> (дата обращения: 22.01.2024).
10. Пирогова О. Е., Емельянов А. Н. Моделирование рынка сферы гостеприимства на основе прогнозирования номерных тарифов // Международный научный журнал. 2020. № 2. С. 19–23.
11. Пирогова О. Е., Мустафина А. В. Исследование детерминант развития валового регионального продукта Санкт-Петербурга на основе моделирования вклада инклюзивного туризма // Ученые записки Международного банковского института. 2023. № 3 (45). С. 93–103.
12. Пирогова О. Е., Мустафина А. В. Детерминанты выручки предприятий сферы гостеприимства в постпандемийный период на основе сценарного подхода // Международный научный журнал. 2022. № 1 (82). С. 25–34.
13. Pirogova O. E., Plotnikov V. A., Gamidova A. M. Competitiveness of Enterprises in the Hospitality Industries: Increasing Mechanisms // E3S Web of Conferences. International Scientific Conference "Fundamental and Applied Scientific Research in the Development of Agriculture in the Far East" (AFE-2022). EDP Sciences, 2023. P. 05050. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337105050>.
14. Pirogova O., Shanygin S., Lavrova T., Plotnikov V. The hospitality industry development factors (case of St. Petersburg) // E3S Web of Conferences. 2021. Vol. 244,4. P. 10038. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124410038>.
15. Баданина С. В. Основная суть понятий «туризм для всех», «инватуризм», «инклюзивный туризм» и «доступный туризм» // Via scientiarum – Дорога знаний. 2015. № 1. С. 39–43.
16. Гареев Р. Р. Проблемы и перспективы развития инклюзивного туризма в Москве // Научный вестник МГУСиТ: спорт, туризм, гостеприимство. 2021. № 4(70). С. 29–37.
17. Заикина Ю. О., Стрельникова М. А. Российский и зарубежный опыт развития инклюзивного туризма // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 50. С. 382–385.
18. Иванов В. Д., Талызов С. Н., Абрамов Л. В. Инклюзивный туризм: туризм для лиц с ограниченными возможностями // Развитие науки и образования в современном мире: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. М.: АР-Консалт, 2018. С. 110–116.
19. Казакова С. П., Полпудникова Т. Ю. Развитие безбарьерного туризма в России: проблемы, перспективы // Приоритетные направления науки и технологий XXI века: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: Антровита, 2017. С. 50–54.
20. Лутошкина А. К. Роль государства в развитии инклюзивного туризма // Новые информационные технологии как основа эффективного инновационного развития: сборник статей Международной научно-практической конференции. Екатеринбург: Омега Сайнс, 2020. С. 85–87.

References

1. Rosstat otsenil vnutrennii turizm za 9 mesyatsev 2023 goda [Rosstat estimated domestic tourism for 9 months of 2023]. Assotsiatsiya turoperatorov [Associations of tour operators]. Available at: <https://www.atorus.ru/node/54569>. (accessed 22.01.2024)

2. Sbornik statistiki po vnutrennemu turizmu [Collection of statistics on inner-city tourism]. Rosstat [Rosstat]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm/publications>. (accessed 22.01.2024)
3. Vnutrennii turpotok v Rossii v 2023 godu prevysit pokazateli proshlykh let [The domestic tourist flow in Russia in 2023 will exceed the capacity indicators]. Interfaks-Turizm [Interfax-Tourism]. Available at: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/96433/>. (accessed 22.01.2024)
4. Ofitsial'naya statistika: naselenie, polozhenie invalidov [Official statistics: Population, number of disabled people]. Rosstat [Rosstat]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/folder/13964>. (accessed 25.01.2023)
5. Darcy S., Buhalis D. Introduction: From disabled tourists to accessible tourism. Accessible Tourism. Published by Channel view Publications, 2010.
6. Buhalis D., Ambrose I., Darcy S. Best Practice in Accessible Tourism: Inclusion, Disability, Ageing Population and Tourism. Channel view Publications, 2012. 379 p.
7. Global'nyi doklad ob inklyuzivnykh turisticheskikh napravleniyakh: modeli i istorii uspekha [Global report on inclusive tourism destinations: models and success stories]. YuNVTO [UNWTO]. Available at: <https://www.unwto.org/middle-east/publication/global-report-inclusive-tourism-destinations-model-and-success-stories>. (accessed 22.01.2024)
8. Tendentsii i priority politiki v oblasti turizma [Trends and priorities of the OECD tourism policy]. Biblioteka OESR [OECD Library]. Available at: <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/555d8101-en/index.html?itemId=/content/component/555d8101-en>. (accessed 22.01.2024)
9. Rol' kommunikatsii v razvitiy turizma [The role of communication in the development of tourism]. Available at: <https://ideas.repec.org/a/ovi/oviste/vxiy2012i12p1161-1165.html>. (accessed 22.01.2024)
10. Pirogova O. E., Yemelyanov A. N. Modelirovanie rynka sfery gostepriimstva na osnove prognozirovaniya nomernykh tarifov [Modeling of the market in the field of hotel management based on forecasting room rates]. *Mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal = International Scientific Journal*, 2020, no. 2, pp. 19–23.
11. Pirogova O. E., Mustafina A. V. Issledovanie determinant razvitiya valovogo regional'nogo produkta Sankt-Peterburga na osnove modelirovaniya vklada inklyuzivnogo turizma [A study of the determinants of the growth of the gross regional product of St. Petersburg based on modeling the contribution of inclusive tourism]. *Uchenye zapiski Mezhdunarodnogo bankovskogo instituta = Educational Notes of the International Banking Institute*, 2023, no. 3 (45), pp. 93–103.
12. Pirogova O. E., Mustafina A. V. Determinanty vyruchki predpriyatii sfery gostepriimstva v postpandemiinyi period na osnove stsennarnogo podkhoda [Deterministic deductions in the hotel business in the post-pandemic period based on a scenario approach]. *Mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal = International Scientific Journal*, 2022, no. 1 (82), pp. 25–34.
13. Pirogova O. E., Plotnikov V. A., Gamidova A. M. Competitiveness of Enterprises in the Hospitality Industries: Increasing Mechanisms. E3S Web of Conferences. International Scientific Conference "Fundamental and Applied Scientific Research in the Development of Agriculture in the Far East" (AFE-2022). EDP Sciences, 2023, p. 05050. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337105050>
14. Pirogova O., Shanygin S., Lavrova T., Plotnikov V. The hospitality industry development factors (case of St. Petersburg). *E3S Web of Conferences*, 2021, vol. 244,4, p. 10038. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202124410038>
15. Badanina S. V. Osnovnaya sut' ponyatii "turizm dlya vseh", "invaturizm", "inklyuzivnyi turizm" i "dostupnyi turizm" [Basic concepts of "tourism for all", "invaturism", "inclusive tourism" and "memorable tourism"]. *Via scientiarum – Doroga znaniy = Via Scientiarum – The Road to Knowledge*, 2015, no. 1, pp. 39–43.
16. Gareev R. R. Problemy i perspektivy razvitiya inklyuzivnogo turizma v Moskve [Problems and prospects of development of inclusive tourism in Moscow]. *Nauchnyi vestnik MGUSiT: sport, turizm, gostepriimstvo = Scientific Bulletin of MGUSiT: Sport, Tourism, Hospitality*, 2021, no. 4(70), pp. 29–37.
17. Zaikina Yu. Da., Strelnikova M. A. Rossiiskii i zarubezhnyi opyt razvitiya inklyuzivnogo turizma [Russian and foreign experience in the development of inclusive tourism]. *Innovatsii. Nauka. Obrazovanie = Innovation. Science. Education*, 2022, no. 50, pp. 382–385.

18. Ivanov V. D., Talyzov S. N., Abramov L. V. [Inclusive tourism: tourism for people with disabilities]. *Razvitie nauki i obrazovaniya v sovremennom mire. Sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konfarentsii* [Development of science and education in the modern world. A collection of scientific papers based on the materials of the International scientific and practical conference]. Moscow, AR-Consulting Publ., 2018, pp. 110–116. (In Russ.)

19. Kazakova S. P., Polpudnikova T. Yu. [Development of gratuitous tourism in Russia: problems, prospects]. *Prioritetnye napravleniya nauki i tekhnologii XXI veka. Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konfarentsii* [Priority directions of science and technology of the XXI century. Collection of articles of the International Scientific and Practical Conference]. Ufa, Antrovita Publ., 2017, pp. 50–54. (In Russ.)

20. Lutoshkina A. K. [The role of the state in the development of inclusive tourism]. *Novye informatsionnye tekhnologii kak osnova effektivnogo innovatsionnogo razvitiya. Sbornik statei Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konfarentsii* [New information technologies as the basis for effective innovative development. A collection of articles of the International Scientific and Practical Conference]. Yekaterinburg, Omega Sciences Publ., 2020, pp. 85–87. (In Russ.)

Информация об авторах / Information about the Authors

Мустафина Алиса Валерьевна, аспирант Высшей школы сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация,
e-mail: mustafina.av@edu.spbstu.ru

Alisa V. Mustafina, Post-Graduate Student at the Higher School of Service and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation,
e-mail: mustafina.av@edu.spbstu.ru

Пирогова Оксана Евгеньевна, доктор экономических наук, профессор Высшей школы сервиса и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация,
e-mail: kafedra17@rambler.ru

Oksana E. Pirogova, Doctor of Sciences (Economics), Professor at the Higher School of Service and Trade, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russian Federation,
e-mail: kafedra17@rambler.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 379.85

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-133-148>



Кулинарные студии как инновационный продукт для популяризации внутреннего туризма Курской области

М. В. Абушенкова^{1✉}, М. А. Смирнова¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru

Резюме

Актуальность исследования определяется необходимостью оценки внедрения в ресторанный бизнес кулинарных студий как инновационного продукта развития гастрономического пространства Курского региона.

Цель статьи состоит в экономическом обосновании внедрения кулинарных студий в гастрономическое пространство Курской области с целью популяризации внутреннего туризма региона.

Задачи: изучить теоретические основы гастрономического туризма; рассмотреть исторический аспект темы исследования; оценить опыт использования кулинарно-гастрономических студий в Курской области; разработать стратегию реформирования туристического продукта и оптимальные пути его интеграции в инфраструктуру ресторанного бизнеса региона.

Методология. Для изучения научных статей, трудов отечественных специалистов, статистических данных и других источников, связанных с темой исследования, авторы статьи опирались на общенаучные методы, такие как: анализ, наблюдение, описание, сравнение, графическое представление, синтез.

Результаты. На основе исследования развития гастрономического пространства Курской области были сформированы рекомендации по внедрению кулинарных студий в ресторанный бизнес для увеличения туристического потока и популяризации внутреннего туризма региона.

Выводы. При проведении исследования авторы приходят к выводу, что создание кулинарных студий и внедрение их в ресторанный бизнес Курской области будут способствовать всестороннему развитию гастрономической культуры и туризма в регионе. При помощи внедрения данного инструмента личный бренд Соловьиного края сможет привлечь к себе внимание, повысить интерес к его культуре и истории, а также простимулировать развитие малого и среднего бизнеса в индустрии общественного питания и туризма, в том числе при помощи привлечения инвесторов.

Ключевые слова: туризм; региональная экономика; гастрономический туризм; гастрономическая культура; кулинарная студия; развитие бизнеса; сервис.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Абушенкова М. В., Смирнова М. А. Кулинарные студии как инновационный продукт для популяризации внутреннего туризма Курской области // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 133–148. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-133-148>.

Поступила в редакцию 11.02.2024

Принята к публикации 07.03.2024

Опубликована 27.04.2024

© Абушенкова М. В., Смирнова М. А., 2024

Culinary Studios as an Innovative Product for the Popularization of Domestic Tourism in the Kursk Region

Marina V. Abushenkova^{1✉}, Marina A. Smirnova¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru

Abstract

The relevance of the study is determined by the need to assess the introduction of culinary studios into the restaurant business as an innovative product of the development of the gastronomic space of the Kursk region.

The purpose of the article is to provide an economic justification for the introduction of culinary studios into the gastronomic space of the Kursk region in order to popularize domestic tourism in the region.

Objectives: to study the theoretical foundations of gastronomic tourism; to consider the historical aspect of the research topic; to evaluate the experience of using culinary and gastronomic studios in the Kursk region; to develop a strategy for reforming the tourist product and the optimal ways to integrate it into the infrastructure of the restaurant business in the region.

Methodology. To study scientific articles, works of domestic specialists, statistical data and other sources related to the research topic, the authors of the article relied on general scientific methods such as analysis, observation, description, comparison, graphical representation, synthesis.

Results. Based on the study of the development of the gastronomic space of the Kursk region, recommendations were formed on the introduction of culinary studios into the restaurant business to increase the tourist flow and popularize domestic tourism in the region.

Conclusions. During the study, the authors conclude that the creation of culinary studios and their introduction into the restaurant business of the Kursk region will contribute to the comprehensive development of gastronomic culture and tourism in the region. With the help of this tool, the personal brand of the Nightingale Region will be able to attract attention, increase interest in its culture and history, as well as stimulate the development of small and medium-sized businesses in the catering and tourism industry, including by attracting investors.

Keywords: tourism; regional economy; gastronomic tourism; gastronomic culture; culinary studio; business development; service.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Abushenkova M. V., Smirnova M. A. Culinary Studios as an Innovative Product for the Popularization of Domestic Tourism in the Kursk Region. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 133–148. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-133-148>.

Received 11.02.2024

Accepted 07.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Индустрия туризма в Российской Федерации к сегодняшнему дню является одной из главных составляющих экономики страны. Развитие туристической отрасли есть основная стратегическая задача российской экономики, подтверждением чему являются основные положения Постановления Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2439 «Об утверждении государственной про-

граммы Российской Федерации «Развитие туризма» [1]. Реализация данной программы запланирована до 2030 года, основной акцент в ней делается на развитие туризма внутри страны, создание необходимых условий и инфраструктуры для путешественников, разработку уникального туристического продукта. Таким образом, гастрономический туризм в рамках исследования можно рассматривать как одно из перспективных направ-

лений развития внутреннего туризма в отдельном регионе.

Сфера общественного питания является одной из самых прибыльных отраслей в экономике и востребованных среди населения, данное утверждение объясняется базовой потребностью человека в

еде [2, с. 412]. По данным Федеральной службы государственной статистики, оборот денежных средств в индустрии общепита составил: в 2020 г. – 1 447 412,8 трлн руб.; в 2021 г. – 1 931 411,1 трлн руб.; в 2022 г. – 2 350 146,5 трлн руб., в 2023 г. – 2 826 403,5 трлн руб. (рис. 1).

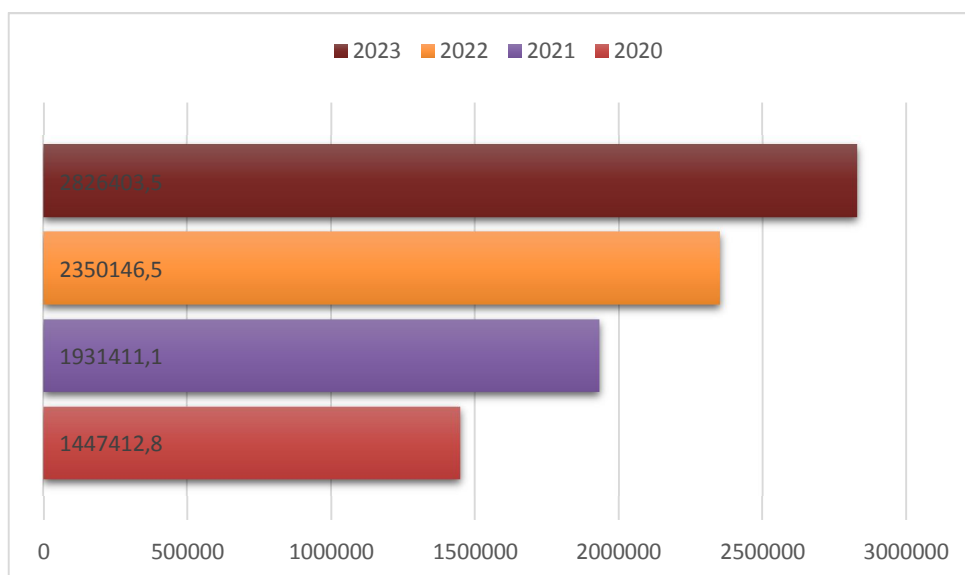


Рис. 1. Годовой оборот общественного питания в Российской Федерации с 2020 по 2023 гг., трлн руб. [3]

Ежемесячная прибыль за период с 2020 по 2023 гг. имела постоянную тенденцию к росту. Так в январе 2020 г. прибыль составила 141 926,5 млн руб., к декабрю она выросла до 147 277,1 млн руб.

Январь 2021 г. стартовал с прибыли в размере 135 949,2 млн руб., в декабре 2021 г. эта сумма выросла более чем на 50 млн руб. и составила 188 355,8 млн руб.

С января по декабрь 2022 г. прибыль продолжала рост и была зафиксирована на уровне 170 162,7 млн руб. и 230 754,8 млн руб. соответственно.

На протяжении 2023 г. положительная динамика по ежемесячной прибыли сохранилась. За год прибыль увеличилась с 215 106,0 млн руб. в январе до 275 815,1 млн руб. в декабре (рис. 2).

При более детальном анализе данных, отраженных на рисунках 1 и 2, можно сделать вывод, что самым прибыльным годом стал 2023 г. в индустрии общественного питания.

Год 2020 был ознаменован большим количеством ковидных ограничений, вследствие чего рынок общепита находился в упадке.

Начиная с 2021 г. наблюдается тенденция роста оборота в индустрии питания РФ, он увеличился на 13% относительно 2020 г., пик прироста произошел в 2022 г., когда объем продаж вырос еще на 8%, на конец 2023 г. наблюдается подъем оборота на 11% в сравнении с 2022 г.

Таким образом, прирост оборота общественного питания в период с начала 2020 по конец 2023 гг. составил 32%. Подобная тенденция объясняется увеличением путешествий внутри страны в 2022–2023 г. Введение ограничений на въезд в ряд европейских и западных стран в 2022 г., а также введение санкционных мер против РФ поменяло мышление российских туристов и повысило интерес к внутреннему туризму.

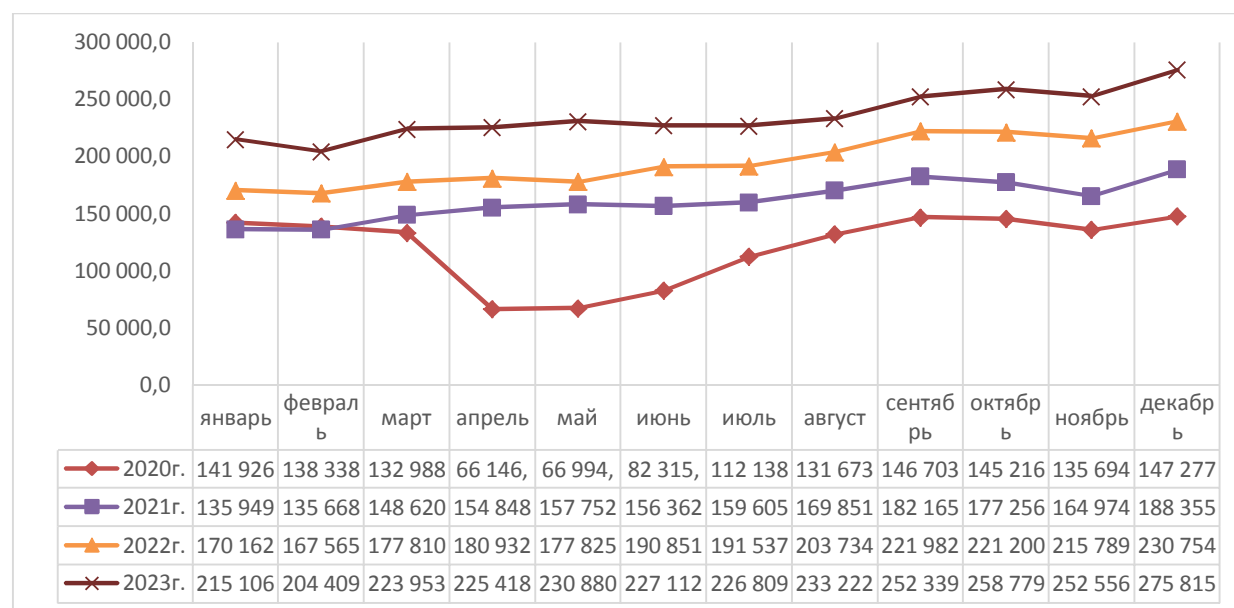


Рис. 2. Оборот общественного питания по Российской Федерации с 2020 по 2023 гг., млн руб. [3]

Также одной из причин увеличения оборота общественного питания в России стала востребованность фастфуда среди россиян, большинство из них предпочитает быстрый перекус полноценной трапезе с семьей и т. п. Изменение ценностей среди жителей России стало еще одной из причин увеличения оборота общественного питания в стране.

Статистические данные позволяют сформулировать выводы о том, что общепит в России стабильно развивается и приносит существенные доходы в бюджет страны, наблюдается тенденция на повышение оборота денежных средств в 2023 г. [4]. Именно по этой причине внутренний туризм имеет смысл развивать при помощи интеграции индустрии общественного питания и туризма, используя гастрономический туризм – направление, которое в буквальном смысле представляет собой путешествие с целью потребления пищи и знакомства с традиционными и семейными блюдами разных народов, национальностей, регионов, стран и т. п.

На рисунке 3 представлены статистические данные об обороте общественного питания в Курской области в 2020–2023 гг.

Оборот денежных средств в индустрии общепита в Курской области, согласно представленной диаграмме (рис. 3), имеет стабильный прирост в показателях. Так в конце 2020 г. оборот составил около 6187,1 млн руб., в 2021 г. данный показатель был на уровне 7114,4 млн руб., в 2022 г. оборот общепита в Курской области составил 7762,3 млн руб., а уже в конце 2023 г. – 8738,9 млн руб. [3]. Рост оборота общественного питания в Курской области обусловлен, помимо вышеуказанных причин, еще и улучшением уровня жизни в регионе, следствием чего является увеличение свободных доходов курян, которые они могут использовать для организации собственного досуга, в т. ч. и посещения предприятий питания [5].

Авторами была изучена динамика туристского потока в РФ и Курской области, на сайте Федерального агентства по статистике представлены данные за последние 2 года, они отражены на графиках (рис. 4, 5).

При изучении электронных ресурсов и периодической литературы были получены данные о том, что 2020–2022 гг. стали трудными для туристической индустрии из-за сложившейся эпидемиоло-

гической и геополитической обстановки в стране. Вышеприведенную проблему в своих трудах изучали Д. А. Ситкевич и С. Э. Куев в статье «Влияние санкций на динамику российского туристического рынка», а также А. В. Корнеева, А. Н. Давлетова, Э. В. Ключкова в работе «Тенденции развития внутреннего

рынка туризма России в условиях экономического кризиса» [7; 8]. По данным Федеральной службы государственной статистики, наблюдается рост туристских потоков как в целом по РФ (рис. 4), так и в ее регионах. Рассмотрим в качестве примера динамику турпотока Курской области (рис. 5).

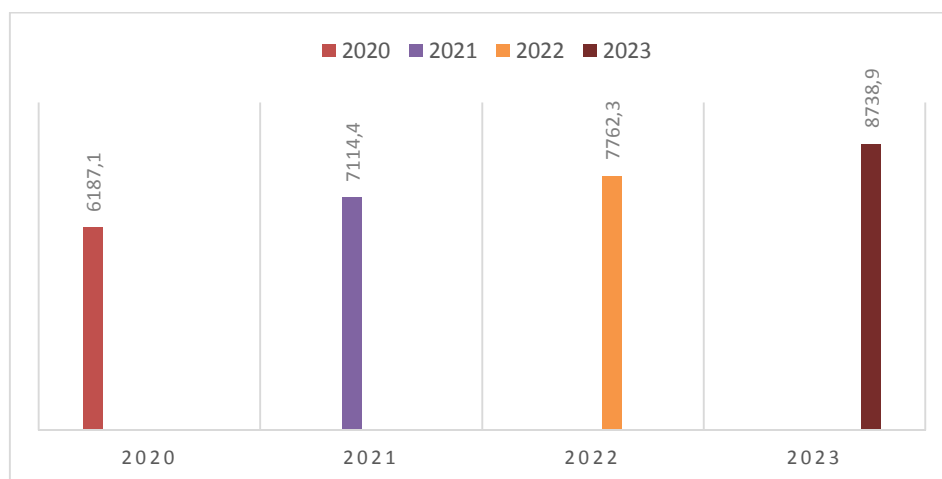


Рис. 3. Оборот общественного питания в Курской области, млн руб. [3]

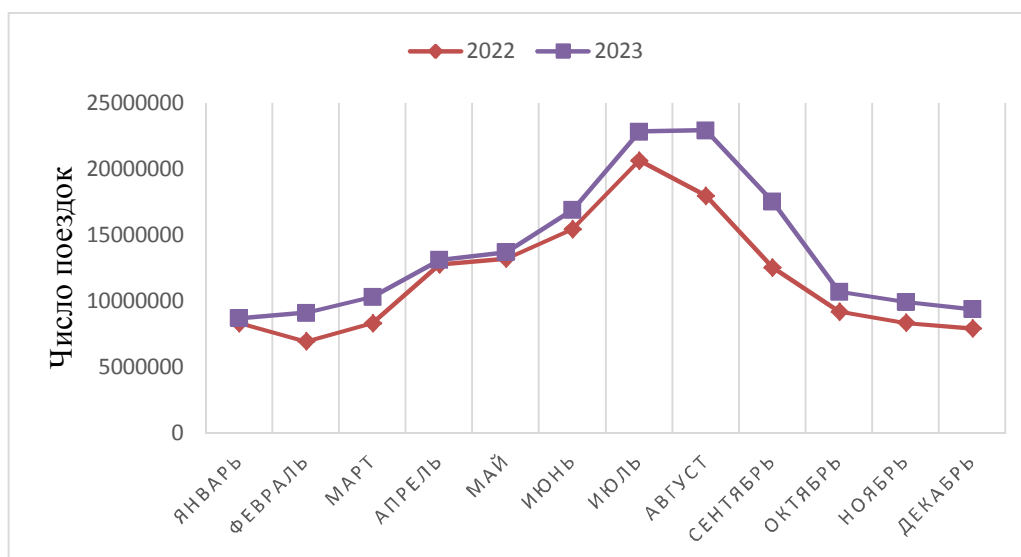


Рис. 4. Динамика туристского потока в Российской Федерации в 2022–2023 гг. [6]

Наличие постоянного туристического потока может свидетельствовать о том, что регион имеет потенциальную аудиторию для разработки и реализации предложений в области внутреннего туризма.

Можно совершенно точно утверждать, что развитие внутреннего туризма, расширение туристического потока и увеличение оборота денежных средств в области общественного питания – все это тесно связано с развитием такого

направления туристической индустрии, как гастрономический туризм. Для реализации и поддержки вышеперечисленных показателей рынка услуг необходимо своевременно применять новые инструменты ресторанного бизнеса, разрабатывать и внедрять инновационные продукты, например, использовать кулинарные

студии как инструмент развития гастрономического пространства региона и увеличения его узнаваемости. Наличие малого количества научных трудов в области гастрономического туризма дает основание авторам утверждать об актуальности исследуемой темы в рамках туристической индустрии.

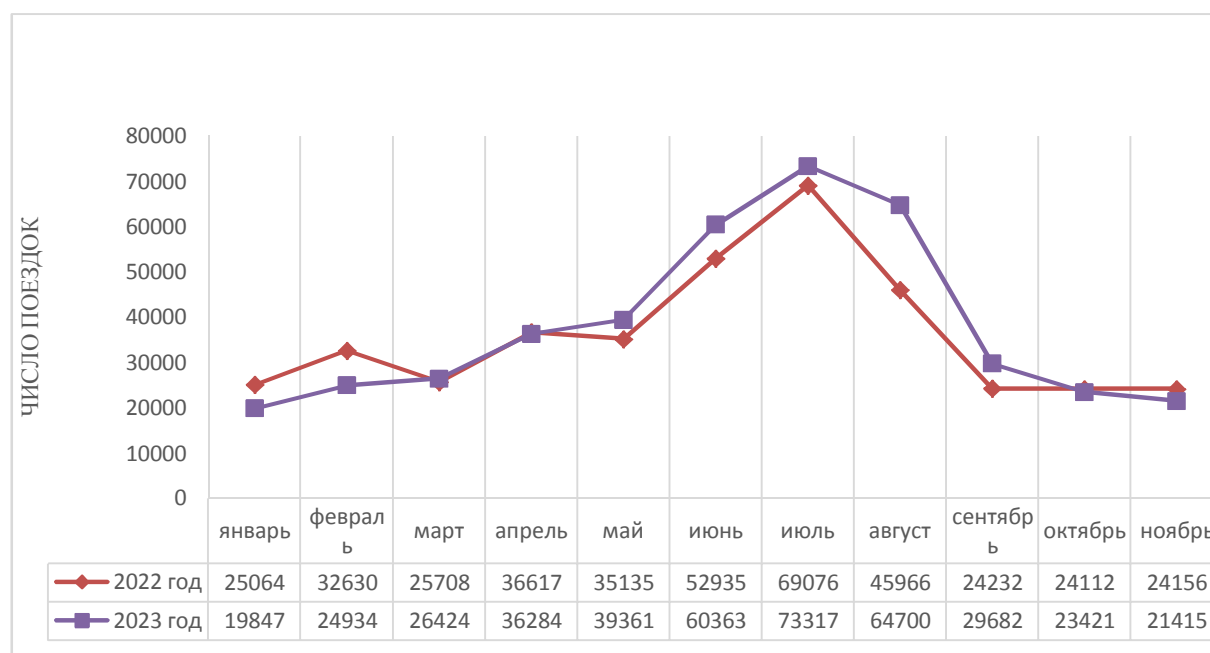


Рис. 5. Динамика туристического потока в Курской области в 2022-2023 гг.

Материалы и методы

При проведении исследования были проанализированы материалы научных сборников, журналов в области туризма и гастрономии, результаты экономических и аналитических исследований, проводимых Федеральной службой государственной статистики и Всероссийского центра изучения общественного мнения. Также методологическую основу исследования составили научные труды отечественных ученых в области экономики.

Авторами использовались общенаучные методы при написании статьи, такие как анализ, наблюдение, описание, сравнение, графическое представление, синтез.

Результаты и их обсуждение

Гастрономический туризм в России только начинает набирать популярность [9, с. 139].

При постановке вопроса об исследовании кулинарных студий как инструмента развития гастрономического пространства Курской области необходимо затронуть термин «гастрономический туризм». Подробное определение понятия приводится в научной статье С. А. Лебедовой «Этимология понятия “гастрономический туризм” и его соотношение с концепцией “экономика впечатлений”»: «Согласно данной организации, гастрономический туризм — это поездка с целью ознакомления с кухней дестинации, особенностями производства и пригото-

ния продуктов и блюд, посещения гастрономических фестивалей, выставок, ярмарок и праздников, единственных в своем роде ресторанов и небольших местных заведений, а также обучения и повышения уровня профессиональных знаний и навыков в области гастрономии, кулинарии и ресторанного искусства» [10, с. 128]. Н. Ю. Чаусов и А. Ю. Сандомирская в работе «Гастрономический туризм как перспективное направление развития внутреннего туризма в России» трактуют изучаемый термин так: «Гастрономический туризм – это разновидность туризма, которая включает взаимосвязанный комплекс мероприятий, направленных на знакомство с историей и культурой страны через особенности ее

национальной (региональной) кухни» [11, с. 56].

Путешествуя по гастрономическим маршрутам и пробуя шедевры национальной кухни, можно открыть для себя мир с другой стороны [12, с. 105].

Развитие гастрономического туризма в Курской области началось относительно недавно, в 2018 г., начальным этапом которого стало формирование первой гастрономической карты Соловьиного края. Для отбора фирменных блюд Курской области летом 2018 г. на Коренской ярмарке был проведен конкурс кулинарных традиций среди районов изучаемого региона, по итогам мероприятия были отобраны 23 блюда, которые отражены на гастрокarte (рис. 6).



Рис. 6. Гастрономическая карта Соловьиного края [13; 14]

Большой вклад в развитие данного проекта внесли студенты колледжа коммерции, технологий и сервиса на базе Курского государственного университета, основной целью которых было создание обобщенного материала по гастрономическим предпочтениям известных курян, например, таких как Н. В. Плевицкая, К. Д. Воробьев, В. М. Клыков, А. А. Дейнека и др. Проект позволил получить информацию о гастрономическом

и туристском потенциале Курской области. На сегодняшний день изыски гастрономии Курска и области можно изучить на сайте Туристско-информационного центра Курской области, где размещена интерактивная карта [15].

Курская земля богата продукцией, здесь выращивают пшеницу, свеклу, сою, гречку, производят молочную и хлебобулочную продукцию, выращивают и заготавливают мясные изделия, соответ-

ственно, можно утверждать, что Соловьиный край богат производимой продукцией, имеет отличную материально-техническую базу для развития гастрономического туризма, способен привлекать гостей из других регионов и стран.

При проведении сравнительного анализа в направлении гастрономического туризма были рассмотрены регионы, входящие в состав Центрально-Черноземного экономического района. Тамбовская, Белгородская и Липецкая области имеют слабую материально-техническую базу в гастротуризме, их предложение состоит из единичных мероприятий, организованных частными компаниями, т. е. гастрономический туризм в данных регионах в основном носит событийный характер. Воронежская и Курская область являются одними из развитых регионов ЦЧР в индустрии гастрономического туризма. Об этом свидетельствует наличие гастрономических карт, сформированные программы экскурсий, организация гастрономических фестивалей и внимание к данному направлению от администрации города и области.

В Курском регионе последние годы особое внимание уделяется традиционным праздникам и кулинарным мероприятиям, например гастрономический фестиваль «Вкус Курска», гастрономический фестиваль «Кухни мира». Данные мероприятия проводились весной-летом 2023 года. Спонсорами фестивалей выступают местные производители продукции, такие как «ЭкоНива», «Сырная долина», «Курский молочный завод», «КурскЗерноПром» и др.

Студенты Курского колледжа коммерции, технологии и сервиса при поддержке администрации города Курска уделяет пристальное внимание изучению традиционных курских блюд. В феврале 2024 г. на сайте Курской газеты «Друг для друга» была опубликована статья о новых раскрытых рецептах курской кухни: «В колледже коммерции, технологий

и сервиса КГУ представили ещё девять блюд, приготовленных по восстановленным курским рецептам. Тапешка, таралушки, мясо-хрящики, вареники с лесными грушами, капуста, заливное из рыбы, молочный суп, обливашки, кисель из черёмухи – некоторые самобытные названия многие слышали впервые» [16]. На сегодняшний день известно порядка 30 традиционных рецептов Курской области, что может свидетельствовать об активной работе в индустрии гастрономического туризма в данном регионе.

Развитие туристической привлекательности является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития регионального образования [17, с. 254]. За развитие и продвижение туристического потенциала на уровне субъектов РФ отвечают созданные во всех регионах центры развития туризма [18, с. 50]. Вопросами формирования и организации туризма с января 2023 г. занимается Министерство развития и туризма Курской области. Соловьиный край обладает достаточно высоким потенциалом развития рынка туристических услуг, который может быть эффективно использован. С 2014 г. в регионе реализуется государственная программа Курской области «Повышение эффективности реализации молодежной политики, создание благоприятных условий для развития туризма и развитие системы оздоровления и отдыха детей в Курской области». В число основных задач и ожидаемых результатов программы входит развитие внутреннего и въездного туризма в Курской области, увеличение объема платных услуг, оказанных населению в сфере туризма (туристские, санаторно-оздоровительные, гостиничные и аналогичны средства размещения) [19]. С 2019 г. по настоящий момент реализуется II этап подпрограммы. Стоит отметить, что на развитие программы в 2024 г. выделено 620 547, 258 тыс. руб. На основе полученных данных делаем вывод о том, что регион активно финансируется, а вместе

с тем и развивается в области туристской индустрии.

Туризм играет все большую роль в экономическом развитии и соответственно становится одной из важнейших основ для формирования имиджа и брендов территорий [20, с. 137].

Как уже было сказано ранее, Курская область располагает широким спектром ресурсов для активного развития гастро-туризма – государственное финансирование сферы, наличие гастрономической карты и традиционных рецептов региона, активная вовлеченность в индустрию гостеприимства среди местных производителей продуктов питания, заинтересованность администрации города в привлечении туристов и популяризации личного бренда Курска.

Регион имеет развитую сеть гостиниц и ресторанов, социальной инфраструктуры и предприятий сервиса и услуг. В Курской области на сегодняшний день осуществляют свою деятельность 176 гостиниц, около 250 предприятий общественного питания. В столице Соловьиного края пользуются большой популярностью среди гостей и жителей региона такие заведения, как спа-отель «Аквамарин», гостиница «Династия», бизнес-отель «Престиж», рестораны RomAns, Sava, «Быковский», «Премьер», «Испанский» и др.

В статье М. А. Смирновой и Г. Н. Крюковой «Туристическая привлекательность Курской области и города Курска» авторы отмечают развитость сервиса и высокий уровень туристической привлекательности региона: «В Соловьином крае развит паломнический туризм, а также военно-патриотическое направление. Курская область может показать гостям мощь Курской АЭС, электротехнический кластер на базе КЭАЗ, уникальные блюда, памятники природы и архитектуры, важнейшие исторические места мирового масштаба [21, с. 246]. Кроме того, удачное географическое расположение, хорошая транспортная сеть

помогают развитию сферы туризма и сопутствующих услуг.

Однако в Курской области слабо развито гастрономическое пространство, в котором путешественник мог бы узнать о традициях региона, в т. ч. и кулинарных, и, самое главное, приготовить данные блюда самостоятельно. На сегодняшний день единственным предприятием, предлагающим попробовать курские блюда, является ресторан «Белая акация», в котором представлено меню традиционной кухни Курской области. Гости могут опробовать изыски национальных блюд Соловьиного края, однако данное предприятие не предлагает своим гостям принять участие в приготовлении данных блюд, а лишь оказывает услугу общественного питания. В контексте изучения гастрономического туризма еда является не только пищей для человека, но и своеобразным культурно-историческим источником для туристов, при помощи которого можно узнать традиции, культуру и даже историю отдельного народа или региона. Именно по этой причине в развитии гастрономического туризма Курской области наличие места культурно-исторического кулинарного пространства является особенно ценным проектом.

Во время исследования авторами были сделаны выводы, что гастрономический туризм в Курской области имеет переменный успех и в наибольшей мере является событийным (проведение фестивалей, приуроченных к праздникам, и т. п.), постоянной базы для развития гастрономического пространства региона не имеется. Для решения поставленной проблемы предлагаем применить кулинарные студии как основной инструмент в развитии кулинарно-гастрономического туризма Соловьиного края.

Понятие «кулинарная студия» в интернет-ресурсах трактуется как «... место, идеально приспособленное для проведения мастер-классов по приготовлению любых блюд и напитков» [22]. Дан-

ное пространство может предоставлять различный функционал – обучающий, профессиональный и развлекательный. Т. Ю. Бурова и А. Р. Сабирзянова в научном труде «Архитектурно-пространственная организация кулинарных студий: тенденции, способы, приемы» трактуют актуальность кулинарных студий следующим образом: «Кулинарная студия сейчас, в начале XXI века, – это актуальное пространство, отражающее потребность современного человека учиться, потреблять и исследовать» [23, с. 109].

Авторы отмечают, что гастрономическое пространство является важным элементом в развитии туристической и привлечения туристов в регионе, оно способствует расширению экономического сектора, увеличению внимания к личному бренду области, а также повышению уровня жизни населения. Таким образом, авторы предлагают открыть кулинарные студии на территории Курской области (в том числе на базе действующих ресторанов), в районах с высоким туристическим потенциалом и высоким уровнем гастрономического предложения, так как данная разработка может дать большое количество преимуществ в развитии гастротуризма в регионе. Создание кулинарных студий на популярных туристических и экскурсионных маршрутах Соловьиного края будет способствовать стремительному развитию гастротуризма и укреплению традиций региона. Точками размещения кулинарных студий могут стать рестораны таких населенных пунктов Курской области, как г. Курск, г. Железногорск, г. Рыльск, г. Курчатов, г. Суджа, г. Фатеж, г. Льгов, п. Поныри и п. Кшенский. Вышеперечисленные города и поселки на сегодняшний день пользуются наибольшей популярностью среди гостей и жителей региона, а также располагают богатой историей в области гастрономии и могут стать своеобразными культурно-историческими точками в туристической деятельности Курской области.

В ходе исследования авторы выделяют 3 основных направления в деятельности кулинарных студий в Курской области как инструмента развития гастрономического пространства:

- кулинарная студия как культурно-историческое пространство для туристов;
- кулинарная студия как источник разнообразия кулинарного опыта;
- кулинарная студия как платформа для продвижения местных продуктов.

1. Кулинарная студия как культурно-историческое пространство для туристов. Данное направление в развитии кулинарной студии как гастрономического пространства является приоритетным, по мнению авторов. Основная суть данного подхода заключается в организации площадки на основе материальной базы действующего ресторана, где кулинария дает возможность туристу прочувствовать через гастрономию культуру и историю региона. Кулинарная студия может использоваться для организации туристических мероприятий различных форматов – проведение кулинарных мастер-классов на базе студии, использование площадки как составной части при проведении гастротура или экскурсии, применение студии в качестве арт-кластера для организации культурно-исторических и образовательных мероприятий для гостей региона.

При посещении кулинарной студии гости Курской области смогут совершить своеобразное путешествие практически по каждому уголку Соловьиного края при помощи изучения или приготовления традиционных блюд Курской области, которых множество. Например, «Кулинарные традиции Суджанского района» – мастер-класс, в основную программу которого войдут традиционные блюда Суджанского района Курской области, такие как плеховские маковые пампушки [24], вареники с дырочкой [25] и др.

Кулинарную студию также можно рассматривать как составную часть экскурсий, проводимых в областном центре и районах. Туристско-информационный

центр Курской области обеспечивает как жителей, так и гостей региона экскурсиями, предоставляя на выбор широкий спектр услуг. Данная организация может использовать кулинарную студию при организации и реализации туристского продукта, включая ее в план. Экскурсанты могут воспользоваться услугами кулинарной студии, как в начале тура, так и в его конце, в зависимости от собственных пожеланий. Для гостей может быть организован мастер-класс с дальнейшим посещением района и близким знакомством с его культурой и традициями либо для организации обеда, завершающего тур, с употреблением в пищу традиционных курских блюд. В данном направлении кулинарная студия становится универсальным инструментом для организации деятельности в сфере гастрономического туризма.

Также авторы предлагают использовать кулинарную студию в качестве арт-кластера для проведения лекционных и практических занятий по культуре и истории Соловьиного края в области кулинарии. Гастротуристы отмечают, что при путешествиях по России им часто не хватает туристического пространства, в котором они могли бы обучиться приготовлению традиционных блюд того или иного региона, получить уникальный опыт и знания в данной сфере.

Таким образом, кулинарная студия как культурно-историческое пространство для туристов является универсальным и незаменимым инструментом в работе с гостями региона, организации гастрономических мероприятий, а также в продвижении личного бренда Курской области.

2. Кулинарная студия как источник разнообразия гастрономического опыта. На сегодняшний день русская кухня является общероссийским трендом в сфере кулинарии, который с каждым днем набирает все большую популярность. Специалисты в области общественного питания и кулинарии проявляют растущий интерес к традиционным рецептам и

блюдам, стремятся приблизиться к первоисточнику. На сегодняшний день на государственном уровне уделяется большое внимание сохранению истории и укреплению традиций в стране, среди ее жителей наблюдается активный отклик в данном направлении. Согласно опросу россиян о традиционных ценностях, проведенному ВЦИОМ в декабре 2023 г., были сформированы выводы: «... наши сограждане в большинстве случаев предпочтут следовать традиционным духовным принципам, даже если они противоречат современной реальности, – 65% (2020 г. – 63%)» [26]. Таким образом, наблюдается интерес к традиционным ценностям среди россиян.

Кулинарная студия может стать отличным помощником в популяризации национальных блюд Курской области. Каждый желающий сможет посетить студию с целью получения знаний в области гастрономических изысков Соловьиного края. Данное решение позволит повысить уровень знаний об истории и культуре Курской области среди его жителей и популяризировать традиционную кухню региона.

Таким образом, деятельность кулинарной студии как источника разнообразия гастрономического опыта позволит туристам получить новые навыки и умения в области кулинарии как новичкам, так и специалистам, тем самым распространяя в массы рецепты своих предков, а ресторанам увеличить клиентскую базу и, как следствие, прибыль.

3. Кулинарная студия как платформа для продвижения местных продуктов. Экономика страны претерпевает значительные изменения после ухода с внутреннего рынка России зарубежных производителей и поставщиков, а также введения санкционных мер по отношению к РФ. Импортозамещение является одним из приоритетных направлений развития экономики как в стране, так и в регионах. Т. В. Парфиненко и Л. А. Суворова в научном труде «Устойчивое развитие предприятий: концептуальный подход в

условиях импортозамещения» описывают происходящие следующим образом: «В условиях экономических санкций актуализация процессов импортозамещения в национальной и региональной экономике способствует продвижению подходов устойчивого развития предприятий на новый функциональный уровень. Современное импортозамещение, связанное со срочным наращиванием межотраслевых кооперационных связей для заполнения договорных пробелов на поставку оборудования, материалов, агрегатов, комплектующих, технологий импортного производства, направлено на реализацию проектов, обусловленных целесообразностью обеспечения технологического и промышленного суверенитета» [27, с. 194].

Как было ранее указано авторами, гастрономические фестивали, проводимые в Курской области, чаще всего спонсируются и поддерживаются местными производителями продукции. При использовании кулинарной студии как инструмента развития гастрономического пространства региона можно говорить об уникальной возможности данной локации как места интеграции с курскими производителями.

М. С. Воробьева и Н. Е. Нехаева в статье «Понятия и особенности гастрономического туризма» как одну из отличительных черт гастрономического туризма выделяют продвижение местных хозяйств и производителей продовольственных товаров [28, с. 46].

При осуществлении своего основного функционала, т. е. проведения мастер-классов и обучения жителей региона или его гостей, рестораны должны применять исключительно местные продукты, те, которыми пользовались предки. По этой причине возникает необходимость в тесном взаимодействии с производителями пищевой продукции Курской области. Данная интеграция даст возможность иметь постоянную поставку ресурсов со стороны партнеров, в свою очередь, производители будут получать выручку, а также бесплатную рекламу в кулинарной

студии. Ее посетители смогут узнать о местных производителях подробнее, которых много, а также познакомиться с их продукцией ближе.

Таким образом, взаимодействие курских производителей пищевой продукции и кулинарной студии позволит активно развивать экономику региона, налаживать рыночные связи, увеличивать туристический поток, в т. ч. и деловых туристов, привлекать инвесторов в регион, тем самым расширяя гастрономическое пространство и его возможности.

Выводы

Ниша кулинарных студий в области гастротуризма в России неполностью изведена, а значит, имеет смысл говорить об актуальности и необходимости исследования данного вопроса.

Внедрение кулинарных студий в ресторанный бизнес для развития гастрономического пространства Курской области является эффективным инструментом, способствующим привлечению туристов и созданию уникального опыта путешествия. В ходе исследования авторами было выявлено несколько ключевых направлений, которые могут быть полезными для разработки стратегии развития гастрономического туризма в регионе.

Во-первых, кулинарно-гастрономические студии могут стать одним из основных инструментов формирования личного бренда г. Курска и области. Использование кулинарной студии в области гастротуризма позволит предоставить площадку для туристов, где они смогут познакомиться с традиционной кухней, изучить ее историю, особенности, попробовать местные блюда и даже приготовить их, что, несомненно, оставит незабываемые впечатления у путешественников. Применение кулинарной студии в концепции развития гастрономического пространства Курской области особенно важно для повышения уровня туристического потока и увеличения узнаваемости региона на рынке внутреннего туризма в России.

Во-вторых, использование кулинарно-гастрономических студий может способствовать развитию не только ресторанного бизнеса региона, но и местного предпринимательства, и поддержке сельского хозяйства. Интеграция между кулинарной студией и курскими производителями продуктов позволит увеличить уровень сбыта местного продукта, а также стать ключевыми фигурами в области гастрономического туризма региона.

В-третьих, кулинарно-гастрономические студии предоставят возможность обмена опытом и знаниями между профессионалами в этой области. Организация мастер-классов, фестивалей или кон-

курсов позволит шеф-поварам из различных уголков страны проявить свои умения, обменяться опытом, расширить региональную экономическую географию, тем самым привлечь туристов из других регионов или стран, а также инвесторов.

Таким образом, создание и внедрение кулинарных студий в ресторанный бизнес Курской области позволит расширить границы и возможности гастрономического туризма, создать гастрономическое пространство по интересам, увеличить туристский поток области, популяризировать культуру и историю региона не только внутри, но и за его пределами.

Список литературы

1. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма»: Постановление Правительства РФ от 24 декабря 2021 г. № 2439. URL: <https://base.garant.ru/403336467/> (дата обращения: 20.01.2024).
2. Чучулина Е. В., Старожук А. А. Разработка модели интернационализации как фактора повышения конкурентоспособности компании на мировом рынке услуг общественного питания // Финансовая экономика. 2020. № 3. С. 412–418.
3. Розничная торговля и общественное питание // Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya> (дата обращения: 20.01.2024).
4. Объем наличных денег превысил 18 трлн рублей: итоги 2023 года // Банк России. URL: <https://cbr.ru/press/event/?id=18388> (дата обращения: 25.01.2024).
5. Социально-экономическое положение Курской области. URL: [https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/doklad_10\(2\).pdf](https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/doklad_10(2).pdf) (дата обращения: 26.01.2024).
6. Туризм // Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 20.01.2024).
7. Ситкевич Д. А., Куек С. Э. Влияние санкций на динамику российского туристического рынка // Экономическое развитие России. 2023. Т. 30, № 8. С. 66–76.
8. Корнеева А. В., Давлетова А. Н., Ключкова Э. В. Тенденции развития внутреннего рынка туризма России в условиях экономического кризиса // Трансформация российской науки в эпоху информационного общества: сборник материалов II Международной научно-практической конференции, г. Москва, 26 января 2024 года. М.: АЛЕФ, 2024. С. 32–38.
9. Пахарь В. В. Состояние и направления развития гастрономического туризма в мире и в России // Международный научно-исследовательский журнал. 2021. № 7 (109). С. 138–142.
10. Лебедева С. А. Этимология понятия «гастрономический туризм» и его соотношение с концепцией «экономика впечатлений» // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы V Международной научно-практической интернет-конференции, г. Чита, 26–30 ноября 2018 г. Чита: Забайкальский государственный университет, 2018. С. 125–130.
11. Чаусов Н. Ю., Сандомирская А. Ю. Гастрономический туризм как перспективное направление развития внутреннего туризма в России // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 1, № 8(140). С. 55–64. <https://doi.org/10.36871/ek.up.r.2023.08.01.007>.
12. Иванов В. Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туристической индустрии // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2018. № 2. С. 105–113.
13. У Курской области появилась гастрономическая карта // МОРС. URL: <https://morsmagazine.ru/afishakurska/u-kurskoj-oblasti-poyavilas-gastronomicheskaya-karta/> (дата обращения: 20.01.2024).

14. Гастрономическая карта Курской области победила в конкурсе «Моя страна – моя Россия» // ГТПК «Курск». URL: <https://gtrkkursk.ru/news/6867-gastronomicheskaya-karta-kurskoj-oblasti-pobedila-konkurse-moya-strana-moya-rossiya> (дата обращения: 22.01.2024).
15. Гастрономическая карта Курской области // ГО. Курск. Туристический гид. URL: <https://gokursk.ru/food/> (дата обращения: 20.01.2024).
16. Тапешка, таралушки, мясо-хрящики... Студенты представили 9 блюд курской кухни // Друг для друга. URL: <https://dddkursk.ru/number/1531/new/018983/?from=dzen> (дата обращения: 20.01.2024).
17. Продвижение региона на рынке туристских услуг в условиях пандемийных ограничений / С. Г. Пьянкова, И. В. Митрофанова, О. Т. Ергунова, Э. А. Тихонович // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2021. Т. 11, № 7А. С. 43–60. <https://doi.org/10.34670/AR.2021.65.98.005>.
18. О Стратегии социально-экономического развития Курской области на период до 2030 года. URL: https://adm-files.rkursk.ru/1748/docs/113641_107_116249.pdf (дата обращения: 20.01.2024).
19. Государственная программа Курской области «Повышение эффективности реализации молодежной политики, создание благоприятных условий для развития туризма и развитие системы оздоровления и отдыха детей в Курской области». URL: https://kursk.ru/upload/iblock/81d/d26bfur2fk6xiqnnnydgudi9ftote8oqv/GM-redaktsiya-ot-30.12.2022-_1708_pa.pdf (дата обращения: 20.01.2024).
20. Дмитриева Л. М. Бренд в современной культуре. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2021. 200 с.
21. Смирнова М. А., Крюкова Г. Н. Туристическая привлекательность Курской области и города Курска // Актуальные проблемы развития туристской индустрии: материалы Международной научно-практической конференции, г. Курск, 27 октября 2021 года / Юго-Западный государственный университет. Курск, 2021. С. 239–246.
22. Что такое кулинарная студия. URL: <https://lnsk.ru/news/articles/chto-takoe-kulinarnaya-studiya.html> (дата обращения: 20.01.2024).
23. Бурова Т. Ю., Сабирзянова А. Р. Архитектурно-пространственная организация кулинарных студий: тенденции, способы, приемы // Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. 2020. № 3(53). С. 108–118.
24. Плеховские маковые пампушки // ГО. Курск. Туристический гид URL: <https://gokursk.ru/food/plyekhovskie-makovye-pampushki/> (дата обращения: 20.01.2024).
25. Суджанские вареники с дырочкой // ГО. Курск. Туристический гид. URL: <https://gokursk.ru/food/sudzhanskije-vareniki-s-dyrochkoj/> (дата обращения: 20.01.2024).
26. Новости: Традиции в эпоху перемен // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tradicii-v-ehpokhu-peremen> (дата обращения: 20.01.2024).
27. Парфиненко Т. В., Суворова Л. А. Устойчивое развитие предприятий: концептуальный подход в условиях импортозамещения // Вестник Челябинского государственного университета. 2023. № 3(473). С. 193–204.
28. Воробьева М. С., Нехаева Н. Е. Понятия и особенности гастрономического туризма // Тенденции развития науки и образования. 2017. № 32-3. С. 45–49.

References

1. Ob utverzhdenii gosudarstvennoi programmy Rossiiskoi Federatsii "Razvitie turizma" [On approval of the State program of the Russian Federation "Tourism Development"]. Decree of the Government of the Russian Federation of December 24, 2021 № 2439. Available at: <https://base.garant.ru/403336467/>. (accessed 20.01.2024)
2. Chuchulina E. V., Starozhuk A. A. Razrabotka modeli internatsionalizatsii kak faktora povysheniya konkurentosposobnosti kompanii na mirovom rynke uslug obshchestvennogo pitaniya [Development of an internationalization model as a factor in increasing the competitiveness of a company in the global market of public catering services]. *Finansovaya ekonomika = Financial Economics*, 2020, no. 3, pp. 412–418.
3. Roznichnaya trgovlya i obshchestvennoe pitanie [Retail trade and catering]. Rosstat [Rosstat]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/roznichnayatorgovlya>. (accessed 20.01.2024)

4. Ob"em nalichnykh deneg prevysil 18 trln rublei: itogi 2023 goda [The volume of cash exceeded 18 trillion rubles: results of 2023]. Bank Rossii [Bank of Russia]. Available at: <https://cbr.ru/press/event/?id=18388>. (accessed 25.01.2024)
5. Sotsial'no-ekonomicheskoe polozhenie Kurskoi oblasti [Socio-economic situation of the Kursk region]. Available at: [https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/doklad_10\(2\).pdf](https://46.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/doklad_10(2).pdf). (accessed 26.01.2024)
6. Turizm [Tourism]. Rosstat [Rosstat]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>. (accessed 20.01.2024)
7. Sitkevich D. A., Kuek S. E. Vliyanie sanktsii na dinamiku rossiiskogo turisticheskogo rynka [The impact of sanctions on the dynamics of the Russian tourism market]. *Ekonomicheskoe razvitie Rossii = The Economic Development of Russia*, 2023, vol. 30, no. 8, pp. 66–76.
8. Korneeva A. V., Davletova A. N., Klochkova E. V. [Trends in the development of the domestic tourism market of Russia in the context of the economic crisis]. *Transformatsiya rossiiskoi nauki v epokhu informatsionnogo obshchestva. Sbornik materialov II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, g. Moskva, 26 yanvarya 2024 goda* [Transformation of Russian science in the era of the information society. A collection of materials of the II International Scientific and Practical Conference, Moscow, January 26, 2024]. Moscow, ALEF Publ., 2024, pp. 32–38. (In Russ.)
9. Pakhar V. V. Sostoyanie i napravleniya razvitiya gastronomicheskogo turizma v mire i v Rossii [The state and directions of development of gastronomic tourism in the world and in Russia]. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal = International Scientific Research Journal*, 2021, no. 7 (109), pp. 138–142.
10. Lebedeva S. A. [Etymology of the concept of "gastronomic tourism" and its correlation with the concept of "the economy of impressions"]. *Problemy, opyt i perspektivy razvitiya turizma, servisa i sotsiokul'turnoi deyatel'nosti v Rossii i za rubezhom. Materialy V Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi internet-konferentsii, g. Chita, 26–30 noyabrya 2018 g.* [Problems, experience and prospects for the development of tourism, service and socio-cultural activities in Russia and abroad. Materials of the V International Scientific and practical Internet Conference, Chita, November 26–30, 2018 of the year]. Chita, Zabaikalsky State University Publ., 2018, pp. 125–130. (In Russ.)
11. Chausov N. Y., Sandomirskaya A. Y. Gastronomicheskii turizm kak perspektivnoe napravlenie razvitiya vnutrennego turizma v Rossii [Gastronomic tourism as a promising direction for the development of domestic tourism in Russia]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya = Economics and Management: Problems, Solutions*, 2023, vol. 1, no. 8(140), pp. 55–64. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2023.08.01.007>
12. Ivanov V. D. Gastronomicheskii turizm kak populyarnoe napravlenie v turisticheskoi industrii [Gastronomic tourism as a popular direction in the tourism industry]. *Fizicheskaya kul'tura. Sport. Turizm. Dvigatel'naya rekreatsiya = Physical Culture. Sport. Tourism. Motor Recreation*, 2018, no. 2, pp. 105–113.
13. U Kurskoi oblasti poyavilas' gastronomicheskaya karta [The Kursk region has a gastronomic map]. MORS [MORSE]. Available at: <https://morsmagazine.ru/afishakurska/u-kurskoj-oblasti-poyavilas-gastronomicheskaya-karta/>. (accessed 20.01.2024)
14. Gastronomicheskaya karta Kurskoi oblasti pobedila v konkurse "Moya strana – moya Rossiya" [The gastronomic map of the Kursk region won the competition "My country is my Russia"]. GTRK "Kursk" [GTRK Kursk]. Available at: <https://gtrkursk.ru/news/6867-gastronomicheskaya-karta-kurskoy-oblasti-pobedila-konkurse-moya-strana-moya-rossiya>. (accessed 22.01.2024)
15. Gastronomicheskaya karta Kurskoi oblasti [Gastronomic map of the Kursk region]. GO. Kursk. Turisticheskii gid [GO. Kursk. Tourist guide]. Available at: <https://gokursk.ru/food/>. (accessed 20.01.2024)
16. Tapeszka, taralushki, myaso-khryashchiki... Studenty predstavili 9 blyud kurskoi kukhni [Tapeszka, taralushki, meat-cartilage... Students presented 9 dishes of Kursk cuisine]. Drug dlya druga [For each other]. Available at: <https://dddkursk.ru/number/1531/new/018983/?from=dzen>. (accessed 20.01.2024)
17. Pyankova S. G., Mitrofanova I. V., Ergunova O. T., Tikhonovich E. A. Prodvizhenie regiona na rynke turisticheskikh uslug v usloviyakh pandemiinykh ogranichenii [Promotion of the region in the market of tourist services in conditions of pandemic restrictions]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra = Economics: Yesterday, Today, Tomorrow*, 2021, vol. 11, no. 7A, pp. 43–60. <https://doi.org/10.34670/AR.2021.65.98.005>

18. O Strategii sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Kurskoi oblasti na period do 2030 goda [On the Strategy of socio-economic development of the Kursk region for the period up to 2030]. Available at: https://adm-files.rkursk.ru/1748/docs/113641_107_116249.pdf. (accessed 20.01.2024)
19. Gosudarstvennaya programma Kurskoi oblasti "Povyshenie effektivnosti realizatsii molodezhnoi politiki, sozдание blagopriyatnykh uslovii dlya razvitiya turizma i razvitie sistemy ozdorovleniya i otdykha detei v Kurskoi oblasti" [The State program of the Kursk region "Improving the effectiveness of the implementation of youth policy, creating favorable conditions for the development of tourism and the development of a health and recreation system for children in the Kursk region"]. Available at: https://kursk.ru/upload/iblock/81d/d26bfur2fk6xiqnydgudi9ftote8oqv/GM-redaktsiya-ot-12/30/2022-_1708_pa.pdf. (accessed 20.01.2024)
20. Dmitrieva L. M. Brend v sovremennoi kul'ture [Brand in modern culture]. Moscow, Master, IN-FRA-M Publ., 2021. 200 p.
21. Smirnova M. A., Kryukova G. N. [Tourist attraction of the Kursk region and the city of Kursk]. *Aktual'nye problemy razvitiya turistskoi industrii. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, g. Kursk, 27 oktyabrya 2021 goda* [Actual problems of the tourism industry development. Materials of the international scientific and practical conference, Kursk, October 27, 2021]. Kursk, Southwest State University Publ., 2021, pp. 239–246. (In Russ.)
22. Chto takoe kulinarnaya studiya [What is a culinary studio]. Available at: <https://linsk.ru/news/articles/chto-takoe-kulinarnaya-studiya.html>. (accessed 20.01.2024)
23. Burova T. Y., Sabirzyanova A. R. Arkhitekturno-prostranstvennaya organizatsiya kulinarnykh studii: tendentsii, sposoby, priemy [Architectural and spatial organization of culinary studios: trends, methods, techniques]. *Izvestiya Kazanskogo gosudarstvennogo arkhitekturno-stroitel'nogo universiteta = Proceedings of the Kazan State University of Architecture and Civil Engineering*, 2020, no. 3(53), pp. 108–118.
24. Plekhovskie makovyie pampushki [Plekhov poppy pampushki]. GO. Kursk. Turisticheskii gid [GO. Kursk. Tourist Guide]. Available at: <https://gokursk.ru/food/plyekhovskie-makovyie-pampushki/>. (accessed 20.01.2024)
25. Sudzhanskie vareniki s dyrochkoi [Sudzhansky dumplings with a hole]. GO. Kursk. Turisticheskii gid [GO. Kursk. Tourist guide]. Available at: <https://gokursk.ru/food/sudzhanskie-vareniki-s-dyrochkoy/>. (accessed 20.01.2024)
26. Novosti: Traditsii v epokhu peremen [News: Traditions in an era of change]. VTsIOM [VTsIOM]. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/tradicii-v-ehpokhu-peremen>. (accessed 20.01.2024)
27. Parfinenko T. V., Suvorova L. A. Ustoichivoe razvitie predpriyatii: kontseptual'nyi podkhod v usloviyakh importozameshcheniya [Sustainable development of enterprises: a conceptual approach in the context of import substitution]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Chelyabinsk State University*, 2023, no. 3(473), pp. 193–204.
28. Vorobyova M. S., Nekhaeva N. E. Ponyatiya i osobennosti gastronomicheskogo turizma [Concepts and features of gastronomic tourism]. *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya = Trends in the Development of Science and Education*, 2017, no. 32-3, pp. 45–49.

Информация об авторах / Information about the Authors

Абушенкова Марина Владимировна, доцент кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8632-1715

Смирнова Марина Алексеевна, магистрант кафедры истории и социально-культурного сервиса, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация, e-mail: smrnv.marina@vk.com, ORCID: 0000-0002-1396-7195

Marina V. Abushenkova, Associate Professor of the Department of History and Social and Cultural Services, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: abushenkova.mv@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-8632-1715

Marina A. Smirnova, Undergraduate of the Department of History and Socio-Cultural Services, Southwest State University, Kursk, Russian Federation, e-mail: smrnv.marina@vk.com, ORCID: 0000-0002-1396-7195

ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ И ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

DEVELOPMENT PRIORITIES OF MARKETING AND LOGISTICS ACTIVITIES

Оригинальная статья / Original article

УДК 334.021

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-149-159>



Коллаборации как инновационный маркетинговый инструмент

Н. Н. Ползунова¹✉, Д. О. Рябова¹

¹ Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых
ул. Горького, д. 87, г. Владимир 600000, Российская Федерация

✉ e-mail: Natalya.polzunowa@yandex.ru

Резюме

Актуальность. На современном этапе экономического развития актуальность набирают коллаборации, которые рассматривают как маркетинговый и социальный инструмент. В 2023 г. это настоящий тренд как среди локальных брендов, так и среди брендов с мировым уровнем. Это способ выделиться среди конкурентов и продвинуть продукт или услугу ненавязчиво и креативно. Также популярность этому инструменту добавляет отсутствие привязки ни к одному из видов маркетинга. Можно утверждать, что для коллаборации свойственна универсальность.

Целью рассмотрения данной темы является определение условий создания успешной коллаборации.

Задачи. Для её достижения поставлены задачи: рассмотреть понятие коллаборации как инновационного инструмента, историю появления как маркетингового инструмента, отличия коллабораций от партнёрского маркетинга, виды коллабораций, успешные и неуспешные кейсы, проанализировать успешную коллаборацию Центра косметологии и естественной красоты Лавиани и студии фитнеса и стретчинга Шпагетти.

Методология. В качестве основных методов исследования были использованы теоретические (изучение статистических данных, проведённых исследований в данной области, теоретических материалов обучений по рассматриваемой теме, практического опыта проведения подобных кампаний) и эмпирические (проведение коллаборации и её анализ после завершения).

Результаты. В качестве результата были выведены правила организации успешной коллаборации и сделан вывод о возможностях рассматриваемого маркетингового инструмента.

Выводы. Коллаборации – это инновационный способ привлечения новой аудитории, суть которого заключается в креативной подаче принципиально нового продукта, который является результатом сотрудничества двух компаний с одинаковыми ценностями. Несмотря на длинную историю, коллаборации в том виде, в котором они существуют сейчас, можно назвать инновационным маркетинговым инструментом.

Ключевые слова: коллаборация; бренд; инновационный маркетинговый инструмент; компаративный анализ коллабораций.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

© Ползунова Н. Н., Рябова Д. О., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 149–159

Для цитирования: Ползунова Н. Н., Рябова Д. О. Коллаборации как инновационный маркетинговый инструмент // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 149–159. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-149-159>.

Поступила в редакцию 09.02.2024

Принята к публикации 10.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Collaborations as an Innovative Marketing Tool

Natalya N. Polzunova¹✉, Daria O. Ryabova¹

¹ Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs
87 Gor'kogo Str., Vladimir 600000, Russian Federation

✉ e-mail: Natalya.polzunowa@yandex.ru

Abstract

Relevance. At the present stage of economic development, collaborations are gaining relevance, which are considered as a marketing and social tool. In 2023, this is a real trend both among local brands and among brands with a global level. This is a way to stand out from the competition and promote a product or service unobtrusively and creatively. Also, the popularity of this tool is added by the lack of binding to any of the types of marketing. It can be argued that collaboration is characterized by universality.

The purpose of this topic is to determine the conditions for creating a successful collaboration.

Objectives. To achieve it, the tasks are set: to consider the concept of collaboration as an innovative tool, the history of its appearance as a marketing tool, the differences between collaborations and affiliate marketing, types of collaborations, successful and unsuccessful cases, to analyze the successful collaboration of the Laviani Cosmetology and Natural Beauty Center and the Twine Fitness and Stretching studio Shpagetty

Methodology. The main research methods used were theoretical – the study of statistical data, research conducted in this area, theoretical training materials on the topic under consideration, practical experience in conducting such campaigns – and empirical – conducting a collaboration and its analysis after completion.

Results. As a result, the rules for organizing a successful collaboration were derived and a conclusion was made about the capabilities of the marketing tool in question.

Conclusions. Collaborations are an innovative way to attract a new audience, the essence of which is the creative presentation of a fundamentally new product, which is the result of cooperation between two companies with the same values. Despite the long history, collaborations in the form in which they exist now can be called an innovative marketing tool.

Keywords: collaboration; brand; innovative marketing tool; comparative analysis of collaborations.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Polzunova N. N., Ryabova D. O. Collaborations as an Innovative Marketing Tool. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 149–159. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-149-159>.

Received 09.02.2024

Accepted 10.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Перенасыщенного информацией потребителя трудно чем-то привлечь, обычные рекламные ролики люди просто пролистывают, а некоторые и вовсе готовы отдавать деньги, чтобы потреблять контент без рекламы. За последние несколь-

ко лет произошёл настоящий «бум» коллабораций. Преимущество рассматриваемого маркетингового инструмента, который по своей сути не является новым, состоит в отсутствии прямой навязчивой рекламы. Он постоянно служит полем для креатива, поэтому имеет много раз-

ных проявлений и находит отражение в различных видах маркетинга. На разных рынках и большие, и маленькие бренды все чаще создают совместные продукты. Причём более востребованными являются не классические, в нашем понимании, коллаборации, как, например, сотрудничество известных брендов и звёзд. Сейчас подобные проекты начали носить более локальный и творческий характер. Здесь часто находят проявление артмаркетинг и wow-маркетинг, что достаточно упрощает коммуникацию между брендом и целевой аудиторией. Понятие *wow-маркетинг* ввела Анастасия Полянская [1]. «Концепция wow-маркетинга основана на том, чтобы вызвать у человека эмоцию удивления и таким образом заинтересовать его». По мнению А. Н. Губина с соавторами, wow-маркетинг предполагает включение влиятельных личностей в процесс продвижения продукта или бренда [2, с. 85].

В маркетинге коллаборации можно назвать инновационным инструментом, потому что первичная цель – это вызвать у потребителя определённую эмоцию, задеть его «боль». Сейчас век инновационной экономики, основным признаком которой являются высокий уровень развития образования и науки, конкуренция и высокий спрос на инновации, замещение капиталов, использование круговых технологий, инициация новых рынков, высокие стоимость и качество человеческих капиталов [3; 4; 5]. В таблице 1 приведем динамику показателя «доля предприятий, осуществляющих технологические инновации», величина которого не превышает 23%. Как результат технологичность производства и качество товаров и услуг достигли такого уровня, что часто ощутимых характеристик потребители не видят. Рациональные составляющие продуктов и/или услуг сильными брендами проработаны очень хорошо, поэтому маркетингологи переключаются на эмоции.

Таблица 1. Динамика изменения удельного веса организаций, осуществляющих технологические инновации, в общем числе организаций, % [6]

Год	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Величина	20,8	19,8	21,6	23,0	23,0	22,8

Материалы и методы

В статье используется исследовательский подход, объединяющий элементы теории маркетинга и методологические основы партнерства. Методологическую базу исследования составили элементы системного анализа, а также общенаучные методы, такие как анализ, синтез, абстрагирование и логические методы. Проводимое исследование опиралось на труды таких ученых, как М. С. Агафонова, Е. А. Байков, Д. С. Бочаров, А. Н. Губин, М. Г. Долиденко, Т. Г. Лихачева, А. А. Рычкова, Л. Р. Хакимова и др., а также данные специализированных отчетов.

Несмотря на наличие работ по проблеме коллабораций как маркетингово-

го инструмента, недостаточно в изученной литературе раскрывается его инновационность. Также требует дополнительного изучения условия, при которых коллаборация будет успешной.

Результаты и их обсуждение

Под коллаборацией будем понимать объединение двух или более брендов, или людей в коммерческих целях: обмен аудиторией, взаимный PR, продажа совместного продукта или услуги и т. д. [7]. Коллаборацию брендов относят к инструменту маркетинга влияния, который, например, ритейлеры рассматривают как новое направление в маркетинге, эффективное для увеличения

прибыли [8]. 79,12% маркетологов, использовавших инструменты маркетинга влияния, нашли его эффективным [8]. Коллаборация является разновидностью сотрудничества [9], но все же коллаборация брендов имеет свои характерные черты.

Не стоит путать данный инструмент с партнерским маркетингом и рекламными интеграциями. Главное отличие последних двух – в более формальной и регламентированной договорённости на долгосрочную перспективу. Сравнительная характеристика представлена ниже (табл. 2).

Таблица 2. Результаты компаративного анализа коллабораций и партнёрского маркетинга

Коллаборации	Партнёрский маркетинг
1. Основная цель – создание совместного уникального продукта. 2. Целевая аудитория не всегда должна быть смежная, фокус идёт на похожие ценности компаний. 3. Краткосрочная и среднесрочная перспектива сотрудничества	1. Основная цель – взаимный PR. 2. Целевая аудитория всегда должна быть похожа. 3. Среднесрочная и долгосрочная перспектива сотрудничества

Коллаборации в зависимости от охватываемых сфер деятельности подразделяются на межотраслевые и внутриотраслевые [10, с. 38]. Именно межотраслевые коллаборации обладают большим потенциалом.

Активное использование коллабораций как маркетингового инструмента началось ещё в 2000-х годах, но у истоков стояло сотрудничество Дали и Скиапарелли. В 1937 г. художник и дизайнер создали совместный продукт, ставший шедевром, – вечернее платье из белой органзы, длинную юбку которого украшал огромный лобстер. В этом платье Уоллис Симпсон, герцогиня Виндзорская, появилась на съёмке Сесила Битона. Однако данное сотрудничество коммерческий характер не носило да и в принципе не имело отношения к маркетингу. Скорее это можно назвать творческим порывом [11].

А вот в начале 2000-х гг. моды на совместные проекты именно с целью прибыли заложили демократичные бренды по типу H&M и TARGET, когда начали предлагать известным дизайнерам создать совместную коллекцию. В отчёте Business Collabotation Index 2017 коллаборации называют высокоприбыльной маркетинговой стратегией. А по резуль-

татам исследований American Express [12], компании, которые используют эту стратегию, в среднем за год показывают рост доходов на 64%. Компании же, которые действуют всегда в одиночку, демонстрируют рост доходов на 26%.

Коллаборация не всегда, но часто является имиджевой историей [13], особенно для локальных брендов, поэтому не факт, что речь идёт о большом доходе, но всё-таки есть ряд больших преимуществ:

1. Обмен аудиторией. Суть заключается в поиске партнёра на другом целевом рынке, где потребители могут заинтересоваться продуктом партнера. Таким образом, бренды играют на доверии – люди, которые ранее не были целевой аудиторией одного из двух партнёров, скорее согласятся попробовать продукт, созданный совместно с их любимой маркой. Кроме того, для компаний, осуществляющих свою хозяйственную деятельность продолжительное время, данный инструмент является хорошим способом привлечь молодую аудиторию, которая невосприимчива к классической рекламе, и показать свою способность адаптироваться к запросам аудитории и находиться в тренде.

2. Внимание потребителя. По данным отчёта The Future Focus 2021: Brands

Accelerated, «борьба за внимание пользователя – один из основных вызовов для маркетологов сегодня» [14]. Коллаборация, как уже говорилось ранее, большое поле для креатива. Она позволяет выделяться на фоне конкурентов среди новой, но уже разогретой аудитории за счёт эффективного и уникального предложения.

3. Более высокая отдача от инвестиций и рост прибыли. Как правило, это долгосрочная перспектива, но всё-таки уникальное и инновационное предложение; как основной продукт успешных коллабораций даёт компаниям очень большое конкурентное преимущество на рынке.

Вместе с преимуществами также стоит рассмотреть и недостатки:

1. Коллаборация как маркетинговый инструмент требует больших затрат, а в реализации заложенного креатива часто не может быть альтернатив.

2. Данный вид сотрудничества является рискованным. Чем креативнее идея, тем больше вероятность, что целевая аудитория её не поймёт или не примет и потребуется время на признание креатива потребителями. Так в 1983 г. американский дизайнер Рой Холстон выпустил совместную коллекцию с массовым брендом J. C. Penney. Смелый эксперимент не понравился модным бутикам, многие разорвали с ним отношения. А сейчас, как уже писалось выше, подобная тенденция набирает обороты. Также риск может быть связан с неправильно подобраным партнёром. Любой удар по репутации одной из компаний в коллаборации сразу же отразится на другой. Именно поэтому сейчас очень легко потерять партнёрские отношения из-за любой неправильно сказанной на публику фразы [15].

Понимая все преимущества и недостатки рассматриваемого маркетингового инструмента, многие бренды совершают большую ошибку. Они перестают рассчитывать на собственные силы и начинают постоянно заключать стратеги-

ческие маркетинговые партнёрства, теряя свою индивидуальность и забывая про свою ДНК и про свой язык.

Также стратегической ошибкой является взгляд на коллаборации как только на способ продвижения и привлечения новой аудитории. Сегодня это гораздо больше, чем просто совместная коллекция с логотипом двух брендов. Это способ донести большую идею и определённую миссию в массы. Коллаборации стали инструментом выражения важного мнения в обществе. В совместных компаниях бренды обращают внимание на необходимость защиты человеческих прав, серьёзную ситуацию в связи с климатическими изменениями, призывают людей развиваться и сохранять культурные и исторические ценности. Сейчас это мощный как маркетинговый, так и социальный инструмент, позволяющий влиять на общество. И это возможно благодаря голосу бренда, который будет звучать в тысячу раз сильнее в объединении. И стоит согласиться с Х. Шин, который утверждает, что для поколения MZ (люди, родившиеся между 1980 и 2010 гг.) коллаборация брендов – это новая ценность [16, с. 830].

Коллаборация – это инновационный маркетинговый инструмент. Таковым его можно назвать, поскольку он обладает рядом признаков инновации:

1. Продукт коллаборации чаще всего является оригинальным, креативным [17], т. е. обладает новизной, это что-то принципиально новое.

2. Коллаборация – это всегда риск. Далеко не факт, что созданный продукт найдет свою аудиторию, а не будет отторгнут.

3. Запуск коллаборации всегда требует проведение исследования. Это могут быть фокус-группы, опросы, исследования потребностей целевой аудитории и т. д. Так как продукт принципиально новый, необходимо снизить вероятность отсутствия окупаемости с помощью тестирований.

4. В процессе коллаборации обязательным условием является коммерческая окупаемость для всех партнёров.

Также инновационный характер коллаборации подчеркивает применение ее предпринимателями как маркетингового инструмента в современных бизнес-моделях.

Как в быстро развивающемся большом течении, коллаборации начинают делиться на определённые виды. В 2023 г. язык бренда очень мощный инструмент, поэтому основным направлением часто является социальный аспект. Под влиянием артмаркетинга бренды обращают внимание на сохранение культуры как родного края, так и культурных ценностей России. Также выделяется ещё несколько основных видов за последние несколько лет:

1. Совместный контент. Сейчас полноценной коллаборацией можно считать информационные продукты. Это экономит бюджет и создает необходимый инфоповод, придерживаясь установки: больше «шумихи» – больше wow – эффект [18, с. 163]. Иногда бренды просто создают совместный контент и не продают его. Такая стратегия / действие развивает имиджевую историю.

2. Объединение супербрендов. Главное в партнёрском маркетинге гигантов – грамотная стратегия и чёткое разделение обязательств. Ну и, конечно, очень важно выбрать партнёра. Например, очень удачный кейс сотрудничества Louis Vuitton и Supreme. Коллаборация люксового и streetwear брендов объединила две непохожие друг на друга аудитории. В коллекцию вошли различные аксессуары – от сумок до бейсбольных бит.

3. Бренды гиганты и молодые бренды. Этот тренд уже немного описывался выше, с него, можно сказать, и началась история коммерческих коллабораций. В таком симбиозе выигрывают обе сторо-

ны: большие компании имеют статус, историю, влияние и финансовые возможности, а маленькие более чувствительные и гибкие к трендам, а самое главное, они близки к миллениалам – самой платёжеспособной и самой желанной аудитории.

4. Сочетание несовместимого. Чем экстравагантнее и ярче ваш продукт, тем больше он будет заметным. Здесь часто речь идёт о так называемом wow-маркетинге. Представители брендов с абсолютно разным полем деятельности придумывают разные креативы, превращая коллаборации в искусство. Так, например, дуэт Dolce&Gabbana и Smeg представил коллекцию бытовой техники под ручную роспись.

5. Коллаборации личных брендов и брендов компаний (коммерческих и некоммерческих). Тренд не новый, но свою актуальность не теряет. Сотрудничество бизнеса с влиятельной личностью никогда не выйдет из моды.

6. Бренд и искусство. Как уже говорилось выше, сохранение культурных и исторических ценностей сейчас очень актуально. Компании создают совместные продукты с музеями, художниками, арт-объектами и т. д., например, коллаборация гастробистро Lucky Duck с владимирской художницей Люсей Соловьёвой. Картины Люси украшают бумажные стаканчики и коробки для булок в ресторане, а также баннеры, открытки и т. д.

7. Коммерческие и некоммерческие организации. Бренды не просто занимаются благотворительностью. Социальная ответственность – необходимое условие конкурентоспособности для каждой компании. Интересные и яркие коллаборации создаются не только для демонстрации социальной ответственности бренда и лояльности аудитории, но и для транслирования в большие массы важности решения глобальных проблем. Такие партнёрства являются своеобразным призывом к действию.

Для успешной коллаборации выделяется несколько основных правил:

1. Поиск правильных партнеров. Помимо надёжности, хорошей репутации и авторитета, ценности компаний должны совпадать – это важнее, чем смежная аудитория. Необходимо убедиться, что продукт подойдёт потребителям. Интересы пользователей бренда должны вписываться в идею проекта. Или может произойти пример неудачной коллаборации, как у Target и Neiman Marcus. Они не смогли договориться о ценовой политике совместной коллекции, и для аудитории первого бренда продукт получился слишком дорогим [19].

2. Необходимость риска. Суть коллаборации заключается в создании нового, яркого, инновационного продукта. Чтобы привлечь внимание, надо показать то, чего нет у других. В результате подобных экспериментов может появиться новое видение своего бренда.

3. Важность определения условий и обязанностей – выгода должна быть для обеих сторон. Оба партнера должны четко понимать цели коллаборации, финансовые условия, обязанности и прогнозируемый результат. Эти пункты нельзя менять в процессе кампании.

4. Необходимо действовать прозрачно. Честность всегда рождает доверие и партнёров, и потребителей [20]. Согласно исследованию маркетинг-платформы CREZO, 80% потребителей говорят, что подлинность контента побудит их доверять бренду.

Конечным результатом коллаборации является не совместный продукт, а новые потребители [9] или увеличение узнаваемости бренда. В качестве примера можно рассмотреть достаточно оригинальную коллаборацию «Союзмультфильма» и Puma – обувь с героями мультипликационных картин. Основная цель – повышение узнаваемости обеих компаний – была достигнута. «Союзмультфильм» расширил

свою известность за рубежом, а Puma получила узнаваемость среди определённой категории целевой аудитории – родители, которые покупают своим детям обувь премиального качества.

Учитывая эти правила, во Владимире летом 2023 г. состоялась успешная коллаборация – совместное wellness-мероприятие центра косметологии Laviani и студии фитнеса и стретчинга Shpagetti. Разобрав её подробно, можно выделить основные шаги по созданию выгодного сотрудничества.

Мероприятие состояло из еженедельных занятий по растяжке на свежем воздухе. Суть заключалась в следующем: каждую субботу (на разных локациях: парк, берег реки, крыша) главный тренер, основатель студии и владимирский блогер Светлана Логинова проводила занятие по стретчингу. Laviani взял на себя обязанности по обеспечению гостей брендированными ковриками, резинками, полотенцами, бутылками воды, масками для лица. В качестве подарков гостям также раздавались буклеты со скидками в косметологию. Мероприятие освещалось в социальных сетях двух партнёров, их владельцев – Светланы Логиновой и Ирины Залевской. А также на каждом занятии были приглашённые гости – медийные личности Владимира, которые также рассказывали о коллаборации на своих аккаунтах.

Данная коллаборация – это имиджевая история. Ни центр косметологии, ни студия растяжки не ставили перед собой целью получение коммерческий эффект и допускали вероятность, что мероприятие не окупится. Стоимость составляла 800 руб. за занятие, что достаточно дорого для Владимира при средней цене по городу 300-400 руб. Такая сумма оправдана затратами, а также обоснована тем, что основная целевая аудитория – это обеспеченные люди, которые могут позволить себе поход в косметологию с це-

нами выше среднего по рынку. Но больше всего организаторы хотели привлечь локальных блогеров и раскрутить мероприятие. Пусть люди на нем не присутствуют, но говорят о нём. В итоге само мероприятие не окупилось – расходы на 30% превысили доходы, но основная цель была достигнута. Поэтому убытки рассматриваются как затраты на рекламную кампанию.

Динамика общей вовлечённости на странице косметологии в социальных сетях составила +1,25% за август. По количеству подписок вышло 78 чистых подписчиков (с учётом отписок), что составляет +0,18% от общего количества подписчиков. Это хорошие показатели для аккаунта с полностью обновлённой айдентикой.

В целом рекламная кампания в форме коллаборации завершилась успешно, а компании продолжили сотрудничать. Исходя из всех рассмотренных аспектов можно выделить несколько последовательных шагов по созданию качественной коллаборации:

1. Определение целей рекламной кампании, которые не противоречат целям и ценностям бизнеса.
2. Правильно подобрать партнёра.
3. Найти креативную реализацию проекта.
4. Утвердить метрики успешности коллаборации – это имиджевый проект или коммерческий, либо всё вместе.

5. Протестировать креатив на фокус-группе. Важно помнить, что эксперимент важнее задачи уложиться в бюджет, в противном случае можно попасть на ещё большие суммы.

6. Распределить роли и обязанности для равнозначного участия партнёров и для равнозначной выгоды.

7. Проанализировать результаты по установленным метрикам. Качественно проведённая коллаборация всегда будет успешной.

Выводы

Сегодня коллаборации – это инновационный инструмент. История его развития началась давно, но в том виде, в котором он сейчас существует, его можно наблюдать недавно. Акцент на эмоции потребителя с помощью креатива и искусства – это тренд коллабораций в 2023 г. Это способность заявить о себе в необычном ключе, это возможность в полной мере раскрыть потребителю свою ДНК. Но даже учитывая огромные возможности для креативов и полёта фантазий, не стоит забывать, что всё-таки это инструмент маркетинга, для которого характерны правила и границы, а также не стоит забывать, что коллаборации используют язык бренда – мощный инструмент, который задействовать нужно с умом. В противном случае неправильно донесённая мысль может отвернуть от компании всех клиентов.

Список литературы

1. Полянская А. Удивить, подружиться, получить прибыль: уроки wow-маркетинга от Анастасии Полянской. URL: <https://www.forbes.ru/spetsproekt/496412-udivit-podruzit-sa-polucit-pribyl-uroki-wow-marketinga-ot-anastasii-polanskoj?erid=4CQwVsZHN9pUkpy83mv1> (дата обращения: 13.01.2024).
2. Маркетинг влияния: концептуальные основы и применение в девелопменте / А. Н. Губин, Д. С. Бочаров, М. С. Агафонова, Т. Г. Лихачева // Цифровая и отраслевая экономика. 2023. № 2(30). С. 84–91.
3. Кашицына Т. Н., Тимофеева Е. С., Савельев И. И. Приоритеты развития инновационной инфраструктуры страны / региона // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 4, № 6. С. 33–38.

4. Голов Р. С., Мыльник А. В. Концептуальные основы трансфера знаний как драйвера инновационного развития промышленности // Научные труды Вольного экономического общества России. 2018. Т. 210, № 2. С. 401–411.
5. Костыгова Л. А. Обеспечение экономики страны важнейшими сырьевыми ресурсами – необходимое условие инновационного развития // Экономика и управление в машиностроении. 2019. № 4. С. 27–31.
6. Официальная статистика. Наука, инновации и технологии. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science> (дата обращения: 18.01.2024).
7. Залевская И. Партнёрские коллаборации: придумать организовать, измерить результат // Cossa. URL: <https://www.cossa.ru/trends/323893/> (дата обращения: 13.01.2024).
8. Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs / Ki C. W. C. [et al.] // Journal of Retailing and Consumer Services. 2020. Vol. 55. P. 102133.
9. Байков Е. А., Хакимова Л. Р. Коллаборация брендов как эффективный инструмент инновационных процессов современной экономики // Петербургский экономический журнал. 2018. № 3. С. 39–46.
10. Христофорова И. В., Черникова Л. И., Эльканова Е. А. Экономика впечатлений в России: тенденции развития, методологические основы и инструменты поддержки // Сервис в России и за рубежом. 2023. Т. 17, № 3(105). С. 31–47.
11. Гайд коллабораций // New Extraordinary Women 2021. URL: https://n-e-women.com/guide_collaborations (дата обращения: 13.08.2023).
12. The economic benefits of working together // American Express. URL: https://icm.aexp-static.com/content/dam/contenthub/au/en/images/2017/10/CFO%20Business%20Collaboration%202017%20AUS_FA2.pdf (дата обращения 18.01.2024).
13. Сидорина Т. В. Метод оценки имиджа организации // Наука в современном мире: приоритеты развития. 2016. № 1 (2). С. 116–118.
14. Brands Accelerated // The Future Focus. URL: https://www.dentsu.com/nl/en/reports/future_focus_2021_brands_accelerated (дата обращения: 18.01.2024).
15. Макиенко А. Л., Харитонов Н. В. Бренд отеля и его значение в формировании позитивного имиджа (на примере «Hilton Garden Inn Perm») // География и туризм: сборник научных трудов. Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2014. С. 141–149.
16. Shin H. A case study on value creation of fashion brands using content collaboration targeting MZ generation // The Research Journal of the Costume Culture. 2020. Vol. 28, no. 6. P. 830–844.
17. Корчагина Ю. Г. Коллаборация как метод продвижения современных брендов // Форум молодых ученых. 2018. № 3-1 (19). С. 74–77.
18. Долиденко М. Г., Рычкова А. А. Коллабрации как эффективный инструмент современного маркетинга // Вестник МИРБИС. 2021. № 3(27). С. 161–164.
19. Старов С. А. Управление брендами. СПб.: Высшая школа менеджмента, 2008. 484 с.
20. Белов А. Успешные коллаборации: укрепляем бренд и привлекаем новых клиентов // Cossa. URL: <https://www.cossa.ru/trends/321896/> (дата обращения: 15.01.2024).

References

1. Polyanskaya A. Udivit', podruzhit'sya, poluchit' pribyl': uroki wow-marketinga ot Anastasii Polyanskoi [Surprise, make friends, make a profit: wow-marketing lessons from Anastasia Polyanskaya]. Available at: <https://www.forbes.ru/spetsproekt/496412-udivit-podruzhit-sa-polucit-pribyl-uroki-wow-marketinga-ot-anastasii-polanskoj?erid=4CQwVszH9pUkpy83mv1>. (accessed 13.01.2024)

2. Gubin A. N., Bocharov D. S., Agafonova M. S., Likhacheva T. G. Marketing vliyaniya: kontseptual'nye osnovy i primeneniye v developmente [Influence marketing: Conceptual foundations and application in development]. *Tsifrovaya i otraslevaya ekonomika = Digital and Industrial Economics*, 2023, no. 2(30), pp. 84–91.
3. Kashitsyna T. N., Timofeeva E. S., Savelyev I. I. Prioritety razvitiya innovatsionnoi infrastruktury strany/regiona [Priorities for the development of innovative infrastructure of the country/region]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya = Economics and Management: Problems, Solutions*, 2018, vol. 4, no. 6, pp. 33–38.
4. Golov R. S., Mylnik A. V. Kontseptual'nye osnovy transfera znaniy kak draivera innovatsionnogo razvitiya promyshlennosti [Conceptual foundations of knowledge transfer as a driver of innovative development of industry]. *Nauchnye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii = Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, 2018, vol. 210, no. 2, pp. 401–411.
5. Kostygova L. A. Obespecheniye ekonomiki strany vazhneishimi syr'evymi resursami – neobkhodimoe usloviye innovatsionnogo razvitiya [Providing the country's economy with the most important raw materials is a necessary condition for innovative development]. *Ekonomika i upravlenie v mashinostroyeniye = Economics and Management in Mechanical Engineering*, 2019, no. 4, pp. 27–31.
6. Ofitsial'naya statistika. Nauka, innovatsii i tekhnologii [Official statistics. Science, innovation and technology]. Available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>. (accessed 18.01.2024)
7. Zalevskaya I. Partnerskie kollaboratsii: pridumat' organizovat', izmerit' rezul'tat [Partnership collaborations: come up with an organization, measure the result]. *Cossa*. Available at: <https://www.cossa.ru/trends/323893/>. (accessed 13.01.2024)
8. Ki C. W. C., eds. Influencer marketing: Social media influencers as human brands attaching to followers and yielding positive marketing results by fulfilling needs. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2020, vol. 55, p. 102133.
9. Baikov E. A., Khakimova L. R. Kollaboratsiya brendov kak effektivnyi instrument innovatsionnykh protsessov sovremennoi ekonomiki [Brand collaboration as an effective tool for innovative processes in the modern economy]. *Peterburgskii ekonomicheskii zhurnal = Petersburg Economic Journal*, 2018, no. 3, pp. 39–46.
10. Khristoforova I. V., Chernikova L. I., Elkanova E. A. Ekonomika vpechatlenii v Rossii: tendentsii razvitiya, metodologicheskie osnovy i instrumenty podderzhki [Economy of impressions in Russia: development trends, methodological foundations and support tools]. *Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and Abroad*, 2023, vol. 17, no. 3(105), pp. 31–47.
11. Gaid kollaboratsii [Collaboration guide]. New Extraordinary Women 2021. Available at: https://n-e-women.com/guide_collaborations. (accessed 13.08.2023)
12. The economic benefits of working together. American Express. Available at: https://icm.aexp-static.com/content/dam/contenthub/au/en/images/2017/10/CFO%20Business%20Collaboration%202017%20AUS_FA2.pdf. (accessed 18.01.2024)
13. Sidorina T. V. Metod otsenki imidzha organizatsii [Method for assessing the image of an organization]. *Nauka v sovremennom mire: prioritety razvitiya = Science in the Modern World: Development Priorities*, 2016, no. 1 (2), pp. 116–118.
14. Brands Accelerated. The Future Focus. Available at: https://www.dentsu.com/nl/en/reports/future_focus_2021_brands_accelerated. (accessed 18.01.2024)
15. Makienko A. L., Kharitonova N. V. [Hotel brand and its importance in the formation of a positive image (using the example of "Hilton Garden Inn Perm")]. *Geografiya i turizm. Sbornik nauchnykh trudov* [Geography and tourism. Collection of scientific papers]. Perm, Perm State National Research University Publ., 2014, pp. 141–149. (In Russ.)
16. Shin H. A case study on value creation of fashion brands using content collaboration targeting MZ generation. *The Research Journal of the Costume Culture*, 2020, vol. 28, no. 6, pp. 830–844.

17. Korchagina Yu. G. Kollaboratsiya kak metod prodvizheniya sovremennykh brendov [Collaboration as a method of promoting modern brands]. *Forum molodykh uchenykh = Forum of Young Scientists*, 2018, no. 3-1 (19), pp. 74–77.
18. Dolidenok M. G., Rychkova A. A. Kollabratsii kak effektivnyi instrument sovremennogo marketinga [Collaborations as an effective tool of modern marketing]. *Vestnik MIRBIS = MIRBIS Bulletin*, 2021, no. 3(27), pp. 161–164.
19. Starov S. A. Upravlenie brendami [Brand management]. St. Petersburg, Higher School of Management Publ., 2008. 484 p.
20. Belov A. Uspeshnye kollaboratsii: ukreplyaem brend i privlekaem novykh klientov [Successful collaborations: strengthening the brand and attracting new clients]. Cossa. Available at: <https://www.cossa.ru/trends/321896/>. (accessed 15.01.2024)

Информация об авторах / Information about the Authors

Ползунова Наталья Николаевна, доктор экономических наук, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга, Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Российская Федерация,
e-mail: Natalya.polzunowa@yandex.ru,
SPIN: 3828-2617,
ORCID: 0000-0002-2617-9470,
Autor ID: 411555

Natalya N. Polzunova, Doctor of Sciences (Economics), Head of Department of Management and Marketing, Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs, Vladimir, Russian Federation,
e-mail: Natalya.polzunowa@yandex.ru,
SPIN: 3828-2617,
ORCID: 0000-0002-2617-9470,
Author ID: 411555

Рябова Дарья Олеговна, студент кафедры менеджмента и маркетинга, Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых, г. Владимир, Российская Федерация,
e-mail: daryuarabova@yandex.ru

Daria O. Ryabova, Student of the Department of Management and Marketing, Vladimir State University named after Alexander and Nikolai Stoletovs, Vladimir, Russian Federation,
e-mail: daryuarabova@yandex.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 330.16 330.3 658.8

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-160-174>**Инновационный подход к организации деятельности
предприятия на основе использования цифровых
технологий продвижения бренда****С. В. Пономарев¹, О. С. Крайнова², Л. В. Московцева^{3✉}, С. В. Плясова⁴**

¹ Калужский филиал Финансового университета при Правительстве РФ
ул. Чижевского, д. 17, г. Калуга 248016, Российская Федерация

² Институт пищевых технологий и дизайна – филиал Нижегородского государственного
инженерно-экономического университета
ул. Октябрьская, д. 22А, Нижегородская область, г. Княгинино 606340, Российская Федерация

³ Липецкий филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте
Российской Федерации
ул. Интернациональная, д. 3, г. Липецк 398050, Российская Федерация

⁴ Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
Ленинградский пр-т, д. 49/2, г. Москва 125167, Российская Федерация

✉ e-mail: mlvl80@mail.ru

Резюме

Актуальность исследования определяется необходимостью адаптации деятельности предприятий к стремительно развивающейся цифровой среде, в которой требуется регулярный пересмотр стратегии продвижения и приспособления к новым изменяющимся условиям, формирующим бизнес-ландшафт.

Цель исследования состоит в разработке инновационного подхода к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда в условиях изменений, а также в определении направлений их практической реализации.

Задачи исследования состоят в определении теоретико-методологических основ формирования и реализации стратегии продвижения бренда в деятельности предприятия; обосновании роли цифровых технологий в стратегии продвижения бренда современного предприятия; разработке инновационного подхода к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда.

Методология. В работе использован метод теоретического анализа, метод классификации, синтез, дедукция и индукция. Из практических методов исследования применены: метод наблюдения, анализ собранных данных, описание, экономический анализ, метод сравнения, системный подход. Применяемые эмпирические методы исследования включают: выбор платформы для размещения контента, способов и каналов влияния на потребительскую аудиторию интернет-ресурса.

Результаты. Раскрыты элементы инновационного подхода к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда: порядок анализа контента и установления его соответствия целевой аудитории; сегменты целевой аудитории для взаимодействия в процессе продвижения бренда; основные и дополнительные каналы продвижения; варианты создания стратегии коммуникационного обращения; метрики, используемые для оценки эффективности стратегии продвижения бренда. Выделены этапы создания цифрового контента и предложены авторские рекомендации по их совершенствованию.

Выводы. Представлен инновационный подход к продвижению бренда с использованием цифровых технологий продвижения, уникальность которого состоит в использовании обновлённых основных элементов и цифровых инструментов на каждом этапе стратегии, позволяющих повысить адаптивность предприятия к изменяющимся условиям среды.

© Пономарев С. В., Крайнова О. С., Московцева Л. В., Плясова С. В., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 160–174

Ключевые слова: цифровизация; инновационный подход; изменения; стратегия продвижения бренда; потребительское поведение; технологии продвижения.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Инновационный подход к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда / С. В. Пономарев, О. С. Крайнова, Л. В. Московцева, С. В. Плясова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 160–174. [https://doi.org/ 10.21869/2223-1552-2024-14-2-160-174](https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-160-174).

Поступила в редакцию 11.02.2024

Принята к публикации 07.03.2024

Опубликована 27.04.2024

An Innovative Approach to the Organization of the Company's Activities Based on the Use of Digital Technologies for Brand Promotion

Sergey V. Ponomarev¹, Olga S. Krainova², Larisa V. Moskovtseva^{3✉},
Svetlana V. Plyasova⁴

¹ Kaluga Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation
17 Chizhevsky Str., Kaluga 248016, Russian Federation

² Institute of Food Technology and Design – Branch of Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics
22A Oktyabrskaya Str., Nizhny Novgorod Region, Knyaginino 606340, Russian Federation

³ Lipetsk Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration
3 Internatsionalnaya Str., Lipetsk 398050, Russian Federation

⁴ Financial University under the Government of the Russian Federation
49/2 Leningradsky Ave., Moscow 125167, Russian Federation

✉ e-mail: mlv180@mail.ru

Abstract

The relevance of the research is determined by the need to adapt the activities of enterprises to the rapidly developing digital environment, which requires regular revision of the promotion strategy and adaptation to the new changing conditions shaping the business landscape.

The purpose of the study is to develop an innovative approach to the organization of the company's activities based on the use of digital technologies for brand promotion in the face of changes, as well as to determine the directions of their practical implementation.

The objectives of the research are to determine the theoretical and methodological foundations for the formation and implementation of a brand promotion strategy in the company's activities; substantiate the role of digital technologies in the brand promotion strategy of a modern enterprise; develop an innovative approach to the organization of the company's activities based on the use of digital brand promotion technologies.

Methodology. The paper uses the method of theoretical analysis, the method of classification, synthesis, deduction and induction. The following practical research methods are used: observation method, analysis of collected data, description, economic analysis, comparison method, systematic approach. The applied empirical research methods include: choosing a platform for posting content, ways and channels of influencing the consumer audience of an Internet resource.

The results. The elements of an innovative approach to the organization of an enterprise's activities based on the use of digital brand promotion technologies are revealed: the procedure for analyzing content and determining its compliance with the target audience; segments of the target audience for interaction in the process of brand promotion; main and additional promotion channels; options for creating a communication strategy; metrics used to assess the effectiveness of a brand promotion strategy. The stages of digital content creation are highlighted and the author's recommendations for their improvement are proposed.

Conclusions. *An innovative approach to brand promotion using digital promotion technologies is presented, the uniqueness of which consists in the use of updated basic elements and digital tools at each stage of the strategy, allowing to increase the adaptability of the enterprise to changing environmental conditions.*

Keywords: *digitalization; innovative approach; changes; brand promotion strategy; consumer behavior; promotion technologies.*

Conflict of interest: *In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.*

For citation: Ponomarev S. V., Krainova O. S., Moskovtsev L. V., Plyasov S. V. An Innovative Approach to the Organization of the Company's Activities Based on the Use of Digital Technologies for Brand Promotion. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 160–174. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-160-174>.

Received 11.02.2024

Accepted 07.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

В стремительно развивающуюся цифровую эпоху компании вынуждены пересматривать свои стратегии продвижения и приспосабливаться к новым условиям, формирующим бизнес-ландшафт. Такая адаптация – не просто вариант, а необходимость, обусловленная неустанным развитием цифровых технологий, которые проникли во все сегменты деятельности предприятий. Традиционные методы продвижения бренда вытесняются инновационными подходами, которые используют огромный потенциал цифровых инструментов, платформ и каналов для взаимодействия с потребителями, повышения лояльности к бренду и получения конкурентных преимуществ [1].

Сегодня следует изучать различные подходы, применяемые предприятиями, – от использования аналитики данных для понимания поведения и предпочтений клиентов до основных элементов рекламных стратегий, которые должны стать неотъемлемым элементом современных маркетинговых кампаний. Важно отметить, что социальные сети переосмыслили отношения между брендами и их аудиторией, создав возможности для взаимодействия в режиме реального времени и совместного создания повествований о брендах.

Цифровизация не просто изменила тактику продвижения, она также под-

толкнула предприятия к пересмотру и реструктурированию своих внутренних рабочих процессов, коммуникационных стратегий и сути реализуемых бизнес-моделей [2]. Опираясь на опыт передовых предприятий и последние исследования в области цифрового маркетинга, данная статья даст панорамный обзор того, как инновационный подход, опирающийся на использование цифровых технологий, вплетаясь в структуру деятельности компаний, может направить их к будущему, в котором продвижение бренда – это не просто видимость, но и создание захватывающей и устойчивой цифровой среды.

В существующих реалиях, характеризующихся непрерывными изменениями, предприятие должно менять свой подход к продвижению и становиться более адаптивным [3; 4]. Благодаря рекламным коммуникациям удаётся определить образ и стиль жизни, привычки и предпочтения потребителей. Вместе с тем важно создавать условия, когда потребитель будет чувствовать доверие к бренду. Именно с этой целью компании экспериментируют, давая потребителям участвовать в создании продукта. В свою очередь, у потребителя возникает ощущение открытости и доступности бренда.

Таким образом, повышение адаптивности современного предприятия определяется применяемыми подходами к организации деятельности предприятия и ис-

пользованием цифровых технологий продвижения бренда.

Материалы и методы

Теоретические основы исследования сформированы работами ученых в области цифрового развития предприятий, в т. ч. цифровизации их деятельности по продвижению товаров и услуг. Следует выделить зарубежных исследователей, в частности, М. Хатри [5], Д. Ле и др. [6]. Вопросам, связанным с видами контента, посвящены исследования Л. В. Чередниченко [7], А. Р. Марфицыной [8].

М. Шеррингтон сформировал подход «метод 5W», который строится на выделении отдельных сегментов аудитории со схожими признаками и дальнейшем формировании индивидуальных предложений для каждой группы [9].

Исследования целевой аудитории, необходимые для анализа рынка, проводила П. Е. Жохова, которая описала, в том числе, негативные эффекты в ходе некорректной сегментации рынка [10].

Принципы выделения паттернов потребительского поведения описаны в публикациях К. Д. Карпунина и А. Д. Карпуниной [11], а также в работе Е. К. Карпуниной, Н. Н. Губернаторовой, Т. Г. Соболевской [12].

Российские исследователи Н. Ф. Солдатова [13], А. В. Плотников [14] и Г. А. Хмелёва и Д. А. Чертопьятов [15] выделяют факторы, влияющие на потребительское поведение, и исследуют развитие инновационной среды предприятия.

Пандемия оказала существенное влияние на развитие деятельности предприятия. В частности, О. Н. Подорова-Аникина и др. [16], О. В. Плюсина [17], Е. А. Яковлева и И. А. Толочко [18] дают оценку произошедших под влиянием пандемии изменений в различных секторах экономики и в разрезе продвижения бренда.

Исследованиями продвижения бренда с помощью цифровых технологий занимались С. С. Чеботарева и Е. Г. Гущи-

на [19], Э. А. Билалова [20], С. М. Альварес [21] и Л. М. Дмитриева [22].

Цель исследования – разработка инновационного подхода к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда в условиях изменений, а также определение направлений их практической реализации.

Задачи исследования:

- определить теоретико-методологические основы формирования и реализации стратегии продвижения бренда в деятельности предприятия;
- обосновать роль цифровых технологий в стратегии продвижения бренда современного предприятия;
- предложить инновационный подход к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда.

Методы исследования: в работе использован метод теоретического анализа, метод классификации, синтез, дедукция и индукция. Из практических методов исследования применены: метод наблюдения, анализ собранных данных, описание, экономический анализ, метод сравнения, системный подход. Применяемые эмпирические методы исследования включают: выбор платформы для размещения контента, способов и каналов влияния на потребительскую аудиторию интернет-ресурса.

Результаты и их обсуждение

Потребительский рынок в условиях жесткой конкуренции предприятий за внимание и ресурсы потребителей подвержен постоянным изменениям. Продвижение бренда – это многофакторный комплекс мероприятий. Для организации работы по повышению узнаваемости предприятия целесообразно создавать долгосрочный план его развития и продвижения бренда [23]. При первичном выходе бренда на рынок продвижение, как правило, является активным. Когда предприятию известно целевая аудитория, продвижение бренда становится бо-

лее спокойным, поддерживающим необходимый уровень известности [22].

Без грамотно выстроенной стратегии рекламные кампании будут хаотичными и несогласованными, приносящими предприятию разовый эффект и нерациональное расходование средств при отсутствии достижения поставленных целей.

2023 год сформировал новые условия на рынке, стало понятно, что цифровизация и использование цифровых технологий в продвижении бренда являются неотъемлемым аспектом деятельности каждого предприятия. Акцент в продвижении должен быть сделан на взаимодействие с потенциальным потребителем, а дальнейшее изучение направлено на анализ его следующего шага. Самый распространённый способ взаимодействия – форма обратной связи как удобный и быстрый способ понять паттерны потребительского поведения [12].

По мнению авторов, инновационный подход к организации деятельности предприятия на основе использования цифровых технологий продвижения бренда должен строиться на следующих основных элементах:

1. *Исследование и анализ.* Прежде всего следует изучить все элементы рынка: характер поведения потребителей, конкурентов, существующие тенденции, политику государства относительно регулирования отраслевых взаимодействий. Далее исследуются цели и задачи предприятия, формируется образ бренда, выделяются его сильные и слабые стороны. Например, без знания своей целевой аудитории невозможно понять преследующие «боли» и необходимые потребности каждой группы потребителей, что в итоге обусловит невозможность создания рекламного сообщения с высокой результативностью.

Для оценки целевой аудитории необходимо выяснить ключевые показатели и произвести ряд действий для получения требуемой информации. Так, необходимые действия, направленные на изучение

потенциальных покупателей, должны включать: определение гендера и возраста потенциальных клиентов; изучение главных видов занятий заказчиков; определение возможных интересов потенциальных клиентов; определение их семейного положения; анализ главных ценностей клиентов; определение групп в социальных медиа, за которыми следят потенциальные клиенты; выявление проблем, являющихся наиболее актуальными для клиентов и требующих решения. Например, для анализа рынка для запуска нового продукта в пределах города – услуги по выгулу собак – можно использовать следующую логику: подростки, как правило, имеют много свободного времени, но ограничены в финансовых возможностях, поэтому они не являются потенциальными клиентами данной услуги; люди с плотным графиком работы (возрастная группа людей старше 25 лет, включая мужчин и женщин) могут воспользоваться этой услугой. Следовательно, именно вторая категория будет составлять целевую аудиторию запускаемого проекта.

Изучая предоставленную информацию, следует определить количество людей, соответствующих предъявляемым требованиям, в рамках определенной территории (города, региона). Чтобы оценить количество мужчин и женщин нужного возраста, можно воспользоваться рекламными кабинетами. Простым способом является использование социальной сети «ВКонтакте», где указываются пол и возраст. По этим данным можно получить приблизительную численность целевой аудитории запускаемого проекта – около 100 тыс. человек. Также стоит учесть, что не каждый индивидуум имеет домашних животных. В этом случае необходимо обратиться к статистическим данным. Согласно исследованию ВЦИОМ, собаки являются домашними питомцами для 38% жителей России [24]. Это означает, что целевая аудитория потенциальных клиентов, за-

интересованных в услугах по выгулу собак, составляет 38% от общего числа опрошенных, т. е. 38 тыс. человек. Безусловно, полученные данные не будут отличаться абсолютной точностью, однако это и не является необходимостью. Для такого анализа требуются приближенные вычисления. Более подробную статистику можно получить только после внедрения услуги на рынке.

Для примера исследуем сервис доставки правильного питания DietFood

[25]. Для того чтобы проанализировать контент и понять, подходит ли он под целевую аудиторию, была собрана общая характеристика потенциальной аудитории при помощи встроенной статистики аккаунта в одной из социальных сетей. Для этого определяется последний месяц работы аккаунта до взятия проекта в работу, далее по этому периоду собираются данные.

В разделе «Аудитория» имеются вкладки «Пол» и «Возраст» (рис. 1).

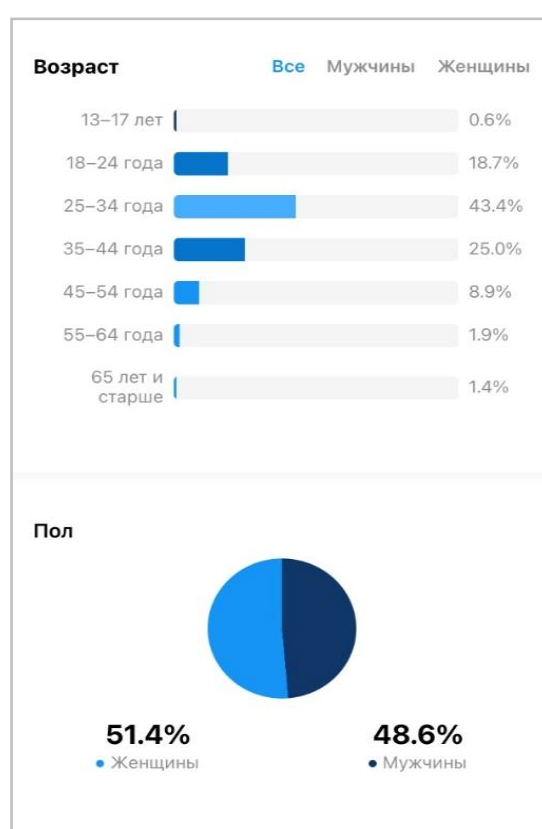


Рис. 1. Статистика аудитории аккаунта. Вкладки «Пол» и «Возраст» [25]

Можно заметить, что число женской аудитории не на много превышает мужскую часть: 51,4% женщин и 48,6% мужчины; средний возраст посетителей аккаунта – 25–34 года; четко выделяются две возрастные категории – 18–24 года и 35–44 года.

Статистика аудитории предприятия показывает, что страницу просматривают в основном посетители из г. Тамбова, это

определено местонахождением заведения. Бренду нужны потенциальные гости, которые проживают на постоянных условиях в г. Тамбове или Тамбовской области (рис. 2).

Для сбора статистики рекомендуется использовать специальные агрегаторы: «Яндекс.Метрика» или Google.Adwords. Их можно установить при помощи кода на сайте заказчика.



Рис. 2. Статистика аудитории предприятия. Местоположение

2. Определение целевой аудитории.

Далее определяются сегменты целевой аудитории, с которыми будет осуществляться взаимодействие в течение всего процесса продвижения бренда. Например, в начале своего пути предприятие будет общаться с молодыми людьми в возрасте до 30 лет, а затем расширит возрастной диапазон.

При определении целевой аудитории происходит объединение людей на основе общих характеристик. Часто встречающимися характеристиками являются: демография (пол, возраст, семейное положение и уровень образования); географическое расположение (местонахождение, погодные условия, характерные особенности территории); финансовые возможности (уровень дохода, платежеспособность); психографические аспекты (личностные черты, образ жизни, главные ценности) [26].

Среди всего множества методов определения целевой аудитории (метод «от обратного»; метод определения возможной целевой аудитории от продукта) авторами предлагается использование метода 5W, который позволяет компаниям выявить свои сильные и слабые стороны, а также разработать планы действий для улучшения своей конкурентоспособности и достижения поставленных целей.

Для примера проанализируем бренд DietFood с помощью метода 5W, воспользуемся удобным методом 5W, а также совместим информацию с данными аккаунта в одной из социальных сетей.

Ответы на пять основных вопросов будут следующими:

– *что мы продаем?* – рационы правильного питания;

– *кто купит?* – люди, которые следят за своим здоровьем;

– *почему купит?* – человек следит за своим питанием, хочет выглядеть стройно и красиво;

– *когда купит?* – человек закажет рационы с тремя порциями для всех приемов пищи (завтрак, обед, ужин);

– *где купит?* – клиент увидит информацию в одной из социальных сетей и выберет удобный способ заказ: по телефону, через сайт или напишет сообщение [25].

После получения ответов следует объединить информацию с имеющимися данными о целевой аудитории. В итоге получается четкий портрет потенциального клиента, которого предприятие планирует получить через социальные сети: человек в возрасте 25-34 лет, желающий найти сервис, занимающийся доставкой еды на дом, хочет начать питаться правильно, следить за своим здоровьем, поддерживать стройную форму своего тела, сбросить / набрать вес.

3. *Выбор каналов коммуникации.* Основные и дополнительные каналы продвижения бренда выбираются в зависимости от поставленных целей и задач. Одной из главных задач при создании стратегии медиапланирования бренда является выбор эффективных каналов продвижения. Компетентно подобранный набор маркетинговых коммуникаций способствует повышению конкурентоспособности рекламного материала и увеличению эффективности маркетинговых процессов.

«Правильный» выбор канала продвижения зависит от двух важных показателей:

1) канал обладает способностью помочь в достижении заданных целей;

2) цена размещения на данном канале и его способность окупить инвестиции.

Проведённый анализ существующей страницы бренда DietFood в социальных сетях, а также исследование плюсов и минусов коммуникации у конкурентов позволяют сделать вывод о том, что лучшими каналами для продвижения станут:

1) официальная группа бренда «ВКонтакте» (рис. 3).

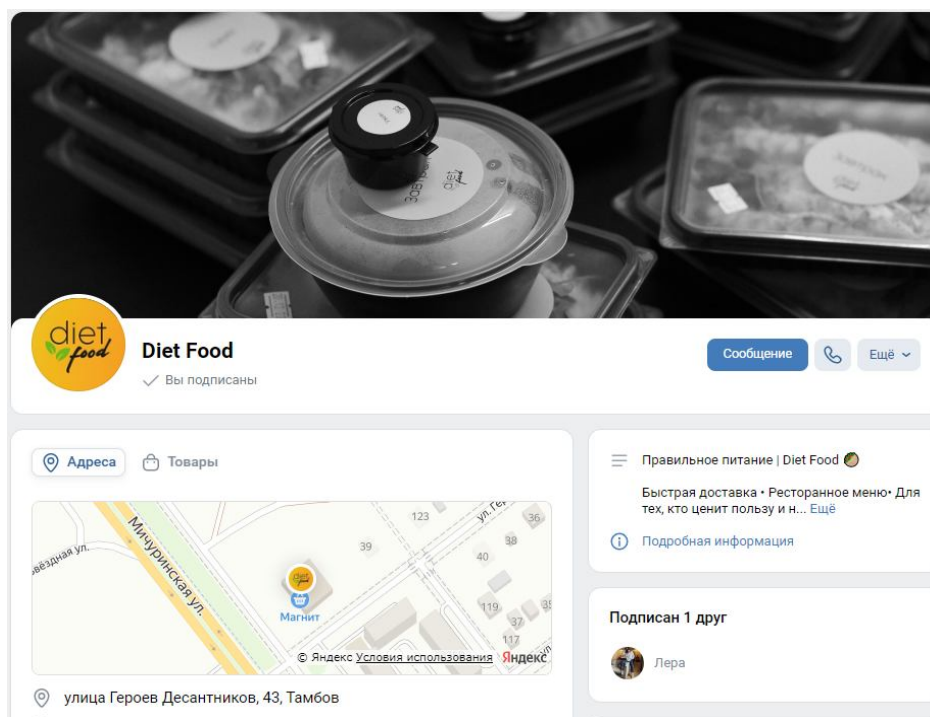


Рис. 3. Группа бренда «ВКонтакте» [25]

«ВКонтакте» (VK) – лучшая отечественная социальные сеть, где до сих пор остаются активными миллионы человек. VK стал набирать обороты после блокировки других конкурирующих платформ, множество проектов стали создавать свои группы или возвращаться к ним после перерыва [27]. Целесообразно использовать данную группу в качестве кросс-платформы;

2) официальный сайт бренда. Собственный сайт – важнейший элемент лю-

бого проекта. Его наличие позволяет создать ощущение масштаба бренда, создать приятные эмоции, ощущение доверия к продукту. Кроме того, через сайт клиенты смогут узнавать необходимую информацию, проверять цены, делать заказы.

4. *Создание стратегии коммуникационного обращения.* В данной фазе разрабатываются сообщения, которые будут представлены брендом своей целевой аудитории, определяются, какие визуаль-

ные материалы будут использоваться и каким будет сформирован Tone of voice. Важным аспектом на протяжении всей работы является общение с аудиторией. Клиенты могут задавать различные вопросы, на которые нужно давать ответ. На этот случай у брендов вырабатывается Tone of voice, который чаще всего размещается в брендбуке – путеводителе по бренду, документу, в котором описан фирменный стиль и позиционирование компании. Tone of voice – тональность, которой придерживается бренд в коммуникации со своими потребителями, это внутренние правила и взаимодействия компании с аудиторией, единые для всех каналов (социальных сетей, сайта, звонков по телефону) [28].

Для примера: представим несколько основных правил, которые содержатся в брендбуке паба под названием «Слон и Солод» [29]:

1) показывайте уважение. Проявляйте уважительное отношение к клиентам. Вместо того чтобы «покупать» их, устанавливайте с ними контакт;

2) поднимайте информированность. Рассказывайте клиентам то, что им будет полезно знать;

3) будьте искренними в своих высказываниях. Избегайте драматических повествований и грандиозных заявлений. Сосредоточьтесь на сильных сторонах;

4) будьте человечными – пишите как человек. Не бойтесь нарушить несколько правил, если это сделает текст более интересным и живым;

5) будьте внимательными и открытыми;

6) не бойтесь проявлять свою забавную сторону. У нас есть чувство юмора, которое является добрым и утонченным.

5. *Создание системы контроля.* На последней стадии стратегии следует выбрать метрики, которые будут использоваться для оценки эффективности страте-

гии продвижения бренда. Они определяют контрольные точки, на которых будут измеряться показатели, которые затем будут проанализированы. Как правило, предприятия не уделяют достаточно внимания процедуре контроля над реализацией стратегии продвижения бренда в целях экономии затрат, отдавая предпочтение анализу показателей сбыта продукции [30]. Однако система контроля как важное условие эффективности реализации стратегии должна быть реализована через несколько этапов исследований, результаты которых сопоставляются с контрольными, включая: контакт с рекламой бренда; усвоение потребителем информации; позиционирование и запоминаемость образа бренда потенциальной аудиторией; действия целевых потребителей; анализ объема сбыта или доли рынка; показатели прибыли [31].

Например, для бренда *DietFood* было создано несколько таблиц, предоставляющих информацию о проделанной работе команды за выбранный промежуток времени. Пример подобной таблицы представлен ниже (рис. 4).

В таблице (рис. 4) указаны все виды контента, опубликованные в конкретные дни недели, а также смыслы и ценности, которые посредством публикаций и сторис доводятся до подписчиков. Подобные таблицы помогают специалисту грамотно реализовывать разработанную стратегию, а руководителям позволяют следить за правильностью выполнения работы.

6. *Создание медиаконтента.* Заключительным и важнейшим этапом каждой стратегии является производство (режиссура) медиаконтента, которое связано с созданием определенного образа и реальности в коммерческих целях для размещения в сети Интернет. Для создания цифрового контента предприятию следует реализовать следующие этапы (табл. 1).

			ПОНЕДЕЛЬНИК	ВТОРНИК	СРЕДА	ЧЕТВЕРГ
1						
2	1	СТОРИС	Детокс/где можно купить	Польза	Сюжет подводящий/Меню рационов на следующую неделю/ где можно купить	Опрос/ПП десерты/где купить (текст, макет, видео, разговор, интервью)
3		ПУБЛИКАЦИИ				
4						
5	2	СТОРИС	Ресторанное меню	опрос/ПП десерты/где купить (текст, макет, видео, разговор, интервью)	Сюжет подводящий/Меню рационов на следующую неделю/ где можно купить	Детокс/где можно купить
6		ПУБЛИКАЦИИ				
7						
8	3	СТОРИС	Польза	Детокс/где можно купить	Сюжет подводящий/Меню рационов на следующую неделю/ где можно купить	Ресторанное меню
9		ПУБЛИКАЦИИ				
10						
11	4	СТОРИС	Ланчи, hq	Детокс	Сюжет подводящий/Меню рационов на следующую неделю/ где можно купить	Польза (подборка)
12		ПУБЛИКАЦИИ				
13						
☰ Stories ▾ Маркетинг-пл Отчет по рекл 5.01-5.02 5.02-5.03 5.03-5.04 +						

Рис. 4. Таблица с отчётностью бренда DietFood

Таблица 1. Этапы создания цифрового контента и рекомендации по их совершенствованию

Наименование этапа	Содержание этапа	Рекомендации по совершенствованию
Подготовительный этап	Обсуждение проекта, формирование видения общей стилистики проекта, подбор референсов [32]	1. Учитывать специфику целевой аудитории, особенности жизнедеятельности потенциальных клиентов. 2. Выработка новых предварительных эскизов. 3. Прорисование с помощью графических редакторов, примерный макет будущей рекламы
Основной этап	Создание медиапродуктов, съёмка. Использование специализированного оборудования и задействования профессиональной команды	1. Добавление в кадр большего числа людей, что приведёт к распространению созданного контента. 2. Применение методов геймификации-викторин, конкурсов, опросов и других способов взаимодействия в игровой форме. 3. Съёмка видео, прямых трансляций, подобный контент положительно сказывается на вовлечении в процесс и привлекает новую аудиторию
Заключительный этап	Финальный монтаж и обработка отснятого материала, публикация в сети Интернет	1. Использование звуков и музыкального сопровождения. 2. Создание логической связности между сценами. 3. Добавление различного графического контента

Выводы

В статье освещается преобразующее влияние цифровых технологий на организацию деятельности предприятий по продвижению бренда. Были исследованы различные аспекты цифровой трансформации, к примеру, использование платформ социальных сетей для целевого вовлечения и создания повествования о бренде.

С экономической точки зрения переход к цифровым методам важен не только с точки зрения их потенциала для сокращения затрат и оптимизации процессов, но и с точки зрения их способности создавать ценность за счёт расширения охвата бренда и развития более глубоких отношений с клиентами, основанных на данных. Представленные в исследовании

эмпирические данные демонстрируют чёткую тенденцию к повышению уровня владения цифровыми технологиями как важнейшего фактора, определяющего успех предприятия на рынке.

Заглядывая в будущее, предприятия должны продолжать использовать эти цифровые достижения, поощряя инновации в рамках своих стратегических парадигм. Они должны развиваться не только в своей деятельности по внеш-

нему продвижению, но и в рамках своих внутренних организационных структур, гарантируя, что гибкость и отзывчивость станут ключевыми компетенциями. Экономические преимущества, которые можно извлечь из стратегии продвижения бренда с цифровой интеграцией, многообразны, и те предприятия, которые умело в этой среде, скорее всего, станут лидерами на соответствующих рынках.

Список литературы

1. Strategies for Adapting Companies to the Turbulence Caused by the COVID-19 Pandemic / Z. O. Gukasyan, Z. K. Tavbulatova, Z. A. Aksenova, N. M. Gasanova, E. K. Karpunina // *Business 4.0 as a Subject of the Digital Economy. Advances in Science, Technology & Innovation*. Cham: Springer, 2022. P. 639–645.
2. E-Commerce as a Driver of Economic Growth in Russia / E. Karpunina, E. Isaeva, G. Galieva, T. Sobolevskaya, A. Rodin // *Modern Global Economic System: Evolutional Development Vs. Revolutionary Leap*. Cham: Springer, 2021. P. 1622–1633.
3. Digital Technologies for the Development of Marketing Communications / K. Karpunin, T. Magomayev, N. Veselova, N. Zubareva, P. Kapustin // *Market simulation in the digital economy: Game-theoretic approaches*. Cham: Springer, 2022. P. 246–256.
4. Transformation of Consumer Behavior during the COVID-19 Pandemic / E. Karpunina, N. Ruzhanskaya, O. Podorova-Anikina, N. Zubareva, R. Luchaninov // *Geo-Economy of the Future: Sustainable Agriculture and Alternative Energy*. GeoPlanet: Earth and Planetary Sciences. Cham: Springer, 2022. P. 85–96.
5. Khatri M. Digital Marketing along with Artificial Intelligence is Transforming Consumer Behaviour? // *Journal of Applied Science Engineering and Technology*. 2021. Vol. 9 (7). P. 253–257. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2021.36287>.
6. Le D., Nguyen T.-M., Quach S. The Development and Current Trends of Digital Marketing and Relationship Marketing Research // *Developing Digital Marketing* / ed. by P. Thaichon and V. Ratten. Leeds: Emerald Publishing Limited, 2021. P. 1–18. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-348-220211001>.
7. Чередниченко Л. В. Типы контента сетевых научно-просветительских медиа // *Гуманитарный научный вестник*. 2020. № 6. С. 251–257.
8. Марфицына А. Р. Цифровой контент современных СМИ как среда для формирования цифрового этикета в условиях трансмедиа // *Гуманитарный вектор*. 2021. Т. 16, № 1. С. 177–184. <https://doi.org/10.21209/1996-7853-2021-16-1-177-184>.
9. Как определить целевую аудиторию бизнеса // *Uninsider.COM*. URL: <https://www.unisender.com/ru/blog/sovet/tselevaya-auditoriya/> (дата обращения: 14.01.2024).
10. Жохова П. Е., Бура А. А. Комплексный подход к изучению целевой аудитории и негативные эффекты в ходе её некорректной сегментации // *Молодой ученый*. 2021. № 42 (384). С. 41–45.
11. Карпунин К. Д., Карпунина А. Д. Новые тренды потребительского поведения в период пандемии // *Взгляд молодых учёных на подходы и алгоритмы управления пространственным развитием для повышения устойчивости, инновационности и конкурентоспособности экономики регионов: сборник трудов молодых ученых / под редакцией В. В. Окрепилова, А. Д. Шматко*. СПб.: Скифия-принт, 2022. С. 89–98.
12. Карпунина Е. К., Губернаторова Н. Н., Соболевская Т. Г. Эффекты пандемии COVID-19: Новые паттерны потребительского поведения // *Вестник Северо-Кавказского федерального университета*. 2022. № 1 (88). С. 63–76.
13. Солдатова Н. Ф. Классификация факторов влияния на потребительское поведение в новых экономических условиях // *Экономика, предпринимательство и право*. 2022. Т. 12, № 4. С. 1393–1404.

14. Плотников А. В. Проблемы цифровой трансформации и концепция управления изменениями // Вопросы инновационной экономики. 2021. Т. 11, № 4. С. 1403–1414. <https://doi.org/10.18334/vines.11.4.113975>.
15. Хмелева Г. А., Чертопьятов Д. А. Новые подходы к развитию инновационной среды в условиях «новой экономической эры» // Вопросы инновационной экономики. 2021. № 3. С. 897–910.
16. E-Commerce Market: Intensification of Development during the Pandemic / O. Podorova-Anikina, E. Karpunina, Z. Gukasyan, N. Nazarchuk, T. Perekatieva // Imitation Market Modeling in Digital Economy: Game Theoretic Approaches, Lecture Notes in Networks and Systems. Cham: Springer, 2022. P. 363–373.
17. Плюснина О. В. Возможности цифровых технологий в восстановлении экономики в постковидной реальности // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2023. № 1 (61). С. 15–25.
18. Яковлева Е. А., Толочко И. А. Инструменты и методы цифровой трансформации // Вопросы инновационной экономики. 2021. № 2. С. 415–430.
19. Чеботарева С. С., Гущина Е. Г. Методика формирования стратегии продвижения бренда компании с использованием инструментов интернет-маркетинга // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2018. № 2. С. 20–28.
20. Билалова Э. А. Способы продвижения бренда // Вестник науки и образования. 2019. № 22(76), ч. 1. С. 58–61.
21. Альварес С. М. Как создать продукт, который купят. Метод Lean Customer Development. М.: Альпина, 2016. 248 с.
22. Дмитриева Л. М. Бренд в современной культуре: монография. М.: Магистр, НИЦ ИНФРАМ, 2015. 200 с.
23. Зачем нужно продвижение бренда и как можно продвигать бренд в Интернете // Vc.RU. URL: <https://vc.ru/marketing/151444-zachem-nuzhno-prodvizhenie-brenda-i-kak-mozhno-prodvigat-brend-internete> (дата обращения: 14.01.2024).
24. Новости – Россия – страна котов! // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiya-strana-kotov> (дата обращения: 14.01.2024).
25. Доставка правильного питания // DietFood. URL: <https://dietfood68.ru/> (дата обращения: 14.01.2024).
26. Целевая аудитория – анализ, характеристики, сегментация, примеры, портреты // Besseler.by. URL: <https://beseller.by/blog/tselevaya-auditoriya/> (дата обращения: 14.01.2024).
27. Как бизнесу адаптироваться и зарабатывать во «ВКонтакте» и Telegram в 2022 году // Vc.RU. URL: <https://vc.ru/marketing/379503-kak-biznesu-adaptirovatsya-i-zarabatyvat-vo-vkontakte-i-telegram-v-2022-godu> (дата обращения: 14.01.2024).
28. Что такое ToV бренда и каким он бывает // Skillbox.RU. URL: https://skillbox.ru/media/marketing/chto_takoe_tov_brenda_i_kakim_on_byvaet/ (дата обращения: 14.01.2024).
29. Паб с душевной атмосферой // Слон и Солод. URL: <https://slonisolod68.ru/> (дата обращения: 14.01.2024).
30. Самый подробный гайд по работе с ChatGPT + готовые промты для digital-специалистов // Vc.RU. URL: <https://vc.ru/chatgpt/745275-samy-podrobnyy-gayd-po-rabote-s-chatgpt-gotovye-promty-dlya-digital-specialistov> (дата обращения: 14.01.2024).
31. Контроль за ходом рекламной кампании // Marketing.spb.RU. URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/adv_campaign_control.htm (дата обращения: 14.01.2024).
32. Что такое референсы? // ЯндексКью.RU. URL: https://yandex.ru/q/question/art/chto_takoe_referensy_b0e63323/#:~:text=Референс%20-%20это%20изображения%3A%20рисунки%2C,попадание%20в%20стиль%2C%20идею%2C%20образ (дата обращения: 14.01.2024).

References

1. Gukasyan Z. O., Tavbulatova Z. K., Aksenova Z. A., Gasanova N. M., Karpunina E. K. Strategies for Adapting Companies to the Turbulence Caused by the COVID-19 Pandemic. Business 4.0 as a Sub-

ject of the Digital Economy. *Advances in Science, Technology & Innovation*. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 639–645.

2. Karpunina E., Isaeva E., Galieva G., Sobolevskaya T., Rodin A. E-Commerce as a Driver of Economic Growth in Russia. *Modern Global Economic System: Evolutional Development Vs. Revolutionary Leap*. Cham, Springer Publ., 2021, pp. 1622–1633.

3. Karpunin K., Magomaev T., Veselova N., Zubareva N., Kapustin P. Digital Technologies for the Development of Marketing Communications. Market simulation in the digital economy: Game-theoretic approaches. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 246–256.

4. Karpunina E., Ruzhanskaya N., Podorova-Anikina O., Zubareva N., Luchaninov R. Transformation of Consumer Behavior during the COVID-19 Pandemic. *Geo-Economy of the Future: Sustainable Agriculture and Alternative Energy*. GeoPlanet: Earth and Planetary Sciences. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 85–96.

5. Khatri M. How Digital Marketing along with Artificial Intelligence is Transforming Consumer Behaviour? *Journal of Applied Science Engineering and Technology*, 2021, vol. 9, no. 7, pp. 523–527. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2021.36287>

6. Le D., Nguyen T.-M., Quach S. The Development and Current Trends of Digital Marketing and Relationship Marketing Research. *Developing Digital Marketing*; ed. by P. Thaichon, V. Ratten. Leeds, Emerald Publishing Limited Publ., 2021, pp. 1–18. <https://doi.org/10.1108/978-1-80071-348-220211001>

7. Cherednichenko L. V. Tipy kontenta setevykh nauchno-prosvetitel'skikh media [Content types of online scientific and educational media]. *Gumanitarnyy nauchnyy vestnik = Humanitarian Scientific Bulletin*, 2020, no. 6, pp. 251–257.

8. Marficyna A. R. Cifrovoy kontent sovremennykh SMI kak sreda dlya formirovaniya cifrovogo etiketa v usloviyakh transmedia [Digital content of modern media as a medium for the formation of digital etiquette in the conditions of transmedia]. *Gumanitarnyy vector = The Humanitarian Vector*, 2021, vol. 16, no. 1, pp. 177–184.

9. Kak opredelit' celevuyu auditoriyu biznesa [How to identify the 'target audience of a business']. Uninsider.COM. Available at: <https://www.unisender.com/ru/blog/sovety/tselevaya-auditoriya/>. (accessed 14.01.2024)

10. Zhohova P. E., Bura A. A. Kompleksnyy podhod k izucheniyu celevoj auditorii i negativnye efekty v hode eyo nekorrektnoy segmentatsii [An integrated approach to the study of the target audience and the negative effects during its incorrect segmentation]. *Molodoj uchenyy = A Young Scientist*, 2021, vol. 42, no. 384, pp. 41–45.

11. Karpunin K. D., Karpunina A. D. [New trends in consumer behavior during the pandemic]. *Vzglyad molodykh uchyonykh na podhody i algoritmy upravleniya prostranstvennym razvitiem dlya povysheniya ustoychivosti, innovatsionnosti i konkurentosposobnosti ekonomiki regionov. Sbornik trudov molodykh uchenykh* [The view of young scientists on approaches and algorithms for managing spatial development to increase the sustainability, innovativeness and competitiveness of the regional economy. A collection of works by young scientists]; ed. by V. V. Okrepilova, A. D. Shmatko. Sankt-Peterburg, Skifiya-print Publ., 2022, pp. 89–98 (In Russ.)

12. Karpunina E. K., Gubernatorova N. N., Sobolevskaya T. G. Effekty pandemii COVID-19: Novye patterny potrebitel'skogo povedeniya [New patterns of consumer behavior]. *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta = Bulletin of the North Caucasus Federal University*, 2022, no. 1 (88), pp. 63–76.

13. Soldatova N. F. Klassifikatsiya faktorov vliyaniya na potrebitel'skoe povedenie v novykh ekonomicheskikh usloviyakh [Classification of factors influencing consumer behavior in new economic conditions]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*, 2022, vol. 12, no. 4, pp. 1393–1404.

14. Plotnikov A. V. Problemy cifrovoy transformatsii i koncepciya upravleniya izmeneniyami [Problems of digital transformation and the concept of change management]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki = Issues of the Innovative Economy*, 2021, vol. 11, no. 4, pp. 1403–1414. <https://doi.org/10.18334/vinec.11.4.113975>

15. Khmeleva G. A., Chertopyatov D. A. Novye podhody k razvitiyu innovatsionnoy sredy v usloviyakh "novoy ekonomicheskoy ery" [New approaches to the development of the innovation environment in

the context of the "new economic system"]. *Voprosy innovacionnoj ekonomiki = Issues of the Innovative Economy*, 2021, no. 3, pp. 897–910.

16. Podorova-Anikina O., Karpunina E., Gukasyan Z., Nazarchuk N., Perekatieva T. E-Commerce Market: Intensification of Development during the Pandemic. Imitation Market Modeling in Digital Economy: Game Theoretic Approaches, Lecture Notes in Networks and Systems. Cham, Springer Publ., 2022, pp. 363–373.

17. Plyusnina O. V. Vozmozhnosti cifrovyyh tekhnologij v vosstanovlenii ekonomiki v postkovidnoj real'nosti [The possibilities of digital technologies in economic recovery in a post-bubble reality]. *Vestnik Tverskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie = Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management*, 2023, no. 1 (61), pp. 15–25.

18. Yakovleva E. A., Tolochko I. A. Instrumenty i metody cifrovoj transformacii [Tools and methods of digital transformation]. *Voprosy innovacionnoj ekonomiki = Issues of the Innovative Economy*, 2021, no. 2, pp. 415–430.

19. Chebotareva S. S., Gushchina E. G. Metodika formirovaniya strategii prodvizheniya brenda kompanii s ispol'zovaniem instrumentov internet-marketinga [Methodology for forming a strategy for promoting a company's brand using Internet marketing tools]. *Vestnik astrahanskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Ekonomika = Bulletin of the Astrakhan State Technical University. Series: Economics*, 2018, no. 2, pp. 20–28.

20. Bilalova E. A. Sposoby prodvizheniya brenda [Ways to promote the brand]. *Vestnik nauki i obrazovaniya = Bulletin of Science and Education*, 2019, no. 22(76), p. 1, pp. 58–61.

21. Alvares S. M. Kak sozdat' produkt, kotoryj kupyat. Metod Lean Customer Development [How to create a 'product that will be bought. Lean Customer Development Method]. Moscow, Al'pina Publ., 2016. 248 p.

22. Dmitrieva L. M. Brend v sovremennoj kul'ture [The brand in modern culture]. Moscow, Magistr, NIC INFRAM Publ., 2015. 200 p.

23. Zachem nuzhno prodvizhenie brenda i kak mozhno prodvigat' brend internete [Why do I need brand promotion and how can I promote my brand online]. Vc.RU. Available at: <https://vc.ru/marketing/151444-zachem-nuzhno-prodvizhenie-brenda-i-kak-mozhno-prodvigat-brend-internete>. (accessed 14.01.2024)

24. Novosti – Rossiya – strana kotov! [News – Russia is a country of cats]. VTsIOM [VTSIOM]. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/rossiya-strana-kotov>. (accessed 14.01.2024)

25. Dostavka pravil'nogo pitaniya [Delivery of proper nutrition]. DietFood. Available at: <https://dietfood68.ru/>. (accessed 14.01.2024)

26. Celevaya auditoriya – analiz, harakteristiki, segmentaciya, primery, portrety [Target audience – analysis, characteristics, segmentation, examples, portraits]. Besseler.by. Available at: <https://beseller.by/blog/tselevaya-auditoriya/>. (accessed 14.01.2024)

27. Kak biznesu adaptirovat'sya i zarabatyvat' vo "VKontakte" i Telegram v 2022 godu [How to adapt and manage business in "VKontakte" and Telegram in 2022]. Vc.RU. Available at: <https://vc.ru/marketing/379503-kak-biznesu-adaptirovatsya-i-zarabatyvat-vo-vkontakte-i-telegram-v-2022-godu>. (accessed 14.01.2024)

28. Chto takoe ToV brenda i kakim on byvaet [What is takoe ToV of brend and what he it]. Skillbox.RU. Available at: https://skillbox.ru/media/marketing/chto_takoe_tov_brenda_i_kakim_on_byvaet/. (accessed 14.01.2024)

29. Pab s dushevnoj atmosferoj [A pub with a warm atmosphere]. Slon i Solod [Elephant and Malt]. Available at: <https://slonisolod68.ru/>. (accessed 14.01.2024)

30. Samyj podrobnyj gajd po rabote s ChatGPT + gotovye promty dlya digital-specialistov [The most detailed guide on working with chatgpt + ready-made guides for digital specialists]. Vc.RU. Available at: <https://vc.ru/chatgpt/745275-samyj-podrobnyj-gayd-po-rabote-s-chatgpt-gotovye-promty-dlya-digital-specialistov>. (accessed 14.01.2024)

31. Kontrol' za hodom reklamnoj kampanii [Control over the advertising campaign]. Marketing.spb.RU. Available at: https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/adv_campaign_control.htm. (accessed 14.01.2024)

32. Chto takoe referensy? [What is the takoe reference?]. YandexK'yu.RU [ЯндексКью.RU]. Available at: https://yandex.ru/q/question/art/chto_takoe_referensy_b0e63323/#:~:text=Referens%20-%20eto%20izobrazheniya%3A%20risunki%2C,popadanie%20v%20stil'%2C%20ideyu%2C%20obraz. (accessed 14.01.2024)

Информация об авторах / Information about the Authors

Пономарев Сергей Валерьевич, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры бизнес-информатики и высшей математики, Калужский филиал Финансового университета при Правительстве РФ, г. Калуга, Российская Федерация,
e-mail: pionerday@yandex.ru,
ORCID: 0000-0001-6216-1190

Sergey V. Ponomarev, Candidate of Sciences (Physics and Mathematics), Associate Professor of the Department of Business Informatics and Higher Mathematics, Kaluga Branch of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Kaluga, Russian Federation,
e-mail: pionerday@yandex.ru,
ORCID: 0000-0001-6216-1190

Крайнова Ольга Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры дизайна, конструирования и сервисных технологий, Институт пищевых технологий и дизайна – филиал Нижегородского государственного инженерно-экономического университета, Нижегородская область, г. Княгинино, Российская Федерация,
e-mail: Kraynovaos@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-9733-1089

Olga S. Krainova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Design, Engineering and Service Technologies, Institute of Food Technology and Design – Branch of Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics, Nizhny Novgorod Region, Knyaginino, Russian Federation,
e-mail: Kraynovaos@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-9733-1089

Московцева Лариса Владимировна, доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры государственной, муниципальной службы и менеджмента, Липецкий филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Липецк, Российская Федерация,
e-mail: mlvl80@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-3161-6700

Larisa V. Moskovtseva, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of State, Municipal Service and Management, Lipetsk Branch of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Lipetsk, Russian Federation,
e-mail: mlvl80@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-3161-6700

Плясова Светлана Владимировна, кандидат экономических наук, доцент департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: splyasova@yandex.ru,
ORCID: 0000-0002-4681-7011

Svetlana V. Plyasova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation,
e-mail: splyasova@yandex.ru,
ORCID: 0000-0002-4681-7011

Оригинальная статья / Original article

УДК 339.371

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-175-185>



Маркетплейс: бизнес-модель современной экономики

Н. В. Пьянова¹, С. А. Саленкова¹, Р. Р. Пьянов¹, О. А. Крыжановская^{2✉}

¹ Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева
ул. Комсомольская, д. 95, г. Орел 302026, Российская Федерация

² Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: morozikolya2008@yandex.ru

Резюме

Актуальность. Исследование особенностей работы и развития маркетплейсов является актуальным направлением, поскольку данные платформы играют значительную роль в современном обществе и бизнесе, представляя собой бизнес-модель современной экономики. Они объединяют продавцов и покупателей, предоставляя возможность продавать товары и услуги на больших территориях и увеличивать свою клиентскую базу. Кроме того, анализ ключевых особенностей популярных платформ электронной коммерции может помочь предпринимателям выбрать наиболее подходящую платформу для своего бизнеса и определить его преимущества и недостатки. Онлайн-магазины предлагают широкий ассортимент товаров, удобную доставку и скидки для постоянных клиентов. Кроме того, многие маркетплейсы сотрудничают с производителями напрямую, что позволяет им предлагать продукцию по более низким ценам. Таким образом, можно утверждать об актуальности исследования маркетплейсов как бизнес-модели современной экономики.

Целью исследования является изучение особенностей работы платформ дистанционной торговли – маркетплейсов, истории возникновения, влияния на покупательское поведение, ключевых характеристик, а также преимуществ и недостатков популярных платформ электронной коммерции.

Задачи: выявление слабых сторон интернет-магазинов; определение возможных путей решения, возникающих в данном направлении бизнеса проблем.

Методология. Для исследования интернет-магазинов использованы следующие методы: анализ данных, опрос пользователей, сравнение различных платформ, изучение отзывов и рейтингов.

Результаты. Продажа через маркетплейсы представляет собой бизнес-модель современной экономики. Необходимо учитывать особенности функционирования маркетплейсов, их отличия от других форм реализации товаров в условиях применения современной бизнес-модели, адекватной реальным условиям ведения бизнеса и развития экономики.

Выводы. Использование маркетплейсов связано с возможностью минимизировать издержки производства, реализации, покупки или обмена на основе выстраивания эффективного взаимодействия на цифровой платформе, различной адаптивной комбинации бизнес-процессов. Это позволяет доказать исходное предположение о том, что маркетплейс представляет собой бизнес-модель современной экономики.

Ключевые слова: покупатель; маркетплейс; интернет-магазин; онлайн-маркет; бизнес-модель.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Маркетплейс: бизнес-модель современной экономики / Н. В. Пьянова, С. А. Саленкова, Р. Р. Пьянов, О. А. Крыжановская // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 175–185. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-175-185>.

Поступила в редакцию 14.02.2024

Принята к публикации 10.03.2024

Опубликована 27.04.2024

© Пьянова Н. В., Саленкова С. А., Пьянов Р. Р., Крыжановская О. А., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 175–185

Marketplace: Business Model of the Modern Economy

Natalia V. Pyanova¹, Sofia A. Salenkova¹, Ruslan R. Pyanov¹,
Olga A. Kryzhanovskaya^{2✉}

¹ Orel State University named after I. S. Turgenev
95 Komsomolskaya Str., Orel 302026, Russian Federation

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: morozikolya2008@yandex.ru

Abstract

Relevance. The study of the features of the work and development of marketplaces is a relevant area, since these platforms play a significant role in modern society and business, representing a business model of the modern economy. They bring together sellers and buyers, providing the opportunity to sell goods and services over large territories and increase their customer base. Additionally, analyzing the key features of popular e-commerce platforms can help entrepreneurs choose the most suitable platform for their business and determine its advantages and disadvantages. Online stores offer a wide range of products, convenient delivery and discounts for regular customers. In addition, many marketplaces work directly with manufacturers, which allows them to offer products at lower prices. Thus, we can assert the relevance of the study of marketplaces as a business model of the modern economy.

The purpose of the study is to study the features of the operation of distance trading platforms - marketplaces, the history of their origin, the impact on purchasing behavior, key characteristics, as well as the advantages and disadvantages of popular e-commerce platforms.

Objectives: identifying the weaknesses of online stores; identifying possible ways to solve problems arising in this area of business.

Methodology. The following methods were used to study online stores: data analysis, user survey, comparison of various platforms, study of reviews and ratings.

Results. Selling through marketplaces is the business model of the modern economy. It is necessary to take into account the peculiarities of the functioning of marketplaces, their differences from other forms of sales of goods in the conditions of applying a modern business model that is adequate to the real conditions of doing business and economic development.

Conclusions. The use of marketplaces is associated with the ability to minimize the costs of production, sales, purchase or exchange based on building effective interaction on a digital platform and various adaptive combinations of business processes. This allows us to prove the initial assumption that the marketplace is a business model of the modern economy.

Keywords: buyer; marketplace; online store; online market; business model.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Pyanova N. V., Salenkova S. A., Pyanov R. R., Kryzhanovskaya O. A. Marketplace: Business Model of the Modern Economy. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 175–185. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-175-185>.

Received 14.02.2024

Accepted 10.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

С каждым годом рынок товаров и услуг активно расширяется, а потребители становятся все более требовательными. В период пандемии коронавируса самым безопасным и удобным способом реализации и приобретения различных товаров стали интернет-магазины. Они стремительно завоевали доверие покупа-

телей и по сей день сохраняют лидирующие позиции на рынке [1]. В современном мире, где дистанционная торговля продолжает активно развиваться, маркетплейсы – онлайн-платформы, объединяющие продавцов и покупателей разнообразных товаров и услуг, играют ключевую роль в жизни большинства граждан нашей страны [2].

Материалы и методы

Проведенное исследование базировалось на применении методов анализ данных, опроса пользователей, сравнения различных платформ, изучения отзывов и рейтингов.

Результаты и их обсуждение

Интернет-магазин (онлайн-магазин, виртуальный магазин, интернет-витрина, интернет-супермаркет, маркетплейс) – это сайт, который позволяет покупать и продавать товары онлайн. Он обычно имеет каталог с продукцией, систему поиска, фильтры для сортировки товаров по категориям, а также корзину для оформления заказа. Интернет-магазины могут принимать различные виды платежей, такие как кредитные карты, электронные кошельки и оплата через мобильный телефон. Некоторые из них также предлагают доставку товаров на дом или в пункт выдачи [3].

История возникновения маркетплейсов начинается в США в середине 1990-х годов. Интернет-магазины получили толчок к развитию в конце 1990-х – начале 2000-х годов с ростом популярности Интернета и развитием технологий. Тогда появились первые торговые площадки, которые позволяли продавцам размещать свои товары на одном сайте, а покупателям – находить их и покупать. С каждым годом количество интернет-магазинов росло, и сейчас они являются неотъемлемой частью экономики многих стран.

История становления интернет-торговли начинается с 1979 г., когда появился первый онлайн-магазин The Computer Company. В 1982 г. появился Amazon, который начал продавать книги через Интернет. В 1995 г. был создан первый маркетплейс eBay.

Одним из первых онлайн-маркетов был Amazon, который был основан в 1994 г. Джеффом Безосом. Он начинался как книжный интернет-магазин, но со временем расширил свой ассортимент и стал продавать множество других товаров.

В России история маркетплейсов началась в 2008 г. с появлением Ozon.ru. Сейчас на российском рынке работают такие крупные площадки, как Wildberries, Lamoda, AliExpress, «Яндекс Маркет» и др. Наибольшая популярность российских интернет-магазинов пришлась на начало 2010-х гг. В это время многие люди начали активно пользоваться Интернетом для покупки товаров, и количество онлайн-покупок значительно возросло.

Рассмотрим причины появления интернет-магазинов (рис. 1).

На данный момент площадки дистанционной торговли стали неразрывным элементом жизни большинства граждан нашей страны, поэтому следует углубиться в характерные черты онлайн-магазинов.

Особенности работы интернет-магазинов включают в себя множество аспектов, таких как большой выбор товаров, удобство для покупателей, низкие цены, быстрая доставка и безопасность сделок. Кроме того, маркетплейсы обычно не имеют собственных складов, что позволяет им быстро реагировать на изменения спроса и предложения. Еще одной особенностью является то, что маркетплейсы используют различные курьерские службы для доставки товаров, что обеспечивает быструю доставку и удобство для покупателей. Наконец, маркетплейсы гарантируют возврат денег в случае проблем с доставкой и заботятся о безопасности сделок, принимая различные виды оплаты [5].

Пандемия COVID-19 внесла свои коррективы в распределение долей новых маркетплейсов в мире (рис. 2).

Рассмотрим доли новых сфер развития маркетплейсов в мире в 2022 г. (рис. 3).

Представленный рисунок 3 отражает закономерности развития общества и направления потребления в постковидный период. На рисунке 4 представлены самые быстрорастущие категории торговых площадок в мире в 2022 г.

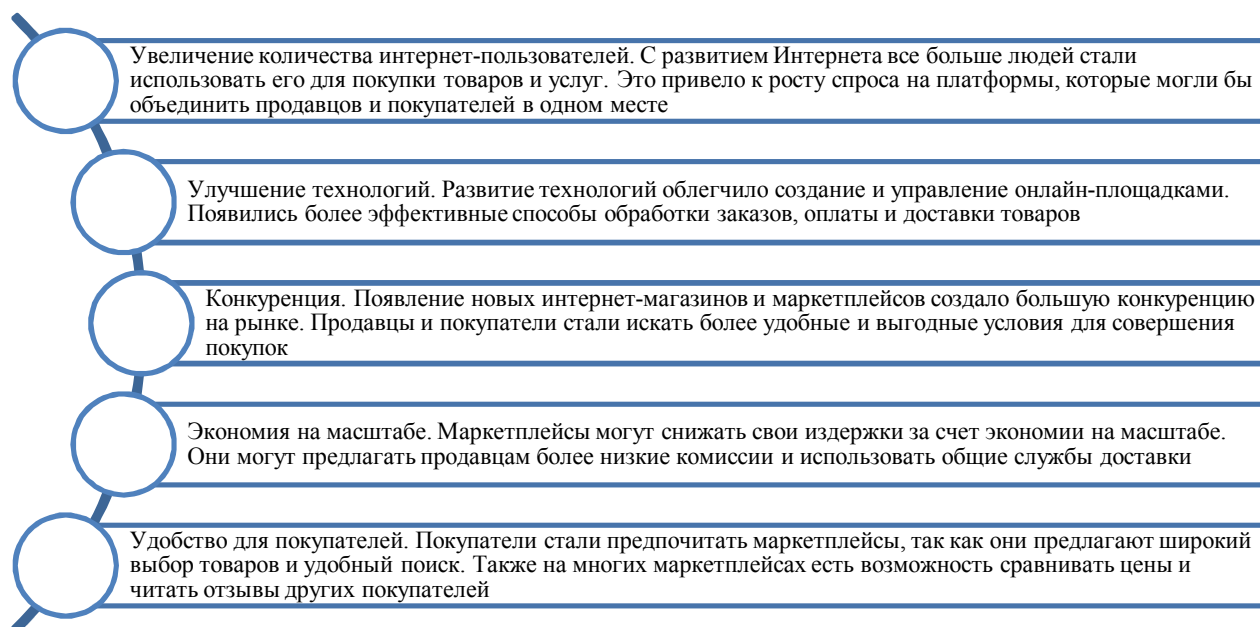


Рис. 1. Причины появления интернет-магазинов [4]

Рейтинг	Компания	ШТАБ-КВАРТИРА	Категории	Веб-сайт
1	instacart	Сан-Франциско, Калифорния	Бакалея	Instacart
2	VALVE	Бельвью, Вашингтон	Игры	Кланан
3	viagogo	Сан-Франциско, Калифорния	Билеты	Viagogo
4	SEAT GEEK	Нью-Йорк, Нью-Йорк	Билеты	SeatGeek
5	TURO	Сан-Франциско, Калифорния	Транспорт	Turo
6	StockX	Детройт, Мичиган	Уличная одежда	StockX
7	ROCKAUTO.COM	Мэдисон, Висконсин	Автомобильная промышленность	RockAuto
8	GOAT	Лос-Анджелес, Калифорния	Уличная одежда	КОЗЕЛ
9	whatnot	Лос-Анджелес, Калифорния	Покупки	Всякая всячина
10	evolve	Денвер, Колорадо	Путешествия	Эволюционировать

Рис. 2. Распределение долей новых маркетплейсов в мире в 2022 г. [6]

Если в 2021 г. доминировали такие категории услуг, как продажа билетов и образование (после пандемии и вакцинации потребители пытались наверстать упущенные возможности), то в 2022 г. актуальными направлениями развития маркетплейсов становится ментальное здоровье, а также общее здоровье и оздоровление.

Последствия пандемии COVID-19 привели к нарушению ментального состояния. Актуальными стали услуги в сфере психологической поддержки, онлайн-медицины. Общее состояние здоровья и оздоровление представлено различными услугами в медицинской, спортивной и иных сферах.

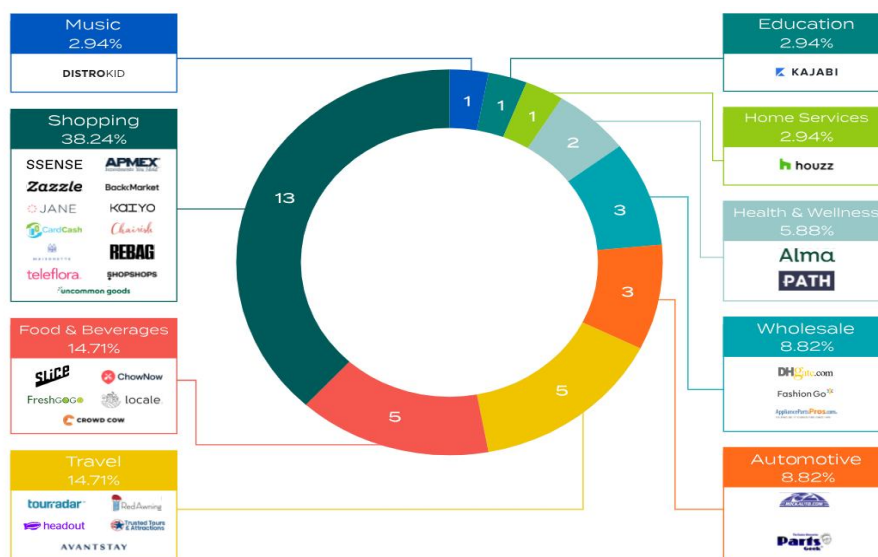


Рис. 3. Доли новых сфер развития маркетплейсов в мире в 2022 г. [7]

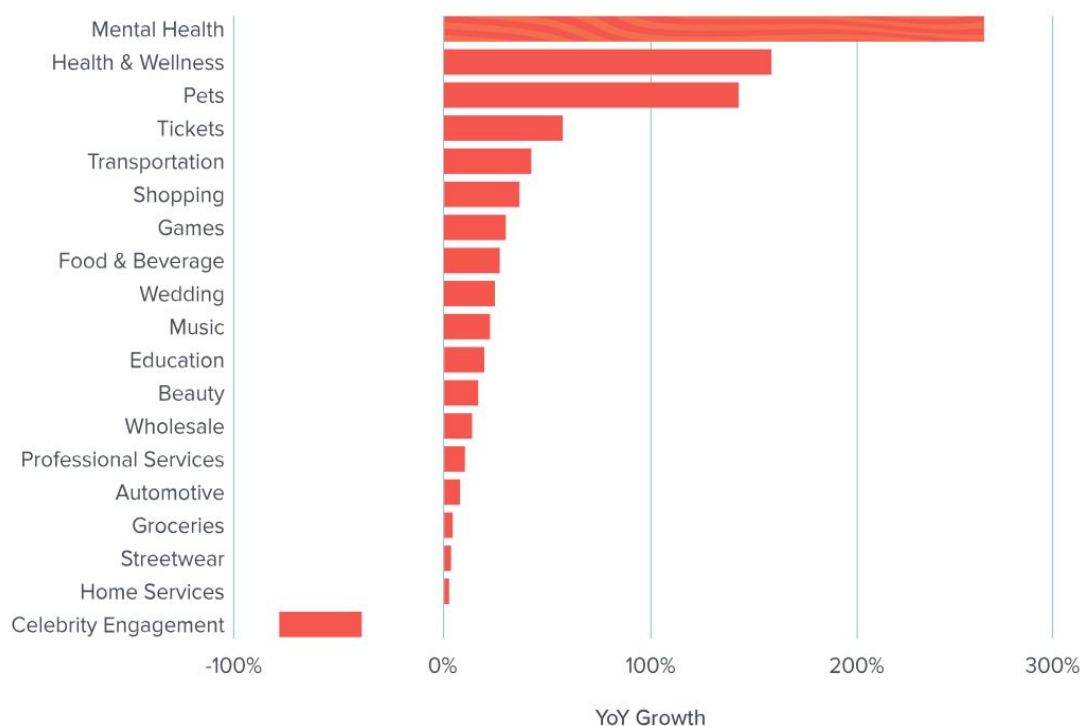


Рис. 4. Самые быстрорастущие категории торговых площадок в мире в 2022 г. [8]

Рассмотрим топ маркетплейсов в России в 2023 г. (рис. 5).

Самым популярным маркетплейсом в России в 2024 г. является Ozon, который получает 34,8% всего интернет-трафика топ-5 российских маркетплейсов. На втором месте – Wildberries (34,4% трафика), третье место – «ЯндексМаркет» (16,2%), четвертое место – «Мега-

маркет» (8%), на пятом месте – AliExpress (6,6%) (рис. 6).

Число поисковых запросов в Яндексе «мегамаркет» выросло в 62 раза за период с 2020 до 2023 гг. Суммарная посещаемость веб-сайтов пяти крупнейших маркетплейсов России составляет более 1,26 млрд визитов в месяц [11]. Чаще всего в Рунете ссылаются на маркетплейс

Ozon [12]. В рейтинге самых популярных сайтов России маркетплейс Ozon занимает 8-е место, Wildberries – 9-е место и «ЯндексМаркет» – 14-место. Ozon набирает более 22,3 млн поисковых запросов

в «Яндексе» ежемесячно, что делает его самым популярным маркетплейсом в российской поисковой системе. На втором месте – Wildberries с 14 млн запросов в месяц [13].



Рис. 5. Топ маркетплейсов в России в 2023 г. [9]



Рис. 6. Топ-5 маркетплейсов России в поиске Яндекса [10]

Маркетплейсы как бизнес имеют ряд особенностей и преимуществ, которые делают их привлекательными для инвесторов и предпринимателей. Онлайн-магазины предоставляют покупателям огромный выбор товаров – от одежды и обуви до электроники и бытовых приборов. Широкий ассортимент дает возможность потребителям находить то, что они ищут, не покидая дома. Пользоваться

площадками электронной коммерции довольно легко – нужно лишь зарегистрироваться, выбрать товар и произвести оплату, а доставка осуществляется курьером или по почте. Поскольку у маркетплейсов нет собственных магазинов и складских помещений, они могут предлагать покупателям более низкие цены на товары, без включения в стоимость издержек арендной платы и коммунальных

платежей. Для обеспечения быстрой доставки заказов интернет-магазины используют разные логистические решения. Зачастую доставка осуществляется с помощью СДЭК, «Почты России», DPD, «Деловые Линии», ПЭК, «Байкал-Сервис», PickPoint и других транспортных компаний. Маркетплейсы обеспечивают защиту данных покупателей и продавцов и гарантию возврата денежных средств в случае недоставки товара или наличия у него дефектов. С развитием технологий точки дистанционной торговли становятся всё более удобными и многофункциональными, что способствует привлечению новых покупателей и продавцов [14].

К сожалению, в бочке меда не обошлось без ложки дегтя. Онлайн-маркеты, так же как и любой другой бизнес, имеют свои недостатки. Перед совершением покупки через Интернет у покупателей нет возможности потрогать и примерить товар до оформления заказа. Данное обстоятельство усложняет выбор товара кинестетикам и людям с нетипичными размерами одежды и обуви. Некоторые маркетплейсы, чтобы обезопасить себя от излишних издержек, ввели платный возврат на продаваемые товары, при этом стоимость отказа от получения товара не фиксируется и назначается продавцом или производителем. Например, популярный интернет-магазин Wildberries ввел платную услугу возврата товаров в апреле 2022 г. Причиной такого решения стало увеличение количества подделок и контрафактной продукции, а также недобросовестных покупателей, которые заказывают товары только ради их возврата и получения денег обратно. Вводя платную услугу возврата, маркетплейс надеется снизить количество таких случаев и защитить интересы продавцов и добросовестных покупателей, но тем самым вызвал возмущение среди клиентов, часть которых перешла в другие онлайн-маркеты. Нередко пользователи интернет-магазинов сталкиваются со сложно-

стями в оформлении возврата на товары, которые не подошли. В некоторых ситуациях рассмотрение заявления о возврате продукции занимает более одной недели [15].

Одна из самых распространенных проблем платформ дистанционной торговли – распространение некачественного или поддельного товара. Продукция из Китая, уже давно заполонившая мировой рынок, далеко не всегда отвечает стандартам качества, но очень часто поступает к покупателям под видом фирменного товара. Из-за большого количества контрафакта на сайтах маркетплейсов покупателям приходится внимательно изучать описание и отзывы о товарах. Нерешительным покупателям необходима консультация компетентного продавца для принятия решения о приобретении того или иного товара, которую невозможно получить на сайтах интернет-магазинов [16].

Помимо преимуществ и недостатков, следует детально изучить влияние платформ дистанционной торговли на покупательское поведение. Покупательское поведение – это совокупность действий, которые покупатель совершает при выборе, покупке и использовании товаров и услуг. Оно включает в себя такие аспекты, как мотивы, предпочтения, отношение к цене и качеству товаров, а также процесс принятия решения о покупке. Изучение покупательского поведения помогает производителям и продавцам лучше понимать потребности и предпочтения покупателей, чтобы предлагать им наиболее подходящие товары и услуги. Влияние маркетплейсов на покупательское поведение является положительным и отрицательным одновременно. С одной стороны, интернет-магазины предоставляют широкий выбор товаров и услуг, удобство оформления заказа и скорость доставки, а также возможность сравнивать цены и отзывы других покупателей. Комфорт совершения покупок стимулирует потребителей к совершению поку-

пок и увеличению объема продаж для продавцов.

С другой стороны, присутствие большого количества продавцов на одном маркетплейсе может привести к снижению качества товаров и услуг из-за конкуренции и желания снизить цены. Кроме того, некоторые покупатели могут быть склонны к импульсивным покупкам из-за удобства и доступности товаров, что может привести к ненужным тратам [17].

Таким образом, маркетплейс представляет собой бизнес-модель современной экономики, которая предполагает создание площадки и развитие веб-сервиса в интернет-пространстве для встречи и удовлетворения взаимных интересов продавца и покупателя [18]. Развитие данной бизнес-модели сопряжено с определенными условиями функционирования современного общества, формирования и, как следствие, удовлетворения новых типов и видов потребностей, особенностей бизнес- и интернет-пространства [19]. Особенности, исторические закономерности, достоинства и недостатки, а также перспективы развития маркетплейса как бизнес-модели современной экономики исследованы нами выше и могут быть использованы при формировании стратегии взаимодействия всех заинтересованных сторон в виртуальном бизнес-пространстве [20].

Выводы

Подводя итог вышеизложенного, можно отметить, что на данный момент интернет-магазины – это самый удобный

механизм реализации и приобретения товаров. Они стали неотъемлемой частью жизни граждан и элементом экономики нашей страны. Маркетплейсы объединяют продавцов и покупателей из разных уголков страны, предоставляя возможность продавать продукцию на больших территориях и увеличивать клиентскую базу. Платформы дистанционной торговли помогают нам выбрать лучший товар по привлекательной цене не выходя из дома, чем без сомнений облегчают шопинг. Разумеется, как и у любого бизнеса, у маркетплейсов есть как плюсы, так и минусы, но тем не менее можно с уверенностью сказать, что большинство покупателей отдадут предпочтение именно интернет-магазинам. Для устранения недостатков, возникающих в работе интернет-магазинов, необходимо пересмотреть принципы возврата товаров, отказаться от продажи продукции ненадлежащего качества и сосредоточить внимание на описании качеств, функций и потребительских свойств товаров для увеличения прозрачности совершения покупки, улучшения конкурентоспособности и повышения лояльности пользователей.

Использование маркетплейсов связано с возможностью минимизировать издержки производства, реализации, покупки или обмена на основе выстраивания эффективного взаимодействия на цифровой платформе, различной адаптивной комбинации бизнес-процессов. Это позволяет доказать исходное предположение о том, что маркетплейс представляет собой бизнес-модель современной экономики.

Список литературы

1. Мба Б. П. О., Крыжановская О. А. Исследование направлений развития рынка электронной торговли в России и за рубежом // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы пути и их решения: сборник научных статей VIII Международной научно-практической конференции, г. Курск, 30 июня 2018 года / Юго-Западный государственный университет. Курск, 2018. С. 219–223.
2. Слободин В. Н., Крыжановская О. А., Вертакова А. Ю. Влияние информационно-коммуникационных технологий на экономику // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления: материалы XIV

Международной научно-практической конференции, г. Курск, 01–02 июня 2019 года / Юго-Западный государственный университет. Курск, 2019. Вып. 3. С. 192–197.

3. Курков М. Маркет-плейсы – 2023. Что было, есть и будет с бизнесом? URL: <https://vc.ru/marketing/622536-marketpleysy-2019-2023-chto-bylo-est-i-budet-s-biznesom?ysclid=ltybiipajz116794787> (дата обращения: 18.01.2024).

4. Ежова В. А. Анализ развития рынка маркетплейсов в России и за рубежом // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 10-1. С. 94–102.

5. Буркальцева Д. Д. Современные тенденции развития маркетплейсов // Инновации и инвестиции. 2019. № 4. С. 101–108.

6. Moore O., Cohen Z. The a16z Marketplace 100: 2023. URL: <https://a16z.com/marketplace-100/> (дата обращения: 18.01.2024).

7. Marketplace 100 report. URL: <https://kgiamalis.co/blog/marketplace-100-report-2023> (дата обращения: 18.01.2024).

8. Сидорова Д. Marketplace 100: глобальный рейтинг маркетплейсов на 2023 год. URL: <https://rb.ru/story/m100-2023/> (дата обращения: 18.01.2024).

9. Топ маркетплейсов в России. URL: https://seller-capital.ru/article/top_russian_marketplace/ (дата обращения: 18.01.2024).

10. Маркетплейсы в 2024 году: актуальная статистика и прогнозы канцелярщиков. URL: https://segment.ru/analytics/marketpleysyi_v_2024_godu-aktualnaya_statistika_i_proгноzyi_kantselyarschikov/?ysclid=lty9wnqjnu573662445 (дата обращения: 18.01.2024).

11. Спицын Д. Рейтинг маркетплейсов 2024: обзор лучших отечественных и зарубежных площадок. URL: <https://kokoc.com/blog/rejting-marketplejsov/?ysclid=ltyakq7qqy802489401> (дата обращения: 18.01.2024).

12. Бегин А. Статистика маркетплейсов в России в 2024 году. URL: <https://inclient.ru/marketplaces-stats/?ysclid=ltyash3aad445059812> (дата обращения: 18.01.2024).

13. Обзор самых популярных маркетплейсов 2023–2024. URL: <https://www.klerk.ru/buh/articles/591771/> (дата обращения: 18.01.2024).

14. Бронникова Е. А. Маркетплейсы: перспективы и направления развития // Управление экономическими системами. 2020. № 6. С. 27–32.

15. Иванова С. А. Развитие маркетплейсов как новой формы торговли в электронной коммерции // Актуальные проблемы экономики и управления. 2020. № 2. С. 59–66.

16. Гелисханов И. З., Курбанов Р. А., Гелисханова З. И. Проблемы и перспективы использования онлайн-маркетплейсов в России // Финансы: теория и практика. 2019. № 3. С. 72–79.

17. Иванов А. Д. Маркетплейс как инструмент интернет-торговли // Вестник науки. 2020. № 3. С. 112–118.

18. Горбаров И. Как запустить маркетплейс и не прогореть. URL: <https://atwinta.ru/material/blog/marketplace/> (дата обращения: 18.01.2024).

19. Архипова Е., Скурихин А. Бизнес-модель маркетплейс: преимущества и недостатки. URL: https://itbb.ru/blog/biznes_model_marketplace?ysclid=ltyb5ic6hv552509583 (дата обращения: 18.01.2024).

20. Золотухина Ю. В., Адаменко А. А., Крыжановская О. А. Выбор стратегии трансформации бизнеса организациями – участниками информационного взаимодействия в условиях цифровой экономики // Естественно-гуманитарные исследования. 2021. № 37(5). С. 116–123.

References

1. Mba B. P. O., Kryzhanovskaya O. A. [Study of directions of development of the e-commerce market in Russia and abroad]. *Upravlenie sotsial'no-ekonomicheskim razvitiem regionov: problemy puti i ikh resheniya. Sbornik nauchnykh statei VIII Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, g. Kursk, 30 iyunya 2018 goda* [Management of socio-economic development of regions: problems of the path and their solutions. Collection of scientific articles of the 8th International Scientific and Practical Conference, Kursk, June 30, 2018]. Kursk, Southwest State University Publ., 2018, pp. 219–223. (In Russ.)

2. Slobodin V. N., Kryzhanovskaya O. A., Vertakova A. Yu. [The influence of information and communication technologies on the economy]. *Aktual'nye problemy razvitiya khozyai-stvuyushchikh sub"ektov, territorii i sistem regional'nogo i munitsipal'nogo upravleniya. Materialy KhIV Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Kursk, 01–02 iyunya 2019 goda* [Current problems of development of economic entities, territories and systems of regional and municipal management. Materials XIV International Scientific and Practical Conference, Kursk, June 01–02, 2019]. Kursk, Southwest State University, 2019, is. 3, pp. 192–197. (In Russ.)
3. Kurkov M. Market-pleisy 2019–2023. Chto bylo, est' i budet s biznesom? [Marketplaces 2019–2023. What was, is and will be with business?]. Available at: <https://vc.ru/marketing/622536-market-pleisy-2019-2023-chto-bylo-est-i-budet-s-biznesom?ysclid=ltybiipajz116794787>. (accessed 18.01.2024)
4. Ezhova V. A. Analiz razvitiya rynka marketplace v Rossii i za rubezhom [Analysis of the development of the marketplace market in Russia and abroad]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika = Economics and Business: Theory and Practice*, 2021, no. 10-1, pp. 94–102.
5. Burkaltseva D. D. Sovremennye tendentsii razvitiya marketplace [Modern trends in the development of marketplaces]. *Innovatsii i investitsii = Innovations and Investments*, 2019, no. 4, pp. 101–108.
6. Moore O., Cohen Z. The a16z Marketplace 100: 2023. Available at: <https://a16z.com/marketplace-100/>. (accessed 18.01.2024)
7. Marketplace 100 report. Available at: <https://kgiamalis.co/blog/marketplace-100-report-2023>. (accessed 18.01.2024)
8. Sidorova D. Marketplace 100: global'nyi reiting marketplace na 2023 god [Marketplace 100: global ranking of marketplaces for 2023]. Available at: <https://rb.ru/story/ml00-2023/>. (accessed 18.01.2024)
9. Top marketplace v Rossii [Top marketplaces in Russia]. Available at: https://seller-capital.ru/article/top_russian_marketplace/. (accessed 18.01.2024)
10. Marketplace v 2024 godu: aktual'naya statistika i prognozy kantselyarshchikov [Marketplaces in 2024: current statistics and forecasts of clerks]. Available at: https://segment.ru/analytics/marketpleysyi_v_2024_godu-aktualnaya_statistika_i_prognozy_kantselyarschikov/?ysclid=lty9wnqjnu573662445. (accessed 18.01.2024)
11. Spitsyn D. Reiting marketplace 2024: obzor luchshikh otechestvennykh i zarubezhnykh ploshchadok [Rating of marketplaces 2024: review of the best domestic and foreign platforms]. Available at: <https://kokoc.com/blog/rejting-marketplejsov/?ysclid=ltyakq7qqy802489401>. (accessed 18.01.2024)
12. Begin A. Statistika marketplace v Rossii v 2024 godu [Statistics of marketplaces in Russia in 2024]. Available at: <https://inclient.ru/marketplaces-stats/?ysclid=ltyash3aad445059812>. (accessed 18.01.2024)
13. Obzor samykh populyarnykh marketplace 2023–2024 [Review of the most popular marketplaces 2023–2024]. Available at: <https://www.klerk.ru/buh/articles/591771/>. (accessed 18.01.2024)
14. Bronnikova E. A. Marketplace: perspektivy i napravleniya razvitiya [Marketplaces: prospects and directions of development]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami = Management of Economic Systems*, 2020, no. 6, pp. 27–32.
15. Ivanova S. A. Razvitie marketplace kak novoi formy trgovli v elektronnoi kommertsii [Development of marketplaces as a new form of trading in e-commerce]. *Aktual'nye problemy ekonomiki i upravleniya = Current Problems of Economics and Management*, 2020, no. 2, pp. 59–66.
16. Gelikhanov I. Z., Kurbanov R. A., Geliskhanova Z. I. Problemy i perspektivy ispol'zovaniya onlain-marketpleisov v Rossii [Problems and prospects for using online marketplaces in Russia]. *Finansy: teoriya i praktika = Finance: Theory and Practice*, 2019, no. 3, pp. 72–79.
17. Ivanov A. D Marketplace kak instrument internet-torgovli. [Marketplace as an online trading tool]. *Vestnik nauki = Bulletin of Science*, 2020, no. 3, pp. 112–118.
18. Gorbarov I. Kak zapustit' marketplace i ne progoret' [How to launch a marketplace and not burn out]. Available at: <https://atwinta.ru/material/blog/marketplace/>. (accessed 18.01.2024)

19. Arkhipova E., Skurikhin A. Biznes-model' marketpleis: preimushchestva i nedostatki [Market-place business model: advantages and disadvantages]. Available at: https://itbb.ru/blog/biznes_model_marketplace?ysclid=ltvb5ic6hv552509583. (accessed 18.01.2024)

20. Zolotukhina Yu. V., Adamenko A. A., Kryzhanovskaya O. A. Vybora strategii transformatsii biznesa organizatsiyami – uchastnikami informatsionnogo vzaimodeistviya v usloviyakh tsifrovoi ekonomiki [Choice of business transformation strategy by organizations – participants in information interaction in the digital economy]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya = Natural-Humanitarian Studies*, 2021, no. 37(5), pp. 116–123.

Информация об авторах / Information about the Authors

Пьянова Наталия Викторовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры сервиса, Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева, г. Орел, Российская Федерация,
e-mail: rus.bagira@mail.ru,
Researcher ID: N-3589-2016,
ORCID: 0000-0003-0763-2214

Natalia V. Pyanova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of Service Department, Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel, Russian Federation,
e-mail: rus.bagira@mail.ru,
Researcher ID: N-3589-2016,
ORCID: 0000-0003-0763-2214

Саленкова София Андреевна, студент кафедры технологии и предпринимательства, Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева, г. Орел, Российская Федерация,
e-mail: sumrakvelikiy1@gmail.com

Sofia A. Salenkova, Student of the Department of Technology and Entrepreneurship, Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel, Russian Federation,
e-mail: sumrakvelikiy1@gmail.com

Пьянов Руслан Романович, студент факультета физической культуры и спорта, Орловский государственный университет им. И. С. Тургенева, г. Орел, Российская Федерация,
e-mail: ruslan.pjanov@yandex.ru

Ruslan R. Pyanov, Student of the Faculty of Physical Culture and Sports, Orel State University named after I. S. Turgenev, Orel, Russian Federation,
e-mail: ruslan.pjanov@yandex.ru

Крыжановская Ольга Александровна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры региональной экономики и менеджмента, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: morozikolya2008@yandex.ru,
Researcher ID: N-3589-2016,
ORCID: 0000-0003-0763-2214

Olga A. Kryzhanovskaya, Candidate of Sciences (Economics), Assistant Professor, Associate Professor of the Department of Regional Economics and Management, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: morozikolya2008@yandex.ru,
Researcher ID: N-3589-2016,
ORCID: 0000-0003-0763-2214

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ

SOCIOLOGICAL ASPECTS OF SOCIAL DEVELOPMENT

Оригинальная статья / Original article

УДК 316.7

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-186-197>



Цифровая научно-образовательная среда университета: от теории к практике

А. П. Абрамов¹ ✉, В. А. Афанасьева¹, А. Ю. Супрун¹, М. А. Смирнова¹

¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: abramov_ap@inbox.ru

Резюме

Актуальность. Использование цифровых инструментов в последнее десятилетие стало реальностью во всех сферах человеческой деятельности. Современный университет стал полигоном технологических новаций, в котором цифровизация является не только управленческим и научным драйвером, но и постоянной практикой образовательных отношений.

Вместе с тем процесс внедрения и использования цифровой научно-образовательной среды обусловлен рядом обстоятельств (проблем), которые необходимо преодолеть именно в научном междисциплинарном дискурсе: во-первых, непрекращающимися дискуссиями вокруг диалектики «человек – искусственный интеллект» и неопределенностью границ коэволюционирующего единения ее составляющих; во-вторых, сложившимся запросом университетского сообщества на их внедрение и инфраструктурной ограниченностью применения цифровых инструментов в образовательной среде конкретного учебного заведения.

Поэтому цифровая научно-образовательная среда университета остается в фокусе пристального внимания исследователей и всего научного сообщества.

Цель – определить направления совершенствования цифровой научно-образовательной среды современного российского университета.

Задачи: охарактеризовать теоретико-методологические подходы по созданию и использованию цифровой научно-образовательной среды; выявить проблемы и перспективы реализации управленческих практик по ее внедрению; конкретизировать эффективные пути инновационных изменений.

Методология. Методологический дискурс строится в русле главной проблемы современности – противоречия между достижениями научно-технического прогресса, с одной стороны, и духовно-нравственной культурой – с другой. Концептуальный «портфель» исследования сформирован из основных положений социальных теорий управления образованием с использованием количественных и качественных методов сбора и анализа данных.

Результаты. Определен теоретический «портфель» концепций и подходов, объясняющих социокультурную природу цифровой научно-образовательной среды университета. На основе эмпирических данных, основанных на опросах и экспертных оценках, выявлены плюсы и минусы внедрения цифровых технологий и намечены направления их совершенствования.

Выводы. Цифровизация является элементом неминусового прогресса и трансформации всех сфер человеческой деятельности. Цифровая научно-образовательная среда университета призвана стать триггером инновационных изменений в образовательных отношениях.

Ключевые слова: искусственный интеллект; цифровизация; образовательная среда; университет; образовательные отношения.

© Абрамов А. П., Афанасьева В. А., Супрун А. Ю., Смирнова М. А., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 186–197

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Цифровая научно-образовательная среда университета: от теории к практике / А. П. Абрамов, В. А. Афанасьева, А. Ю. Супрун, М. А. Смирнова // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 186–197. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-186-197>.

Поступила в редакцию 16.02.2024

Принята к публикации 10.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Digital Scientific and Educational Environment of the University: from Theory to Practice

Alexander P. Abramov¹ ✉, Valerya A. Afanas'eva¹, Anna Yu. Suprun¹,
Marina A. Smirnova¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: abramov_ap@inbox.ru

Abstract

Relevance. The use of digital tools has become a reality in all spheres of human activity in the last decade. The modern university has become a testing ground for technological innovations, in which digitalization is not only a managerial and scientific driver, but also a constant practice of educational relations.

At the same time, the process of implementation and use of the digital scientific and educational environment is due to a number of circumstances (problems) that need to be overcome specifically in scientific interdisciplinary discourse: firstly, the ongoing discussions around the dyad "human - artificial intelligence" and the uncertainty of the boundaries of the co-evolving unity of its components; secondly, the existing request of the university community for their implementation and the infrastructural limitations of using digital tools in the educational environment of a particular educational institution.

Therefore, the digital scientific and educational environment of the university remains the focus of close attention of researchers and the entire scientific community.

The purpose is to determine directions for improving the digital scientific and educational environment of a modern Russian university.

Objectives: characterize theoretical and methodological approaches to the creation and use of a digital scientific and educational environment; identify problems and prospects for implementing management practices for its implementation; to specify effective ways of innovative changes.

Methodology. The methodological discourse is built in line with the main problem of our time – the contradiction between the achievements of scientific and technological progress on the one hand and spiritual and moral culture on the other. The conceptual "portfolio" of the study is formed from the main provisions of social theories of educational management using quantitative and qualitative methods of data collection and analysis.

Results. A theoretical "portfolio" of concepts and approaches has been defined that explain the sociocultural nature of the digital scientific and educational environment of the university. Based on empirical data based on surveys and expert assessments, the pros and cons of introducing digital technologies are identified and directions for their improvement are outlined.

Conclusions. Digitalization is an element of inevitable progress and transformation of all spheres of human activity. The digital scientific and educational environment of the university is intended to become a trigger for innovative changes in educational relations.

Keywords: artificial intelligence; digitalization; educational environment; university; educational relations.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declare no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Abramov A. P., Afanas'eva V. A., Suprun A. Yu., Smirnova M. A. Digital Scientific and Educational Environment of the University: from Theory to Practice. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta*.

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент / Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 186–197

Введение

За последние два десятилетия Интернет быстро превратился из чисто текстовой сети в систему, способную работать с изображениями, звуками и прочими видами данных. Это мультимедийное чудо, удобное в навигации, предоставило новые возможности не только для бизнес-сообщества, но и повсеместно вошло в образовательные практики, реализуемые всеми уровнями образования.

Вполне справедливо исследователи отмечают, что в современной реальности большинство людей в мире стали связаны друг с другом цифровыми средствами и имеют доступ к огромным массивам знаний. Более того, люди снова и снова вносят в эти знания собственный вклад. Еще они могут участвовать в разного рода обменах и сделках, таким образом, в наш глобальный мир вливаются новые миллиарды участников [1, с. 26]. Кроме того, стремительная технологизация, изменчивость и подвижность повседневных человеческих практик – все это требует постоянного обновления всех ступеней образования, внедрения инноваций в обучающие программы в соответствии с требованиями времени [2, с. 10].

Цифровизация всех сфер общественной жизни становится популярным управленческим и научным треком, который масштабируется в конкретных практиках и научных исследованиях. Так, набирая эту категорию в поисковом запросе на сайте eLIBRARY.RU, в научных текстах за последние пять лет обнаруживается ее упоминание более 45,5 тыс. раз. И такой интерес не случаен, поскольку человечество приближается к важнейшему переходу – от эпохи экспертных знаний к эпохе данных. Современные практики внедрения цифровых алгоритмов предполагают использование нескольких

взаимодополняющих элементов: большого объема данных и вычислительных мощностей, а также наличие разработчиков интеллектуального продукта, пусть даже не таких уж «продвинутых» и гениальных [3, с. 20]. Отсюда, по вполне объективным причинам, современный университет априори должен обладать полным набором цифровых инструментов для организации повседневной научной и образовательной деятельности.

Вместе с тем процесс внедрения и использования цифровой научно-образовательной среды обусловлен рядом обстоятельств (проблем), которые необходимо преодолеть именно в научном междисциплинарном дискурсе.

Прежде всего, с одной стороны, внедрение цифровых технологий в образование – объективное требование времени, обусловленное нарастающей динамикой научно-технической трансформации всех сфер жизнедеятельности, и неготовность использования цифровых инструментов в управленческой, образовательной и иной практике – с другой. Данное противоречие конкретизируется следующим образом:

– во-первых, непрекращающимися дискуссиями вокруг диалектики «человек – искусственный интеллект» и неопределенностью границ коэволюционирующего единения ее составляющих;

– во-вторых, сложившимся запросом университетского сообщества на их внедрение и инфраструктурной ограниченностью применения цифровых инструментов в образовательной среде конкретного учебного заведения.

Материалы и методы

Исследовательские процедуры выстроены в русле междисциплинарного подхода на основе использования социо-

логических и психолого-педагогических теорий, разработанных и апробированных в разное время Т. Парсонсом, И. Р. Пригожиным, А. Геннепом, В. Тернером, Л. С. Выготским, А. Н. Леонтьевым и др.

Парсоновская парадигма социального действия рассматривается как концептуальная схема для анализа «поведения живых организмов» в зависимости от целей и задач, имеющих место в определенной ситуации [4].

В свою очередь, по И. Р. Пригожину, цифровизация образовательной системы может сформировать быстро меняющиеся, неустойчивые форматы взаимодействия педагогов и обучаемых (точки бифуркации) [5].

Переход социальных взаимодействий из одного обычного состояния («доцифрового» формата) отношений в другое, новое (оцифрованный формат) описывается «лиминальной» теорией А. Геннепом [6] и В. Тернера [7].

В качестве концепта для объяснения возможных и необходимых изменений в отношениях между участниками образовательного процесса «Зоны ближайшего развития» задействована теория Л. С. Выготского [8] и «деятельностная» теория А. Н. Леонтьева [9], которые помогают определить логику наблюдения за поведением обучающихся и изменениями, происходящими в их поведении.

Авторский теоретический контур исследования строится на использовании средового метода-подхода, в русле которого образовательная гуманитарная среда трактуется в качестве основного агента социализации обучаемого [10, с. 41].

Таким образом, методологическая рамка «сомкнулась» по ряду аргументов: от теории общих систем к социологическому видению цифровой научно-образовательной среды университета. Концептуальный «портфель» исследования сформирован из основных положений социальных теорий управления образованием с использованием количествен-

ных и качественных методов сбора и анализа данных.

Теоретические положения о состоянии, об особенностях использования цифровых технологий в образовательной среде, практические рекомендации по ее совершенствованию обобщены, концептуализированы и подтверждены результатами авторских исследований, полученных на базе Юго-Западного государственного университета в ходе опросов и экспертных интервью в период с декабря 2023 г. по февраль 2024 г. с общей выборкой 185 человек ($n = 26$ – преподаватели и сотрудники; $n=159$ – студенты и магистранты).

Результаты и их обсуждение

Конец XX в. определил главный научный дискурс вокруг процессов будущих трендов общественного развития. Одним из контуров всех уровней образования стало использование передовых компьютерных технологий. Цифровизация из фантазии стала превращаться в объективную реальность. Все ее плюсы и минусы актуализировались во втором десятилетии XXI в.

Фасад искусственного интеллекта и цифровых технологий украшен множеством возможностей для современного человека: голосовые помощники, умные гаджеты, «продвинутые» компьютерные программы, за кулисами которого воспроизводится культурная человеческая драма. Не случайно, что вполне справедливо российские ученые отмечают угрозы и риски, исходящие от инструментов и технологий использования искусственного интеллекта и нейросетей. Опасение человечества потерпеть фиаско в интеллектуальном соревновании с искусственным интеллектом (роботом-помощником) весьма велико. С ним можно лишь состязаться в человечности, доброте и справедливости [11, с. 55].

Цифровая образовательная среда в данном контексте призвана выступать в качестве необходимого базового инфра-

структурного элемента образовательной системы современного университета по всем направлениям подготовки [12, с. 102].

С. Чжан справедливо отмечает, что цифровая трансформация образования призвана объединять усилия людей во всем мире путем создания глобальных информационных моделей, доступных широкому кругу пользователей [13, с. 44].

В. М. Розин определяет главную проблему цифровой трансформации образования – непонимание направлений ее обновления. В данном контексте цифровые технологии выступают в качестве объединяющего ядра, вокруг которого будут собраны инновационные педагогические практики, направленные на улучшение качества образования [14].

Подобные практики, по мнению О. В. Малюковой и Л. Ф. Матрониной, призваны обеспечить в новой сетевой модели образовательной среды открытость, гибкость и вовлеченность новых акторов, изменить весь спектр социальных взаимодействий ее участников [15, с. 162].

Современные университеты призваны создать основу, своеобразный «цифровой социум» по формированию у специалистов XXI в. «гибких навыков» и цифровых компетенций.

Дуализм цифровых технологий в образовании ярко выражен в плюсах и минусах от их использования на всех уровнях образования.

П. В. Надтачаев и С. В. Мельник определяют их априорные плюсы:

- экономия времени;
- персонализация обучения;
- упрощение управленческих и организационных задач;
- минимизация затрат по отдельным направлениям подготовки;
- позволяет использовать, анализировать и обрабатывать значительно большие массивы данных;
- делает образование доступным, мобильным и более удобным;
- позволяет закреплять большее количество практических навыков;

– расширяет возможности и закрепляет навыки самостоятельной работы с большими данными.

К основным минусам, тормозящим практики внедрения цифровых технологий, авторы относят:

- проблемы в материально-техническом обеспечении и качестве связи;
- существенное влияние человеческого фактора (недоверие к любого рода инновациям; низкая компетенция пользователей, прежде всего, педагогов; ориентация на старые традиционные «внецифровые» методы работы);
- низкую эффективность обучающих практик по подготовке педагогов проводить занятия в цифровом контенте [16, с. 189-190].

В качестве барьеров в проведении цифровой трансформации вузов России, помимо внешних экономических и иных факторов, Е. В. Родионова выделяет отсутствие базовых научных подходов по ее реализации и внутреннее своеобразие системы высшего образования [17, с. 79].

Подобные барьеры и препятствия влекут за собой не только риски, связанные со здоровьесбережением, со снижением когнитивных способностей, ростом киберпреступности, но и социокультурные угрозы, которые в конечном итоге могут привести к духовно-нравственной деградации общества [18, с. 152].

Кроме того, исследователи отмечают, что довольно часто удобство и оперативность цифровизации образования способствуют «умиранию» студента как творческой личности [19, с. 3] и могут привести к катастрофическим изменениям всего образа жизни людей и психики человека [20, с. 63].

Посыл российских исследователей о том, что цифровизация дает возможность сформировать современную образовательную концепцию высшего образования Российской Федерации также остается крайне важным и актуальным, поскольку цифровизация является элементом неми-

нуемого прогресса и трансформации человеческой цивилизации [21, с. 189].

Об этом говорят и результаты экспертного опроса, проведенного в рамках конференции «Цифровизация высшего образования: технологии для университета будущего», организованной Министерством науки и высшего образования РФ и ПАО «Ростелеком» совместно с партнерами. Эксперты высказали свое мнение относительно цифровизации высшего образования:

«Вместо того, чтобы просто копировать зарубежные технологии, нам нужно опережать их. Этого можно добиться, если университеты и бизнес будут работать вместе над созданием персонализированного образования. Это означает, что каждый студент будет иметь свой собственный план обучения, основанный на его интересах, потребностях и способностях. Переход к персонализированному образованию и использование ИТ помогут нам создать систему высшего образования, которая будет готовить специалистов, способных решать задачи будущего» (Владимир В., ректор Университета ИТМО).

«Хотя в российской системе среднего образования сегодня существуют некоторые проблемы, абитуриенты, поступающие в топ-50 вузов страны, не уступают своим сверстникам из 50 лучших университетов мира. Необходимо, чтобы выпускник российского университета по своему уровню подготовки не уступал своим коллегам из лучших топовых вузов мира. Только при достижении этой цели мы сможем эффективно использовать возможности цифровизации» (Владимир Ш., ректор НИЯУ МИФИ).

«В России достигнуты значительные успехи в цифровизации. Об этом свидетельствует, например, онлайн-банкинг, сервис «Госуслуги» и другие технологии. Однако в то же время мы до сих пор в массовом порядке используем зарубежные разработки. Только создавая отече-

ственные технологии, мы сможем обеспечить технологическую независимость страны» (Давид М., генеральный директор компании «Базис», вице-президент ПАО «Ростелеком»).

«Цифровизация и информационные технологии не имеют границ, поэтому возможность для студентов работать над проектами с партнерами из Азиатско-Тихоокеанского региона является важнейшим компонентом их подготовки. Студенты должны учиться решать реальные задачи и кейсы. Это залог успеха любого университета» (Борис К., ректор ДВФУ).

«Цифра – это новая математика. 80% проблем можно решить, начав разговор. Поэтому цифра – это новый способ коммуникации любых сторон – это такой же язык коммуникации, который, как и математика, понятен всем» (Дарья К., заместитель министра науки и высшего образования РФ).

Эксперты отмечают важность и неизбежность цифровизации образования, однако при этом уделяют внимание вопросу модернизации моделей подготовки и моделей обучения отечественных специалистов. Особенно важным в данном контексте становится вопрос разработки отечественных технологий, которые должны заместить иностранные, для чего важно применять современные методы проектного и командного обучения. Специалист должен не только понимать свою профессиональную область, но и осознавать, для какой страны он разрабатывает продукт, поэтому индивидуализированное обучение становится все менее актуальным.

В наиболее общем виде единая информационная среда университета представлена ниже (рис. 1).

Цифровая трансформация сегодня не обходит стороной ни один вуз страны, особенно в рамках реализуемой государственной программы поддержки университетов Российской Федерации «Приоритет 2030».

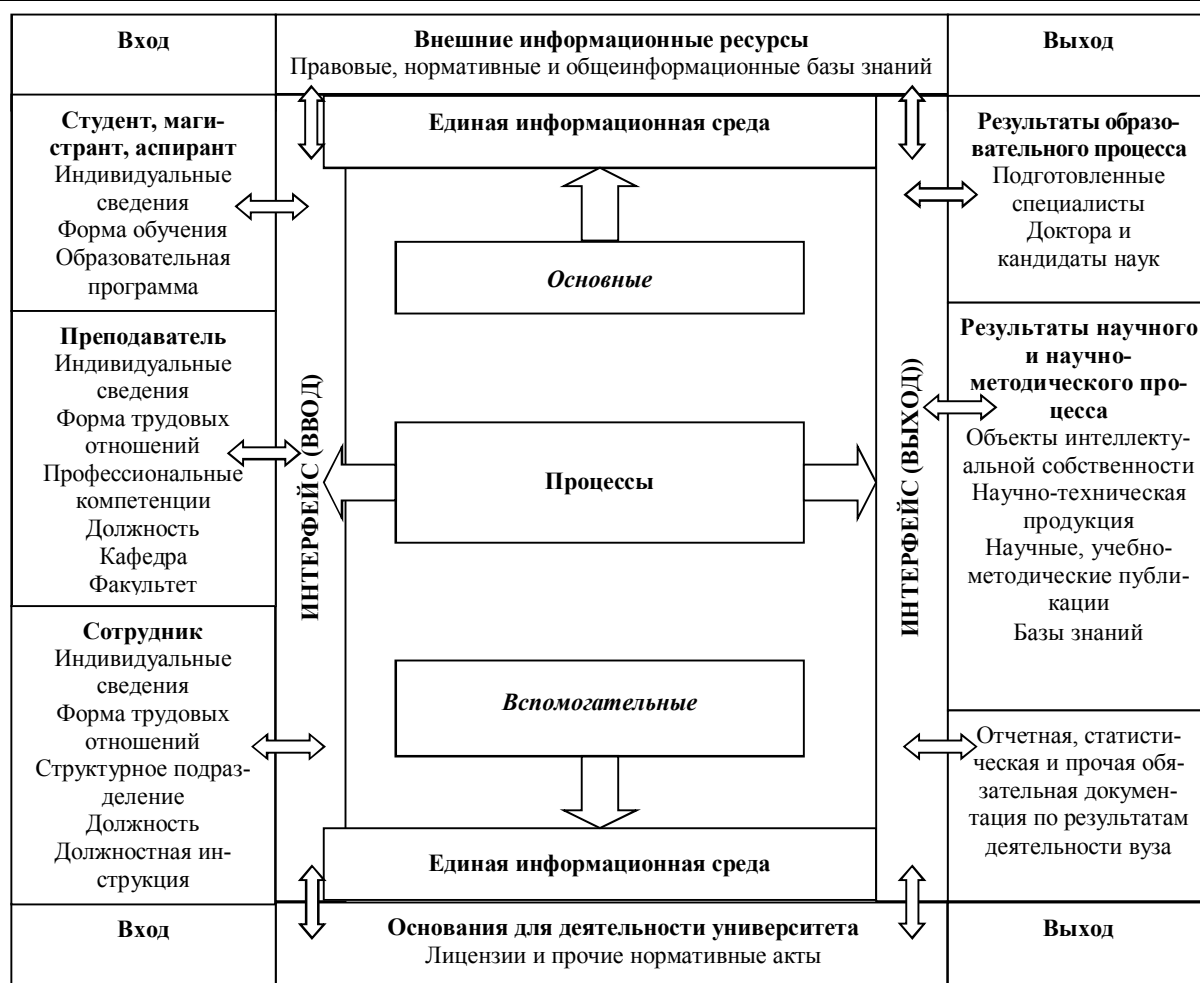


Рис. 1. Единая информационная среда университета

Так, на базе Юго-Западного государственного университета в рамках федерального проекта «Развитие кадрового потенциала ИТ-отрасли» национальной программы «Цифровая экономика» созданы цифровые кафедры. В рамках проекта «Приоритет 2030» студенты могут бесплатно освоить дополнительную квалификацию в сфере ИТ. На сегодняшний день около 500 человек получают дополнительную квалификацию на цифровых кафедрах университета. На занятиях используются российские операционные системы трехмерного проектирования «Компас-3D» и программы «Мой Офис». Программа обучения подразумевает прохождение практики на базе передовых организаций в сфере ИТ (рис. 2).

С 2023 г. набор на цифровые кафедры стал еще более востребованным и увели-

чился до 750 обучающихся не только из числа студентов ЮЗГУ, но также Курского государственного аграрного университета и Курской академии государственной и муниципальной службы [22].

Примером продолжающейся сегодня цифровизации образовательного процесса является разработка и внедрение в активное пользование мобильного приложения «Цифровой кампус ЮЗГУ» («Кампус 2.0»), в большинстве аспектов замещающего собой электронную информационно-образовательную среду университета.

По состоянию на февраль 2024 г. в мобильном приложении «Цифровой кампус ЮЗГУ» в личном кабинете студента доступны следующие разделы:

– цифровой профиль (включает Ф.И.О. студента, его идентификацион-

ный номер (ID), факультет, специальность и группу обучения студента, а также курс обучения и образовательный рейтинг, состоящий из суммы баллов за весь период обучения);

– расписание занятий в группе студента;

– баллы студента (распределены по семестрам обучения, дисциплинам и контрольным точкам; доступны для просмотра премиальные и дополнительные баллы);

– оценки (просмотр баллов без выделения контрольных точек и соответствующих сумме баллов оценок);

– финансы (для студентов, обучающихся на внебюджетной основе; включает возможность просмотра финансовых задолженностей за обучение);

– памятка первокурснику (информация про ряд общепринятых в вузе понятий: группа, подгруппа, расписание занятий, верхняя / нижняя недели, пара, поток, шифр группы, учебные корпуса, аудитория).



Рис. 2. Обучающие программы, реализуемые на Цифровых кафедрах ЮЗГУ

В мобильном приложении «Цифровой кампус ЮЗГУ» есть возможность использовать электронный пропуск через NFC-адаптер телефона (Near Field Communication). Такая технология позволяет не использовать пластиковую карту для входа в корпуса университета, так как данные с карты студента передаются в систему вуза. Еще одним разделом приложения является сервис «Уведомления», куда студентам поступает информация от администрации. В разделе «Сообщения» студенты могут общаться в чате студенческой группы и

друг с другом в самом мобильном приложении. Раздел «Контакты» позволяет общаться с другими студентами своей учебной группы и просматривать их цифровые профили, в т. ч. образовательный рейтинг [23].

Кроме того, на настоящий момент в мобильном приложении «Цифровой кампус ЮЗГУ» есть возможность просматривать рейтинг преподавателей университета (в том числе должность и кафедру) и оставлять анонимные отзывы. Доступны сервисы технической поддержки и связи с разработчиками для составления

обращения с возможностью прикрепить фото ошибки.

Так, мобильное приложение частично заменило электронную информационно-образовательную среду, при этом его возможности все еще ограничены: недоступно обновление индивидуального портфолио студента, отсутствуют ссылки на учебные курсы, нет возможности заказать допуск или справку об обучении, нет данных о преподавателях, ответственных за дисциплину.

По результатам нашего исследования, среди акторов системы университета – студентов, преподавателей и сотрудников – практически все оказываются в той или иной степени вовлечены в цифровое пространство. Так, 100% опрошенных студентов и преподавателей посчитали себя вовлеченными в единую информационно-образовательную среду университета во многом благодаря созданию общей цифровой платформы и мобильного приложения «Цифровой кампус ЮЗГУ». Среди сотрудников 93% выразили свое согласие с утверждением, что они вовлечены в единое цифровое пространство вуза. Самым популярным преимуществом (84%) цифровизации образования стало повышение удобства и доступности образования, а самым популярным недостатком (65%) стала недостаточная техническая оснащенность вуза. Большинство опрошенных среди всех групп акторов образовательной среды (72%) оценили процесс цифровизации образования положительно, однако 23% дали отрицательную оценку, что подтверждает

положение о двойственности отношения к цифровизации в учебных заведениях.

Выводы

Мыслительная деятельность в конечном итоге превращается в материализованный продукт, который создает человек, используя различные цифровые инструменты. Технология может быть высокоэффективным инструментом, но это все, чем она является, – инструментом, потому что человек создал технологию, а технология не создала человека.

Успех любого дела зависит от человеческого капитала, умения и интеллекта людей. Объединение усилий государства, опыта, интеллекта и финансов позволит гармонично и быстрыми темпами внедрять цифровизацию в намеченные направления и уменьшить цифровой разрыв.

Старое и новое в современном мире находятся в постоянном конфликте. В этом споре между традицией и инновацией, как правило, побеждает наиболее рациональное и позитивное. Поэтому задача современного университета – научить выпускника думать – становится самой актуальной и значимой. Искусственный интеллект способен заменить живого человека, но организовать его работу в русле общественного блага может только думающий специалист. В данном контексте цифровая научно-образовательная среда университета призвана стать триггером инновационных изменений в образовательных отношениях.

Список литературы

1. Бриньолфсон Э., Макафи Э. Машина, платформа, толпа. Наше цифровое будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер (МИФ), 2019. 320 с.
2. Шевелева А. И., Степанова Е. А. Цифровизация в сфере образования // *Universum: психология и образование*. 2023. № 7 (109). С. 8–10.
3. Ли К. Сверхдержавы искусственного интеллекта. М.: Манн, Иванов и Фербер (МИФ), 2019. 350 с.
4. Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический Проект, 2000. 880 с.
5. Prigogine I. The philosophy of instability // *Futures*. 1989. Vol. 21, N 4. P. 396–400.

6. Van Gennep A. The Rites of Passage. London; New York: Routledge, 1960. 198 p.
7. Turner V. Liminal to liminoid in play, flow, and ritual: An essay in comparative symbology // Rice University Studies. 1974. Vol. 60, N 3. P. 53–92.
8. Выготский Л. С. Психология развития человека. М.: Смысл: Эксмо, 2005. 1136 с.
9. Леонтьев А. Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1977. 304 с.
10. Абрамов А. П. Становление личности в системе средних специальных военно-учебных заведений: монография. Курск: Учитель, 2009. 160 с.
11. Сандакова Л. Г., Захаров А. К. Тренды общественного развития: культура – образование – инновации – цифровизация // Вестник Бурятского государственного университета. 2023. № 3. С. 47–58.
12. Шевкун А. В., Пирожникова А. М. Формирование электронно-образовательной среды в условиях цифровизации профессионального образования // Ученые записки Забайкальского государственного университета. 2023. Т. 18, № 1. С. 100–106.
13. Чжан С. Цифровизация образования: проблемы и перспективы // Научный аспект. 2023. Т. 9, № 4. С. 1090–1095.
14. Розин В. М. Цифровизация в образовании (по следам исследования «трудности и перспективы цифровой трансформации образования») // Культура культуры. 2023. № 1. URL: <https://www.cult-cult.ru/digitalization-in-education/?ysclid=lu2aimxhzi209211687> (дата обращения: 16.01.2024).
15. Малюкова О. В., Матренина Л. Ф. Цифровизация как вызов российскому образованию // Вестник Российского философского общества. 2023. № 1-2 (103-104). С. 149–164.
16. Надтачаев П. В., Мельник С. В. Дуализм цифровизации современного образования // Заметки ученого. 2023. № 7. С. 188–191.
17. Родионова Е. В. Цифровизация высшего образования Российской Федерации: тренды и перспективы // Научные труды Вольного экономического общества России. 2023. Т. 243, № 5. С. 64–84.
18. Валеева Г. В. Социально-философские основания цифровизации высшего образования в контексте становления и развития цифрового общества // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2023. Т. 12, № 1А. С. 151–157.
19. Бурганова И. Н., Фарус О. А. Проблемы цифровизации высшего образования в России // Международный научно-исследовательский журнал. 2023. № 7 (133). С. 1–5.
20. Крамчанинова Н. В. Процесс цифровизации образования в системе социального знания // Экономические и гуманитарные исследования регионов. 2023. № 5. С. 61–65.
21. Мозговенко А. А., Найдыш А. В., Окулова Е. А. Цифровизация образования: проблемы и возможности // Университетская наука. 2023. № 1 (15). С. 186–189.
22. ЮЗГУ принимает документы на цифровые кафедры. URL: https://swsu.ru/news/main/start_digital_departments/ (дата обращения 12.01.2024).
23. Абрамов А. П., Лю Цзе. Современная китайская модель социокультурного взаимодействия поколений: от традиции к инновации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 2. С. 192–202.

References

1. Brynjolfson E., McAfee E. Mashina, platforma, tolpa. Nashe tsifrovoye budushcheye [Machine, platform, crowd. Our digital future]. Moscow, Mann, Ivanov and Ferber (MYTH) Publ., 2019. 320 p.
2. Sheveleva A. I., Stepanova E. A. Tsifrovizatsiya v sfere obrazovaniya // Universum: psikhologiya i obrazovaniye [Digitalization in the field of education]. *Universum: psikhologiya i obrazovaniye = Universum: Psychology and Education*, 2023, no. 7 (109), pp. 8–10.
3. Lee K. Sverkhderzhavy iskusstvennogo intellekta [Superpowers of artificial intelligence]. Moscow, Mann, Ivanov and Ferber (MYTH) Publ., 2019. 350 p.
4. Parsons T. O strukture sotsial'nogo deystviya [On the structure of social action]. Moscow, Academic Project Publ., 2000. 880 p.

5. Prigogine I. The philosophy of instability. *Futures*, 1989, vol. 21, no. 4, pp. 396–400.
6. Van Gennep A. The Rites of Passage. London, New York, Routledge Publ., 1960. 198 p.
7. Turner V. Liminal to liminoid in play, flow, and ritual: An essay in comparative symbology. *Rice University Studies*, 1974, vol. 60, no. 3, pp. 53–92.
8. Vygotsky L. S. *Psikhologiya razvitiya cheloveka* [Psychology of human development]. Moscow, Meaning, Eksmo Publ., 2005. 1136 p.
9. Leontyev A. N. *Activity. Psikhologiya razvitiya cheloveka* [Consciousness. Personality]. Moscow, Politizdat, 1977. 304 p.
10. Abramov A. P. *Stanovleniye lichnosti v sisteme srednikh spetsial'nykh voyenno-uchebnykh zavedeniy* [Formation of personality in the system of secondary special military educational institutions]. Kursk, Uchitel Publ., 2009. 160 p.
11. Sandakova L. G., Zakharov A. K. Trendy obshchestvennogo razvitiya: kul'tura – obrazovaniye – innovatsii – tsifrovizatsiya [Trends in social development: culture – education – innovation – digitalization]. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of the Buryat State University*, 2023, no. 3, pp. 47–58.
12. Shevkun A. V., Pirozhnikova A. M. *Formirovaniye elektronno-obrazovatel'noy sredy v usloviyakh tsifrovizatsii professional'nogo obrazovaniya* [Formation of an electronic educational environment in the conditions of digitalization of professional education]. *Uchenyye zapiski Zabaykal'skogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific Notes of the Transbaikal State University*, 2023, vol. 18, no. 1, pp. 100–106.
13. Zhang S. Tsifrovizatsiya obrazovaniya: problemy i perspektivy [Digitalization of education: problems and prospects]. *Nauchnyy aspekt = Scientific Aspect*, 2023, vol. 9, no. 4, pp. 1090–1095.
14. Rozin V. M. Tsifrovizatsiya v obrazovanii (po sledam issledovaniya "trudnosti i perspektivy tsifrovoy transformatsii obrazovaniya") [Digitalization in education (following the study of "difficulties and prospects of digital transformation of education")]. *Kul'tura kul'tury = Culture of Culture*, 2023, no. 1. Available at: <https://www.cult-cult.ru/digitalization-in-education/?ysclid=lu2aimxh2l209211687>. (accessed 16.01.2024)
15. Malyukova O. V., Matronina L. F. Tsifrovizatsiya kak vyzov rossiyskomu obrazovaniyu [Digitalization as a challenge to Russian education]. *Vestnik Rossiyskogo filosofskogo obshchestva = Bulletin of the Russian Philosophical Society*, 2023, no. 1–2 (103–104), pp. 149–164.
16. Nadtachaev P. V., Melnik S. V. Dualizm tsifrovizatsii sovremennogo obrazovaniya [Dualism of digitalization of modern education]. *Zametki uchenogo = Notes of a Scientist*, 2023, no. 7, pp. 188–191.
17. Rodionova E. V. Tsifrovizatsiya vysshego obrazovaniya Rossiyskoy Federatsii: trendy i perspektivy [Digitalization of higher education in the Russian Federation: trends and prospects]. *Nauchnyye trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii = Scientific Works of the Free Economic Society of Russia*, 2023, vol. 243, no. 5, pp. 64–84.
18. Valeeva G. V. Sotsial'no-filosofskie osnovaniya tsifrovizatsii vysshego obrazovaniya v kontekste stanovleniya i razvitiya tsifrovogo obshchestva [Social and philosophical foundations of digitalization of higher education in the context of the formation and development of a digital society]. *Kontekst i refleksiya: filosofiya o mire i cheloveke = Context and Reflection: Philosophy about the World and Man*, 2023, vol. 12, no. 1A, pp. 151–157.
19. Burganova I. N., Farus O. A. Problemy tsifrovizatsii vysshego obrazovaniya v Rossii [Problems of digitalization of higher education in Russia]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal = International Scientific Research Journal*, 2023, no. 7 (133), pp. 1–5.
20. Kramchaninova N. V. Protsess tsifrovizatsii obrazovaniya v sisteme sotsial'nogo znaniya [The process of digitalization of education in the system of social knowledge]. *Ekonomicheskkiye i gumanitarnyye issledovaniya regionov = Economic and Humanitarian Studies of Regions*, 2023, no. 5, pp. 61–65.
21. Mozgoenko A. A., Naydysh A. V., Okulova E. A. Tsifrovizatsiya obrazovaniya: problemy i vozmozhnosti [Digitalization of education: problems and opportunities]. *Universitetskaya nauka = University Science*, 2023, no. 1 (15), pp. 186–189.
22. YUZGU prinyimayet dokumenty na tsifrovyye kafedry [SWSU accepts documents for digital departments]. Available at: https://swsu.ru/news/main/start_digital_departments/. (accessed 12.01.2024)

23. Abramov A. P., Liu Jie. Sovremennaya kitayskaya model' sotsiokul'turnogo vzaimodeystviya pokoleniy: ot traditsii k innovatsii [Modern Chinese model of sociocultural interaction between generations: from tradition to innovation]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2021, vol. 11, no. 2, pp. 192–202.

Информация об авторах / Information about the Authors

Абрамов Александр Петрович, доктор социологических наук, профессор кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: abramov_ap@inbox.ru,
ORCID: 0000-0001-9913-2449

Alexander P. Abramov, Doctor of Sciences (Sociology), Professor of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: abramov_ap@inbox.ru,
ORCID: 0000-0001-9913-2449

Афанасьева Валерия Александровна, студент кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: afanasyeva.val.2002@yandex.ru,
ORCID: 0000-0003-0713-0687

Valerya A. Afanas'eva, Student of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: afanasyeva.val.2002@yandex.ru,
ORCID: 0000-0003-0713-0687

Супрун Анна Юрьевна, студент кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: annasuprun3003@gmail.com,
ORCID: 0009-0008-9261-139X

Anna Yu. Suprun, Student of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: annasuprun3003@gmail.com,
ORCID: 0009-0008-9261-139X

Смирнова Марина Алексеевна, магистрант факультета лингвистики и межкультурной коммуникации, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: smrnv.marina@vk.com,
ORCID: 0000-0002-1396-7195

Marina A. Smirnova, Undergraduate of the Faculty of Linguistics and Intercultural Communication, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: smrnv.marina@vk.com,
ORCID: 0000-0002-1396-7195

Оригинальная статья / Original article

УДК 316.344

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-198-211>Ценностные основания социальной консолидации
городских сообществВ. П. Бабинцев¹, Я. И. Серкина^{1✉}, А. Э. Ушамировский², П. К. Великих¹¹ Белгородский государственный национальный исследовательский университет
ул. Победы, д. 85, г. Белгород 308015, Российская Федерация² Волжский институт экономики, педагогики и права
ул. Советская, д. 6, г. Волжский 404111, Российская Федерация

✉ e-mail: serkina_ya@bsu.edu.ru

Резюме

Актуальность работы определяется востребованностью консолидации локальных сообществ, которая в нестабильной общественной среде выступает одной из форм социальной конъюнкции и создает предпосылки для их успешного воспроизводства, повышения конкурентоспособности и обеспечения безопасности. Важность анализа проблемы ценностных оснований консолидации связана также с недостаточной изученностью факторов консолидации городских сообществ, в том числе регулирующей роли в развитии консолидационных процессов в урбанизированной среде ценностей и смыслов, необходимостью преодоления иллюзий и заблуждений относительно их влияния.

Цель статьи состоит в определении ценностных оснований консолидации городских сообществ, установлении логических связей и взаимозависимостей между ними.

Задачи: концептуализация феномена социальной консолидации в современном нестабильном обществе; анализ ценностных оснований социальной консолидации; систематизация ценностных оснований социальной консолидации городских сообществ; содержательная характеристика основных ценностных паттернов, на которых может базироваться консолидация городских жителей.

Методология. Исследование опирается на коммуникативную теорию солидарности (Ю. Хабермас), концепцию социальной конъюнкции и социальной дизъюнкции (О. А. Кармадонов).

Эмпирической базой работы послужили результаты исследования «Социальная консолидация городских сообществ: возможности и ограничения в условиях дигитализации урбанизированной среды», осуществленного в 2022 г. методами массового анкетного опроса ($n=1518$, выборка квотная) городских жителей (Курская, Белгородская, Воронежская области); экспертного опроса (50 экспертов); фокус-группового интервьюирования городских жителей (6 групп). Использована вторичная обработка данных «Комплексного мониторинга «Консолидационный потенциал Белгородской области», осуществленного методом анкетного опроса населения Белгородской области в 2022 г. научно-исследовательской лабораторией развития гражданского общества Белгородского государственного национального исследовательского университета ($n = 6800$, выборка квотная).

Результаты. В качестве оснований консолидации выступают ценностные паттерны, каждый из которых может интерпретироваться как комплекс устойчивых, семантически единых представлений, сложившихся на основе специфической конфигурации ценностей; применительно к городским сообществам можно констатировать особое значение для перспектив консолидации паттернов идентичности, справедливости, доверия и ответственности; рассмотренные паттерны потенциально связаны между собой; при этом наиболее значительным интегратором выступает паттерн справедливости; однако все эти паттерны пока недостаточно сформированы в массовом сознании.

Выводы. Задача инициации и регулирования процесса консолидации в урбанизированной среде в рассматриваемом контексте предстает как задача утверждения в общественном сознании установок на локальную идентификацию горожан; повышения уровня доверия в пределах дальней социальной дистанции; формирования идеологии ответственности за организацию городской жизни, но главное – последовательной реализации принципа социальной справедливости.

Ключевые слова: ценности; консолидация; городские сообщества; паттерны; справедливость; идентичность.

Финансирование: Статья подготовлена в рамках реализации проекта Программы «Приоритет – 2030» № 20180132 «Создание экспертного центра по проблемам воспроизводства территориальных систем».

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Ценностные основания социальной консолидации городских сообществ / В. П. Бабинцев, Я. И. Серкина, А. Э. Ушамировский, П. К. Великих // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 198–211. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-198-211>.

Поступила в редакцию 08.02.2024

Принята к публикации 05.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Value Bases of Social Consolidation of Urban Communities

Valentin P. Babintsev¹, Yana I. Serkina^{1✉}, Alexey E. Ushamirsky²,
Pavel K. Velikh¹

¹ Belgorod State University
85 Pobedy Str., Belgorod 308015, Russian Federation

² Volga Institute of Economics, Pedagogy and Law
6 Sovetskaya Str., Volzhsky 404111, Russian Federation

✉ e-mail: serkina_ya@bsu.edu.ru

Abstract

The relevance of the work is determined by the demand for consolidation of local communities, which in an unstable social environment acts as one of the forms of social conjunctionality and creates prerequisites for their successful reproduction, increasing competitiveness and ensuring security. The importance of analyzing the problem of the value bases of consolidation is also connected with the insufficient study of the factors of consolidation of urban communities, including the regulatory role in the development of consolidation processes in an urbanized environment of values and meanings, the need to overcome illusions and misconceptions about their influence.

The purpose of the article is to determine the value bases for the consolidation of urban communities, to establish logical connections and interdependencies between them.

Objectives: conceptualization of the phenomenon of social consolidation in a modern unstable society; analysis of the value bases of social consolidation; systematization of the value bases of social consolidation of urban communities; a meaningful description of the main value patterns on which the consolidation of urban residents can be based.

Methodology. The research is based on the communicative theory of solidarity (Yu. Habermas); the concept of social conjunction and social disjunction (O. A. Karmadonov).

The empirical basis of the work was the results of the study "Social consolidation of urban communities: opportunities and limitations in the conditions of digitalization of the urban environment", carried out in 2022 by methods of mass questionnaire survey (n=1518, quota sample) of urban residents (Kursk, Belgorod, Voronezh regions); expert survey (50 experts); focus group interviewing urban residents (6 groups). The secondary processing of the data of the "Integrated Monitoring "Consolidation Potential of the Belgorod region", carried out by the method of a questionnaire survey of the population of the Belgorod region in 2022 by the research laboratory for the development of civil society of the Belgorod State National Research University (n = 6800, quota sample), was used.

Results. The bases of consolidation are value patterns, each of which can be interpreted as a complex of stable, semantically unified representations formed on the basis of a specific configuration of values; in relation to urban communities, it can be stated that the patterns of identity, justice, trust and responsibility are of particular importance for the prospects of consolidation; the considered patterns are potentially interconnected; at the same time, the most significant integrator The pattern of justice stands out; However, all these patterns have not yet been sufficiently formed in the mass consciousness.

Conclusions. *The task of initiating and regulating the consolidation process in an urbanized environment in the context under consideration appears as the task of establishing in the public consciousness attitudes to the local identification of citizens; increasing the level of trust within a long social distance; forming an ideologeme of responsibility for the organization of urban life, but most importantly – consistent implementation of the principle of social justice.*

Keywords: *values; consolidation; urban communities; patterns; justice; identity.*

Funding: *The article was prepared as part of the implementation of the Priority 2030 Program project No. 20180132 "Creation of an expert center on the problems of reproduction of territorial systems".*

Conflict of interest: *In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.*

For citation: Babintsev V. P., Serkina Ya. I., Ushamirsky A. E., Velikikh P. K. Value Bases of Social Consolidation of Urban Communities. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2024; 14(2): 198–211. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-198-211>.

Received 08.02.2024

Accepted 05.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Проблема социальной консолидации в последние годы активно обсуждается в научной литературе применительно и к России в целом, и к локальным (региональным, местным) сообществам. Так, социальным аспектам процесса консолидации посвящены труды Н. Д. Вавилиной [1], Е. М. Харитоновой [2]; региональная специфика консолидации представлена в работах В. К. Левашова [3], В. А. Чигрина, В. В. Узунова [4]. В работах В. О. Вольтер [5], М. Д. Черкашина [6], Н. Е. Тихоновой [7], В. В. Локосова [8] особое внимание уделяется факторам социальной консолидации; Е. В. Бродовская [9], П. С. Селезнев, В. Ш. Сургуладзе [10] исследуют цифровые угрозы для процесса консолидации территориальных сообществ.

При этом ряд исследователей приходят к заключению о том, что необходимым условием социальной консолидации является ценностный консенсус. Так, подчеркивая его значимость, В. Н. Кузнецов заключает: «Ценностный консенсус – важный фактор функционирования и поддержания стабильности общества на основе согласия, базирующегося на сходе взглядов или ориентаций относительно значимых ценностей, целей, норм, правил поведения, ролей, отношений

власти и т. д. между субъектами социальных отношений» [11, с. 37]. Эта идея разделяет достижение согласия в отношении приоритетных ценностей, является основой консолидации, когда утверждает, что «основу социальной консолидации составляет устойчивая артикулированная совокупность понятийных и принятых людьми личных, общественных, государственных и цивилизационных целей, идеалов, ценностей, интересов, которые содействуют каждому человеку в выстраивании взаимоотношений с другими людьми, группами и социальными институтами» [12, с. 256]. А И. Н. Трофимова, обосновывая необходимость ценностного единства, обращает внимание на связанные с его отсутствием издержки для перспектив социальной интеграции: «Неопределённость и противоречивость ценностных ориентаций различных групп и слоёв, отсутствие устойчивых институтов, призванных воплощать общегражданские ценности в жизнь, обуславливают формирование конфликтогенной среды» [13, с. 61].

Безусловно, трудно отрицать саму мысль о значимости для социальной консолидации ценностного единства. Однако представляется, что при всей кажущейся очевидности она порождает довольно много вопросов, без ответа на которые не

только трудно сделать адекватные теоретические выводы относительно сущностных характеристик консолидации, но и осуществить эффективные решения по регулированию данного процесса. По меньшей мере в этом убеждает нас опыт, накопленный в ходе участия в разработке и реализации Стратегии «Формирование регионального солидарного общества на 2011 – 2025 годы» в Белгородской области¹. В ходе ее осуществления сформировались и были апробированы некоторые практики консолидации [14], реализация которой была довольно бесславно (без обсуждения и критического анализа) завершена на три года раньше заявленного рубежа постановлением Правительства Белгородской области от 06.06.2022 г. № 340-пп «О признании утратившим силу постановления правительства Белгородской области «Об утверждении стратегии “Формирование регионального солидарного общества” на 2011–2025 годы» от 24 ноября 2011 года № 435-пп»². Одной из причин резкого свертывания ее выполнения и стала недостаточное научное обоснование сущности ценностного консенсуса и методов его формирования в регионе. Дефицит научных разработок в этом направлении не смогло компенсировать даже то, что проведение специальной военной операции на Украине, несомненно, стимулировало консолидационный процесс в данном приграничном субъекте РФ.

Материалы и методы

Исследование опирается на коммуникативную теорию солидарности

¹ Стратегия «Формирование регионального солидарного общества» на 2011–2025 годы. Белгород, 2011. 80 с.

² О признании утратившим силу постановления правительства Белгородской области от 24 ноября 2011 года № 435-пп: постановление правительства Белгородской области от 06.06.2022 г. № 340-пп. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/3100202206080001> (дата обращения: 10.01.2024).

(Ю. Хабермас); концепцию социальной конъюнкции и социальной дизъюнкции (О. А. Кармадонов).

Эмпирической базой работы послужили результаты исследования «Социальная консолидация городских сообществ: возможности и ограничения в условиях дигитализации урбанизированной среды», осуществленного в 2022 г. методами массового анкетного опроса (n=1518, выборка квотная) городских жителей (Курская, Белгородская, Воронежская области); экспертного опроса (50 экспертов); фокус-группового интервьюирования городских жителей (6 групп). Использована вторичная обработка данных комплексного мониторинга «Консолидационный потенциал Белгородской области», осуществленного методом анкетного опроса населения Белгородской области в 2022 г. научно-исследовательской лабораторией развития гражданского общества Белгородского государственного национального исследовательского университета (n = 6800, выборка квотная).

Результаты и их обсуждение

Рассматривая ценностный консенсус как важнейшую предпосылку консолидации, очевидно, следует понять суть этого явления, которое, на наш взгляд, не может интерпретироваться только как простое совпадение ценностей отдельных членов сообщества. Чтобы стать базой для мышления и поведения для больших групп людей, он должен быть воплощен в виде своего рода модели или паттерна, представляющего собой устойчивую конфигурацию ценностных ориентаций, контролирующих поведение субъектов и описывающих его в параметрах единого семантического ряда. Паттерны складываются из ценностей, при этом решающее значение для детерминации группового поведения людей имеет не отдельная ценность, но интерпретация паттерна в целом. Так, например, справедливость как один из ценностных паттернов может

включать в себя различные компоненты (равенство возможностей, равноправие, приоритет интересов меньшинства, ненасилие и др.), на которые акцентируют внимание представители тех или иных социальных групп, находя для них основания в многообразии реальной жизни. Но в конечном итоге для их диспозиции решающее значение имеет признание ее наличия или отсутствия в социуме. В сущности, паттерны представляют собой проекцию ценностей на всю систему отношений, сложившихся в конкретном обществе, и именно они выступают в качестве ценностных оснований консолидации.

При этом надо учитывать иерархию паттернов в обществе и их взаимодействие [15, с. 39], вследствие которых ценностные основания консолидации приобретают вариативный, часто размытый характер, а также разнообразие ее форм, представленных в общественном сознании и в ряде случаев, воплощенных в социальных практиках. Ситуация усложняется еще и тем, что эти формы зачастую взаимосвязаны и «перетекают» друг в друга.

1. *Стихийная консолидация*, отражающая естественную потребность людей в коллективообразовании, отмеченную рядом исследователей. Так, согласно исследованиям Р. Бойда и П. Ричерсона, человеческие сообщества, которым были присущи практики культурного конформизма и сотрудничества, обладали наибольшими шансами в конкурентной борьбе [16]. В свою очередь М. Ридли заключает: «Мы – групповой вид, но не вид, подлежащий групповому отбору. Мы созданы не для того, чтобы жертвовать собой ради клана, а для того, чтобы использовать его в своих интересах» [17, с. 178].

2. *Кризисная консолидация*. В определенной степени ее можно рассматривать в качестве специфического варианта стихийной, поскольку данный сценарий также предполагает объединение граждан, но осуществляемое под влиянием

внешнего триггера, в качестве которого выступает источник опасностей и угроз. Эти угрозы связаны либо с резким ухудшением состояния окружающей среды, эпидемиями и пандемиями, военными действиями.

3. *Административная консолидация*. Она предполагает принудительное объединение горожан с использованием ресурсов государственной и муниципальной власти. Характерными чертами данного сценария являются: нормативное регулирование процесса; управление процессом консолидации посредством государственных и муниципальных структур; институционализация процесса в форме создания так называемых ГОН-ГО-организаций, т. е. государством организованных негосударственных организаций, имитирующих институты гражданского общества; формализация и бюрократизация деятельности. Фактически этот вариант частично был реализован при разработке и осуществлении Стратегии «Формирование регионального солидарного общества на 2011 – 2025 годы» в Белгородской области.

4. *Имитационная консолидация*. Для этой формы типична симуляция консолидационного процесса, выражающаяся в декларациях о приверженности консолидационным ценностям, демонстрации намерений объединяться, и декорация интеграции опять-таки путем создания «псевдогражданских» структур. Данный вариант консолидационного процесса рассчитан на приобретение лидерами и группами дополнительного политического капитала за счет спекуляции на действительно привлекательной идее солидарности. В силу данного обстоятельства он логически связан с предыдущим и, как показал белгородский опыт, дополняет его. В частности, в процессе реализации Стратегии существовали периоды (например, с 2016 по 2018 гг.), когда для осуществления практически ничего не предпринималось, но риторика присутствовала в публичном дискурсе, писались

отчеты о продвижении по «консолидационному» маршруту.

5. *Утопическая консолидация*, представляющая собой мечту об обществе социального единства, братства справедливости. Примером вполне может служить идея А. Проханова об обществе «русской мечты» [18] – привлекательная, но вряд ли осуществимая в современных условиях.

6. *Партнерская (управляемая) консолидация*. Реализуется как совместный проект государственных структур и институтов гражданского общества, где инициатива последних является приоритетной, а управление сводится к созданию условий для их реализации. Именно ее мы отстаивали (хотя и в целом неуспешно) в ходе работы над Стратегией «Формирование регионального солидарного общества на 2011 – 2025 годы», понимая этот документ как масштабный социально-инженерный проект. Мы полагаем, что именно партнерская консолидация может открывать новые возможности для сообществ различного уровня в нестабильной социальной реальности. Довольно очевидно, что различные формы консолидации предполагают и разные ценностные основания, которые и должны быть идентифицированы.

Однако социальная консолидация дифференцирована не только в отношении форм, но и направленности. В научной литературе и (в еще большей степени в публицистике) «по умолчанию» в понятие «консолидация» часто вкладывается однозначно позитивное содержание. Но сообщества могут консолидироваться и на негативной основе. Он предполагает, что консолидация – процесс, адекватный человеческой природе, позволяющий удовлетворить фундаментальные потребности людей посредством совместного участия в решении общих проблем:

– принцип реализма, суть которого заключается в представлении о том, что пределы и возможности консолидации в решающей степени определяются сложившимися в обществе обстоятельства-

ми. В частности, бессмысленно рассчитывать на то, что в высоко дифференцированном российском обществе, к тому же характеризующемся тотальной социальной аномией¹, может быть установлен полный ценностный консенсус. Очевидно, речь должна идти о согласии в отношении лишь некоторых ценностей, отражающих наличие ограниченного круга общих интересов, а консолидация есть способ достижения взаимопонимания относительно их содержания;

– принцип функциональности определения, которое должно ориентировать на решение практических задач, не усложняя проблему, но редуцируя ее до операционализируемых понятий, доступных для восприятия максимально возможного числа потенциальных участников;

– принцип акцента на самоорганизации; в соответствии с ним подлинная солидарность и консолидация могут быть лишь основанием свободного выбора;

– принцип развития, согласно которому консолидация представляет собой процесс, характеризующийся внутренней динамикой, подлежащий регуляции и саморегуляции.

С учетом этих принципов **социальная консолидация** определяется как соответствующий естественной природе человека, осуществляющийся стихийно, либо целенаправленно организуемый и регулируемый (в том числе и саморегулируемый) процесс укрепления межличностных и межгрупповых коммуникаций, достижения взаимопонимания в отношении решения общих проблем на основе диалога и сотрудничества и взаимной ответственности.

Данное определение опирается на коммуникативную концепцию солидарности Ю. Хабермаса [20] и, как нам представляется, позволяет выстроить и эмпирически верифицировать динамическую

¹ Согласно С. А. Кравченко, аномия из исключения стала в российском социуме нормой [19, с. 8].

систему приоритетных ценностных оснований консолидации путем логической инверсии, начиная с конечного паттерна и заканчивая исходным. В основу исследования были положены две гипотезы.

Первая состояла в предположении о том, что на процесс консолидации городского сообщества в значительной степени влияют сформированные паттерны идентичности, справедливости, доверия и ответственности. Выбор их был произвольным и учитывал, что в научной литературе именно идентичность, справедливость и доверие чаще всего соотносятся с концепцией солидарности [21; 22]. Несколько сложнее обстоит дело с ответственностью, которую в предельно общем плане можно рассматривать как готовность и способность граждан выполнить предписанные социальной ролью или добровольно принятые на себя обязательства.

Значение ответственности граждан для их консолидации обычно недооценивается специалистами. Скажем, А. С. Кап-то лишь упоминает о коллективной ответственности за общую жизнь на нашей планете [12, с. 263]. Некоторые авторы рассматривают ее применительно к позиции государства [23, с. 161] или бизнеса [24, с. 16] в консолидационном процессе. В ходе нашего исследования ее в качестве основания консолидации назвали лишь 26% экспертов. Их мнение, казалось бы, отражает реальную ситуацию в социуме. Характеризуя ее, О. Е. Пазина пишет, что «современное общество характеризуется узким восприятием понятия «ответственность» как фактора, ограничивающего поведения индивида, а не как образующего компонента его деятельности во всех сферах взаимодействия внутри социума»¹.

Тем не менее акцент внимания именно на ответственности был сделан с

учетом двух обстоятельств. Во-первых, понимания, что любая интеграция будет успешной лишь в случае взаимной лояльности субъектов. А лояльность, в трактовке Т. Парсонса, представляет собой готовность откликнуться на должным образом «обоснованный» призыв, сделанный от лица коллектива или во имя общественного интереса или потребности [25, с. 96], что весьма близко к понятию ответственности. Во-вторых, опыт показал, что во многих случаях непоследовательная реализация Стратегии «Формирование регионального солидарного общества на 2011–2025 годы» была связана именно с дефицитом ответственности ее участников. Примечательно, что фактор низкой ответственности В. В. Узунов относит на основе своих исследований к числу основных факторов, препятствующих консолидации [26, с. 66].

С учетом этих обстоятельств мы не только включили ответственность в состав оснований консолидации, но допустили, что именно она «запускает» консолидационный процесс [27].

Вторая гипотеза сводилась к тому, что рассматриваемые ценностные паттерны находятся в состоянии взаимной зависимости, и чем она прочнее, тем выше эффект их влияния на перспективы консолидации. При этом укрепление связей между паттернами может привести к формированию «метапаттерна консолидации», который способен создать для нее прочную ценностную основу.

Первая гипотеза в ходе исследования нашла свое подтверждение. Паттерн городской идентичности, несомненно, присутствует в общественном сознании горожан, хотя и проигрывает другому идентификационному паттерну. В относительном большинстве случаев горожане идентифицируют себя с Россией в целом (44,9%), с городским сообществом – только 29,6%, с регионом 11%. При этом между паттерном «городской идентичности» и «консолидационной интенцией» была установлена довольно

¹ Пазина О. Е. Социальная ответственность личности в современном обществе: дис. ... канд. филос. наук. Н. Новгород, 2007. 165 с.

прочная прямая зависимость¹. Среди респондентов, которые идентифицировали себя с городским сообществом, выявлена сравнительно высокая установка на социальную консолидацию – 43,5% из их числа однозначно признали ее необходимость (коэффициент корреляции $r = 0,753$ – высокий, что характеризует сильную связь)². 28,7% выбрали вариант «скорее да, чем нет» ($r = 0,384$ – слабая связь), в то время как среди идентифицирующих себя с Россией в целом эти показатели составили 33,9% и 32,6% соответственно ($r = 0,571$ и $r = 0,449$ – средняя и слабая связь соответственно). Показательно и то, что однозначно отрицательно необходимость консолидации оценили только 4,2% респондентов, идентифицирующих себя с городским сообществом.

Не менее сильное влияние на отношение к идее консолидации оказывает паттерн социальной справедливости, наличие которой в городе однозначно констатировали 24,6%, и 31,2% признали, что справедливость проявляется чаще, чем несправедливость³. При этом была

выявлена высокая значимость данного паттерна для установки на консолидацию. 77,5% респондентов, считающих жизнь в городском сообществе справедливой (коэффициент корреляции фиксирует высокую силу связи: $r = 0,784$), сделали заключение о необходимости консолидации российского общества (вариант ответа «да» и «скорее да, чем нет»); среди тех, кто заявлял об ощущении несправедливости, таких оказалось 68,9% ($r = 0,395$ – слабая связь).

Паттерн доверия является сложно-структурированным, что определяется вектором его направленности. Результаты исследования показали: горожане, как правило, склонны доверять своему ближайшему окружению: родственникам (84,4%), друзьям и знакомым (65,5%), руководителю (51,6%) и коллегам (50%)⁴. Правда, группам, располагающимся в пределах дальнего радиуса взаимодействия, значительная доля респондентов (как правило, треть) готова доверять лишь в зависимости от ситуации. Почти четверть участников опроса обычно не доверяют группам в социальных сетях (23%), жителям своего города в целом (18,8%), своим соседям (17,5%).

Среди тех, кто в той или иной мере доверяет родственникам, необходимость консолидации в полной мере или в основном признают 71,7% ($r = 0,768$ – вы-

¹ Исследование «Консолидационный потенциал Белгородской области», осуществленное научно-исследовательской лабораторией развития гражданского общества Белгородского государственного национального исследовательского университета, фактически подтвердило наши данные на примере одного субъекта РФ. В ходе его идентифицировали себя с региональным сообществом 28,8% респондентов.

² Величина коэффициента корреляции отражает силы связи. При оценке силы связи коэффициентов корреляции используется шкала Чеддока: от 0 до 0,3 (очень слабая), от 0,3 до 0,5 (слабая), от 0,5 до 0,7 (средняя), от 0,7 до 0,9 (высокая), от 0,9 до 1 (очень высокая).

³ Безусловно, показатели являются довольно низкими, но они отражают реальную ситуацию, характеризующую осуществление принципа социальной справедливости. Показательно, что в ходе исследования «Консолидационный потенциал Белгородской области», осуществленного научно-исследовательской лабораторией развития гражданско-

го общества Белгородского государственного национального исследовательского университета, о том, что в их муниципальных образованиях жизнь устроена справедливо, однозначно заявили 28,2% респондентов; с оговоркой – 21,3%.

⁴ Исследование «Консолидационный потенциал Белгородской области» выявило еще более высокие показатели уровня доверия семейно-родственному окружению и друзьям (согласно ему, родственникам доверяют 92,5% белгородцев; друзьям – 88,9%). Рост показателя мы связываем с тем, что в состав респондентов вошли и сельские жители, для которых всегда была типична ориентация на ближайшее окружение.

сокая связь), в то время как отрицают (в различной степени) 52,4% ($r = 0,419$ – слабая связь); в отношении доверия друзьям и знакомым – 73,3% ($r = 0,706$ – высокая связь) и 61,3% ($r = 0,399$ – слабая связь) соответственно; соседям – 77,1% ($r = 0,816$ – высокая связь) и 60,6% ($r = 0,218$ – очень слабая связь) соответственно; в отношении доверия горожанам – 75,6% ($r = 0,711$ – высокая связь) и 62,6% ($r = 0,297$ – очень слабая связь); коллегам – 74,6% ($r = 0,674$) и 59,5% ($r = 0,403$ – слабая связь); руководителю – 73,5% ($r = 0,581$) и 62,7% ($r = 0,278$ – очень слабая связь); органам местной власти – 75,7% ($r = 0,655$ – средняя связь) и 59,5% ($r = 0,357$ – слабая связь); общественным организациям – 74,7% ($r = 0,551$ – средняя связь) и 62,5% ($r = 0,327$ – слабая связь); группам в социальных сетях – 76,2% ($r = 0,479$ – слабая связь) и 63,9% ($r = 0,267$ – очень слабая связь).

Паттерн ответственности у горожан выражен довольно слабо и носит индивидуально-ориентированный характер: 64,8% респондентов согласны с тем, что «человек несет ответственность только за себя и свои действия», и лишь 21,7% опрошенных высказались против. 57% участников исследования ощущают ее в отношении происходящего в их городе. Противоположной точки зрения придерживались 21,8%, а каждый пятый затруднился ответить на вопрос. Этот паттерн является наиболее проблематичным среди всех ценностных оснований консолидации.

Осуществленная в ходе проверки второй гипотезы попытка выявить связь между ответственностью (как паттерном, непосредственно «запускающим» консолидационный процесс) и доверием позволила установить: высокий уровень доверия к различным контрагентам городского пространства существенно влияет на ощущение ответственности за происходящее в городе только в случае, когда речь идет о доверии родственникам. Так, среди доверяющих им 60,1% респондентов

ощущают ответственность за происходящее в городе ($r = 0,864$ – высокая сила связи), тогда как среди респондентов, не доверяющих им, таких только 36,9% ($r = 0,571$ – средняя связь); друзьям и знакомым – 63,8% ($r = 0,675$ – средняя связь) и 41,3% ($r = 0,479$ – слабая связь) соответственно; соседям – 67,9% ($r = 0,547$ – средняя связь) и 41% ($r = 0,387$ – слабая связь); жителям города – 67,9% ($r = 0,491$ – слабая связь) и 43,4% ($r = 0,399$ – слабая связь); коллегам – 65,2% ($r = 0,569$ – средняя связь) и 49,7% ($r = 0,424$ – слабая связь); руководителю – 64,1% ($r = 0,604$ – средняя связь) и 46,4% ($r = 0,481$ – слабая связь); органам местной власти – 68,9% ($r = 0,526$ – средняя связь) и 44,2% ($r = 0,317$ – слабая связь); группам в социальных сетях – 68,1% ($r = 0,288$ – очень слабая связь) и 48,1% ($r = 0,264$ – очень слабая связь).

Полученные результаты дают основание для утверждения: установка на ответственность детерминирована у горожан уровнем межличностного доверия только в том случае, когда речь идет об отношениях на уровне соседско-родственного окружения. Однако это уже весьма существенно, поскольку высокий уровень доверия выявлен именно в пределах близкого радиуса взаимоотношений.

Исследование выявило высокий уровень зависимости паттерна доверия от паттерна справедливости: 91,4% респондентов, считающих организацию городской жизни справедливой, доверяют родственникам ($r = 0,912$ – очень высокая сила связи); 75,9% – друзьям и знакомым ($r = 0,729$ – высокая связь); 57,6% – соседям ($r = 0,638$ – средняя связь); 46,9% – горожанам в целом ($r = 0,406$ – слабая связь); 62,7% – коллегам ($r = 0,471$ – слабая связь); 65,1% – руководителю ($r = 0,532$ – средняя связь); 64,1% – органам местной власти ($r = 0,628$ – средняя связь); 49,6% – общественным организациям ($r = 0,475$ – слабая связь); 42,1% – группам в социальных сетях ($r = 0,367$ – слабая связь).

Среди тех, считают организацию жизни несправедливой, показатели доверия составляют соответственно: 77,7% – родственникам ($r = 0,346$ – слабая связь); 55,4% – друзьям и знакомым ($r = 0,431$ – слабая связь); 45,9% – соседям ($r = 0,268$ – очень слабая связь); 41,2% – горожанам ($r = 0,194$ – очень слабая связь); 43,2% – коллегам ($r = 0,361$ – слабая связь); 43,9% – руководителю ($r = 0,419$ – слабая связь); 45,3% – органам местной власти ($r = 0,357$ – слабая связь); 43,9% – общественным организациям ($r = 0,164$ – очень слабая связь); 43,2% – группам в социальных сетях ($r = 0,456$ – слабая связь).

Следовательно, паттерн справедливости не только сам по себе является для горожан довольно сильным триггером консолидационного процесса, через влияние на паттерн социального доверия он способен оказать воздействие на формирование «метпаттерна консолидации».

Паттерн справедливости взаимосвязан с паттерном городской идентичности. Так сильная связь установлена между показателями идентификации респондентов с городским сообществом и признанием справедливости организации жизни в муниципальном образовании, чаще приходится сталкиваться со справедливостью, чем с несправедливостью ($r = 0,811$ – сильная связь). При этом респонденты, идентифицирующие себя с городским сообществом, реже сетуют на несправедливость (слабая связь $r = 0,331$).

Выводы

Исключительная важность проблемы социальной консолидации, решение которой в значительной мере определяет перспективы воспроизводства и безопасности городских сообществ, придает ее обсуждению во многих случаях не научный, а политико-идеологический характер. В результате требования истины подменяются требованиями политической конъюнктуры, и анализ ее приобретает спекулятивный характер. В полной мере это относится к определению цен-

ностных оснований консолидации, нередко осуществляемому произвольно, без учета всей сложности проблемы.

Проведенное исследование позволяет, на наш взгляд, уточнить некоторые ее аспекты как теоретического, так и эмпирического характера.

Разумеется, выводы, полученные в ходе диагностики ситуации в городах трех приграничных регионов, специфика которых сегодня очевидна, не должны абсолютизироваться. К тому же ситуация даже в них самих меняется весьма динамично. Однако предложенное концептуальное решение, основанное на использовании понятия «паттерны», позволяет, по мнению авторов, внести в научную дискуссию элемент системности, понятийной определенности и эмпирической фундированности.

Конкретизация результатов исследования может быть выражена в следующих тезисах:

- консолидация как одна из форм социальной конъюнкции представляет собой ценностно детерминированный процесс;

- многообразие теоретических и эмпирических моделей консолидации предполагают дифференциацию ее ценностных оснований;

- в качестве таких оснований выступают ценностные паттерны, каждый из которых может интерпретироваться как комплекс устойчивых, семантически единых представлений, сложившихся на основе специфической конфигурации ценностей;

- применительно к городским сообществам можно констатировать особое значение для перспектив консолидации паттернов идентичности, справедливости, доверия и ответственности;

- анализ эмпирических данных, полученных в ходе диагностики городской среды, позволяет утверждать, что все они способны оказать существенное влияние на консолидацию, но за некоторым исключением паттерна доверия (в той ча-

сти, в какой оно характеризует отношения на микроуровне), все они недостаточно сформированы;

– рассмотренные паттерны потенциально связаны между собой; при этом наиболее значительным интегратором выступает паттерн справедливости;

– задача инициации и регулирования процесса консолидации в урбанизированной среде в рассматриваемом кон-

тексте предстает как задача утверждения в общественном сознании установок на локальную идентификацию горожан; повышения уровня доверия в пределах дальней социальной дистанции; формирования идеологемы ответственности за организацию городской жизни, но главное – последовательной реализации принципа социальной справедливости.

Список литературы

1. Вавилина Н. Д. Солидаризация как социальное явление и социальный процесс: региональный контекст // Регион: Экономика и Социология. 2019. № 3 (103). С. 164–194. <https://doi.org/10.15372/REG20190307>.
2. Социальная консолидация в обществе потребления: социальные ресурсы и механизмы управления в условиях российских реалий / Е. М. Харитонов, В. С. Пусько, А. В. Верещагина, В. И. Курбатов, А. В. Попов // Гуманитарий Юга России. 2019. Т. 8, № 4. С. 221–233. <https://doi.org/10.23683/2227-8656.2019.4.23>.
3. Левашов В. К. От Москвы до самых до окраин: резервы консолидации // Социологические исследования. 2018. № 11. С. 166–170. <https://doi.org/10.31857/S013216250002799-1>.
4. Чигрин В. А., Узунов В. В. Особенности социальной консолидации региональных сообществ Юга России // Гуманитарий Юга России. 2022. Т. 11, № 1. С. 150–159.
5. Вольтер В. О. Национальная идеология как фактор консолидации российского общества в условиях формирования нового миропорядка // Вестник Армавирского государственного педагогического университета. 2021. № 3. С. 67–72.
6. Черкашин М. Д. Доверие населения к органам власти как фактор социальной консолидации общества // Коммуникология: электронный научный журнал. 2019. Т. 4, № 3. С. 74–83.
7. Тихонова Н. Е. Средний класс как гарант стабильности и основа для консолидации российского общества // Социальные факторы консолидации российского общества: социологическое измерение / под ред. М. К. Горшкова. М.: Новый хронограф, 2010. С. 38–61.
8. Локосов В. В. Социально-экономические факторы консолидации российского общества: региональный аспект // Экономика региона. 2014. № 3. С. 74–82.
9. Бродовская Е. В. Контексты социального недовольства и деконсолидации в социальных медиа региональных кластеров РФ // Nomothetika: Философия. Социология. Право. 2022. Т. 47, № 4. С. 863–868. <https://doi.org/10.52575/2712-746X-2022-47-4-863-868>.
10. Селезнев П. С., Сургуладзе В. Ш. Цифровые вызовы социально-политической консолидации и коллективной идентичности общества // Век глобализации. 2021. № 4(40). С. 131–144. <https://doi.org/10.30884/vglob/2021.04.09>.
11. Кузнецов В. Н. О социологическом смысле идеологии консолидации: геокультурный аспект // Безопасность Евразии. 2003. № 3. С. 37.
12. Капто А. С. Объединяющие ценности социальной консолидации // Социально-гуманитарные знания. 2015. № 3. С. 256–265.
13. Трофимова И. Н. «Мегаполис» и «глубинка» как модели ценностных ориентаций и политических установок россиян // Социологическая наука и социальная практика. 2014. № 3(07). С. 60–78.
14. Павлова О. А. Социальная консолидация как условие и ресурс развития местного самоуправления. Региональные практики социальной консолидации: опыт и перспективы. Белгород: Белгородская областная типография, 2019. С. 4–18.
15. Мелвилл Д. Х. Социальный паттерн: методологическое исследование // Личность. Культура. Общество. 2011. Т. 13, вып. 1 (61–62). С. 34–47.

16. Boyd R. Culture and Cooperation. Chicago: Chicago University Press, 1990. P. 111–132.
17. Ридли М. Происхождение альтруизма и добродетели: от инстинктов к сотрудничеству. М.: Эксмо, 2014. С. 216.
18. Проханов А.А. В поисках русской мечты. М.: Книжный мир, 2019. С. 494.
19. Кравченко С. А. Нормальная аномия: контуры концепции // Социологические исследования. 2014. № 8. С. 10.
20. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб.: Наука, 2000. С. 158.
21. Восприятие базовых ценностей, факторов и структур социально-исторического развития России (по материалам исследований и апробации) / А. Д. Харичев, А. Ю. Шутов, А. В. Полосин, Е. Н. Соколова // Журнал политических исследований. 2022. Т. 6, № 3. С. 9-19. <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2022-6-3-9-19>.
22. Рогачев С. В., Ильичева М. В., Иванов А. В. Социальное доверие и процесс консолидации общества: новые возможности и риски // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2022. № 1. С. 129–140. <https://doi.org/10.24412/2071-6141-2022-1-129-140>.
23. Коньков А. Е. Актуальные механизмы гражданской солидарности в условиях вызовов цифровизации // Россия: тенденции и перспективы развития. 2021. № 16-1. С. 159–163.
24. Аносов С. М. Эффективность консолидации: социальная политика государства // Социология. 2021. № 2. С. 5–20.
25. Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс. 1998. 270 с.
26. Узунов В. В. Факторы социальной консолидации в региональных сообществах на Юге России // Caucasian Science Bridge. 2021. № 2. С. 56–70.
27. Коллективное «мы» или индивидуальное «я»: какую социализацию выбираем? / А. П. Абрамов, А. В. Ермаков, А. С. Чернов, Лю Цзэ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 1. С. 176–186.

References

1. Vavilina N. D. Solidarizatsiya kak sotsial'noe yavlenie i sotsial'nyi protsess: regional'nyi kontekst [Solidarization as a social phenomenon and social process: regional context]. *Region: Ekonomika i Sotsiologiya = Region: Economics and Sociology*, 2019, no. 3 (103), pp. 164–194. <https://doi.org/10.15372/REG20190307>
2. Kharitonov E. M., Pusko V. S., Vereshchagina A. V., Kurbatov V. I., Popov A. V. Sotsial'naya konsolidatsiya v obshchestve potrebleniya: sotsial'nye resursy i mekhanizmy upravleniya v usloviyakh rossiiskikh realii [Social consolidation in the consumer society: social resources and management mechanisms in the conditions of Russian realities]. *Gumanitarii Yuga Rossii = Humanities of the South of Russia*, 2019, vol. 8, no. 4, pp. 221–233. <https://doi.org/10.23683/2227-8656.2019.4.23>
3. Levashov V. K. Ot Moskvy do samykh do okrain: rezervy konsolidatsii [From Moscow to the outskirts: reserves of consolidation]. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Research*, 2018, no. 11, pp. 166–170. <https://doi.org/10.31857/S013216250002799-1>
4. Chigrin V. A., Uzunov V. V. Osobennosti sotsial'noi konsolidatsii regional'nykh soobshchestv Yuga Rossii [Features of social consolidation of regional communities of the South of Russia]. *Gumanitarii Yuga Rossii = Humanities of the South of Russia*, 2022, vol. 11, no. 1, pp. 150–159.
5. Voltaire V. O. Natsional'naya ideologiya kak faktor konsolidatsii rossiiskogo obshchestva v usloviyakh formirovaniya novogo miroponyadka [National ideology as a factor of consolidation of Russian society in the conditions of formation of a new world order]. *Vestnik Armavirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Bulletin of the Armavir State Pedagogical University*, 2021, no. 3, pp. 67–72.
6. Cherkashin M. D. Doverie naseleniya k organam vlasti kak faktor sotsial'noi konsolidatsii obshchestva [Public confidence in authorities as a factor of social consolidation of society]. *Kommunikologiya: elektronnyi nauchnyi zhurnal = Communicology: Electronic Scientific Journal*, 2019, vol. 4, no. 3, pp. 74–83.
7. Tikhonova N. E. Srednii klass kak garant stabil'nosti i osnova dlya konsolidatsii rossiiskogo obshchestva [The middle class as a guarantor of stability and the basis for the consolidation of Russian soci-

ety]. *Sotsial'nye faktory konsolidatsii rossiiskogo obshchestva: sotsiologicheskoe izmerenie* [Social factors of consolidation of Russian society: a sociological dimension]; ed. by M. K. Gorshkova. Moscow, Novy Chronograph Publ., 2010, pp. 38–61.

8. Lokosov V. V. *Sotsial'no-ekonomicheskie faktory konsolidatsii rossiiskogo obshchestva: regional'nyi aspekt* [Socio-economic factors of consolidation of Russian society: regional aspect]. *Ekonomika regiona = The Economy of the Region*, 2014, no. 3, pp. 74–82.

9. Brodovskaya E. V. Konteksty sotsial'nogo nedovol'stva i dekonsolidatsii v sotsial'nykh media regional'nykh klasterov RF [Contexts of social discontent and deconsolidation in social media of regional clusters of the Russian Federation]. *Nomothetika: Filosofiya. Sotsiologiya. Pravo = Nomothetika: Philosophy. Sociology. Right*, 2022, vol. 47, no. 4, pp. 863–868. <https://doi.org/10.52575/2712-746X-2022-47-4-863-868>

10. Seleznev P. S., Surguladze V. S. Tsifrovye vyzovy sotsial'no-politicheskoi konsolidatsii i kollektivnoi identichnosti obshchestva [Digital challenges of socio-political consolidation and collective identity of society]. *Vek globalizatsii = The Age of Globalization*, 2021, no. 4(40), pp. 131–144. <https://doi.org/10.30884/vglob/2021.04.09>

11. Kuznetsov V. N. O sotsiologicheskom smysle ideologii konsolidatsii: geokul'turnyi aspekt [On the sociological meaning of the ideology of consolidation: geocultural aspect]. *Bezopasnost' Evrazii = Security of Eurasia*, 2003, no. 3, p. 37.

12. Kapto A. S. Ob"edinyayushchie tsennosti sotsial'noi konsolidatsii [Unifying values of social consolidation]. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Socio-Humanitarian Knowledge*, 2015, no. 3, pp. 256–265.

13. Trofimova I. N. "Megapolis" i "glubinka" kak modeli tsennostnykh orientatsii i politicheskikh ustanovok rossiyan ["Megapolis" and "hinterland" as models of value orientations and political attitudes of Russians]. *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika = Sociological Science and Social Practice*, 2014, no. 3(07), pp. 60–78.

14. Pavlova O. A. *Sotsial'naya konsolidatsiya kak uslovie i resurs razvitiya mestnogo samoupravleniya. Regional'nye praktiki sotsial'noi konsolidatsii: opyt i perspektivy* [Social consolidation as a condition and resource for the development of local self-government. Regional practices of social consolidation: experience and prospects]. Belgorod, Belgorodskaya oblastnaya tipografiya Publ., 2019. pp. 4–18.

15. Melville D. H. Sotsial'nyi pattern: metodologicheskoe issledovanie [Social pattern: methodological research]. *Lichnost'. Kul'tura. Obshchestvo = Personality. Culture. Society*, 2011, vol. 13, is. 1 (61–62), pp. 34–47.

16. Boyd R. *Culture and Cooperation*. Chicago, Chicago University Press Publ., 1990, pp. 111–132.

17. Ridley M. Proiskhozhdenie al'truizma i dobrodeteli: ot instinktov k sotrudnichestvu [The Origin of altruism and virtue: from instincts to cooperation]. Moscow, Eksmo Publ., 2014, p. 216.

18. Prokhanov A. A. *V poiskakh russkoi mechty* [In search of the Russian dream]. Moscow, Book World Publ., 2019. p. 494.

19. Kravchenko S. A. Normal'naya anomiya: kontury kontseptsii [Normal anomie: contours of the concept]. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Research*, 2014, no. 8, p. 10.

20. Habermas Yu. Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deistvie [Moral consciousness and communicative action]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2000, p. 158.

21. Kharichev A. D., Shutov A. Yu., Polosin A. V., Sokolova E. N. Vospriyatie bazovykh tsennostei, faktorov i struktur sotsial'no-istoricheskogo razvitiya Rossii (po materialam issledovaniy i aprobatsii) [Perception of basic values, factors and structures of socio-historical development of Russia (based on research and approbation)]. *Zhurnal politicheskikh issledovaniy = Journal of Political Studies*, 2022, vol. 6, no. 3, pp. 9–19. <https://doi.org/10.12737/2587-6295-2022-6-3-9-19>

22. Rogachev S. V., Ilyicheva M. V., Ivanov A. V. Sotsial'noe doverie i protsess konsolidatsii obshchestva: novye vozmozhnosti i riski [Social trust and the process of consolidation of society: new opportunities and risks]. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta = Izvestiya Tula State University. Humanities*, 2022, no. 1, pp. 129–140. <https://doi.org/10.24412/2071-6141-2022-1-129-140>

23. Konkov A. E. Aktual'nye mekhanizmy grazhdanskoj solidarnosti v usloviyakh vyzovov tsifrovizatsii [Actual mechanisms of civil solidarity in the context of digitalization challenges]. *Rossiya: tendentsii i perspektivy razvitiya = Russia: Trends and Prospects of Development*, 2021, no. 16-1, pp. 159–163.

24. Anosov S. M. Effektivnost' konsolidatsii: sotsial'naya politika gosudarstva [Efficiency of consolidation: social policy of the state]. *Sotsiologiya = Sociology*, 2021, no. 2, pp. 5–20.

25. Parsons T. Sistema sovremennykh obshchestv [The system of modern societies]. Moscow, Aspect Press Publ., 1998. 270 p.

26. Uzunov V. V. Faktory sotsial'noi konsolidatsii v regional'nykh soobshchestvakh na Yuge Rossii [Factors of social consolidation in regional communities in the South of Russia]. *Caucasian Science Bridge = Caucasian Science Bridge*, 2021, no. 2, pp. 56–70.

27. Abramov A. P., Ermakov A. V., Chernov A. S., Tse Liu. Kollektivnoe "my" ili individual'noe "ya": kakuyu sotsializatsiyu vybiraem? [Collective "we" or individual "I": which socialization do we choose?]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2021, vol. 11, no. 1, pp. 176–186.

Информация об авторах / Information about the Authors

Бабинцев Валентин Павлович, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры социальных технологий и государственной службы, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: babintsev@bsu.edu.ru

Valentin P. Babintsev, Doctor of Sciences (Philosophy), Professor, Professor of the Department of Social Technologies and Public Service, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: babintsev@bsu.edu.ru

Серкина Яна Игоревна, доктор социологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: serkina_ya@bsu.edu.ru

Yana I. Serkina, Doctor of Sciences (Sociology), Associate Professor of the Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: serkina_ya@bsu.edu.ru

Ушамировский Алексей Эдуардович, доктор социологических наук, доцент, декан юридического факультета, Волжский институт экономики, педагогики и права, г. Волжский, Российская Федерация,
e-mail: aushamirskiy1973@mail.ru

Alexey E. Ushamirsky, Doctor of Sciences (Sociology), Associate Professor, Dean of the Faculty of Law, Volga Institute of Economics, Pedagogy and Law, Volzhsky, Russian Federation,
e-mail: aushamirskiy1973@mail.ru

Великих Павел Константинович, аналитик научно-исследовательской лаборатории развития гражданского общества, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: velikikh@bsu.edu.ru

Pavel K. Velikikh, Analyst of the Research Laboratory for the Development of Civil Society, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: velikikh@bsu.edu.ru

Оригинальная статья / Original article

УДК 316

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-212-223>**Метакомпетенции как ключевой фактор индивидуальной и командной эффективности****Т. Н. Каменева¹ ✉, В. А. Шевырев², П. Ш. Шихгафизов¹**

¹ Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
пр-т Ленинградский, д. 49/2, г. Москва 125167, Российская Федерация

² Белгородский государственный национальный исследовательский университет
ул. Победы, д. 85, г. Белгород 308015, Российская Федерация

✉ e-mail: kalibri0304@yandex.ru

Резюме

Актуальность. В статье рассматриваются вопросы, связанные с развитием метакомпетенций студентов вузов как ключевого фактора эффективности индивидуальной и командной работы. Развитие IT-технологий и изменение в системе социальных коммуникаций ведут к постоянному развитию компетенций, прежде всего метакомпетенций. При это происходит «разрыв» между уровнями госуправления, развитием технологий, персонала и социально-экономической сферы, что ведет к социальной катастрофе. Ликвидация такого «разрыва» возможна лишь при развитии компетенций персонала. Приводятся результаты конкретных исследований оценки эффективности индивидуальной и командной работы с помощью методов нелинейной динамики, многофакторного регрессионного и когнитивного моделирования.

Цель – дать представление о метакомпетенциях и моделях их практического использования в индивидуальной и командной работе.

Задачи: провести краткий анализ существующих компетентностных подходов, в т. ч. дать представление о неклассическом компетентностном подходе; «целостной модели компетенций», используемой в управлении развитием компетенций; дать представление об учебном ситуационном центре (УСЦ) как об эффективной игровой среде для развития компетенций; предложить схему синтеза научных, образовательных и управленческих практик, используемых в вузе; дать общее представление о различных видах социальных траекторий; дать представление об образовательно-карьерной траектории студента как одного из видов социальных траекторий, предназначенных для управления развитием компетенций.

Методология. При изучении данной темы были использованы: метод теоретического анализа источников исследования проблемы, иллюстративно-графический метод, метод сравнительного анализа, а также различные виды моделирования (нелинейная динамика процессов, многофакторное регрессионное и когнитивное моделирование).

Результаты. В статье представлен анализ результатов практических исследований в области всех используемых видов моделирования.

Вывод. В процессе формирования и развития метакомпетенций как индивидуальных, так и командных авторы предлагают использовать различные виды моделирования (систему моделей), предназначенные для управления метакомпетенциями в проектной работе.

Ключевые слова: метакомпетенции; компетентностный подход; «целостная модель компетенций»; образовательно-карьерная траектория; нелинейные динамические процессы; когнитивное моделирование; метод анализа иерархий Т. Саати.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Каменева Т. Н., Шевырев В. А., Шихгафизов П. Ш. Метакомпетенции как ключевой фактор индивидуальной и командной эффективности // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 212–223. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-212-223>.

Поступила в редакцию 17.02.2024

Принята к публикации 12.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Meta-Competencies as a Key Factor of Individual and Team Effectiveness

Tatiana N. Kameneva¹ ✉, Viktor A. Shevyrev², Pirmagomed Sh. Shikhgafizov¹

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation
49/2 Leningradsky Ave., Moscow 125167, Russian Federation

² Belgorod State National Research University
85 Pobedy Str., Belgorod 308015, Russian Federation

✉ e-mail: kalibri0304@yandex.ru

Abstract

Relevance. The article discusses issues related to the development of media competence of university students as a key factor in the effectiveness of individual and team work. The development of IT technologies and changes in the system of social communications lead to the constant development of competencies, primarily meta-competencies. At the same time, there is a "gap" between the levels of public administration, the development of technology, personnel and the socio-economic sphere, which leads to a social catastrophe. The elimination of such a "gap" is possible only with the development of staff competencies. The results of specific studies evaluating the effectiveness of individual and team work using methods of nonlinear dynamics, multifactorial regression and cognitive modeling are presented.

The purpose is to give an idea of meta-competencies and models of their practical use in individual and team work.

Objectives: to conduct a brief analysis of: existing competence-based approaches, including to give an idea of the non-classical competence approach; the "holistic competence model" used in the management of competence development; to give an idea of the educational situational center (USC) as an effective gaming environment for the development of competencies; to propose a scheme for the synthesis of scientific, educational and managerial practices used at the university; to give a general idea of the different types of social trajectories; to give an idea of the student's educational and career trajectory as one of the types of social trajectories designed to manage the development of competencies.

Methodology. In studying this topic, the following methods were used: the method of theoretical analysis of the sources of research of the problem, the illustrative-graphical method, the method of comparative analysis, as well as various types of modeling (nonlinear dynamics of processes, multifactorial regression and cognitive modeling).

Results. The article presents an analysis of the results of practical research in the field of all types of modeling used.

Conclusion. In the process of formation and development of meta-competencies, both individual and team, the authors propose to use various types of modeling (a system of models) designed to manage meta-competencies in project work.

Keywords: meta-competencies; competence approach; "holistic model of competencies"; educational and career trajectory; nonlinear dynamic processes; cognitive modeling; T. Saati hierarchy analysis method.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kameneva T. N., Shevyrev V. A., Shikhgafizov P. Sh. Meta-Competencies as a Key Factor of Individual and Team Effectiveness. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 212–223. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-212-223>.

Received 17.02.2023

Accepted 12.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

В современном мире знание является одним из наиболее востребованных элементом социальной жизни, оказывающим определяющее влияние на развитие общества. Возникают самые различные формы его расширенного воспроизводства, начиная от концепции У. Бека «другого модерна» и заканчивая теориями и концепциями постнеклассической науки В. С. Степина и постакадемической науки Дж. Зимана. Знание лежит в основе необходимых компетенций – общих, профессиональных и метакомпетенций, прежде всего когнитивных и коммуникативных (социальных). Следует учитывать, что для цифровой IT-экономики необходима разработка иных, новых образовательных стандартов, предполагающих обучение новым способам создания, фиксации и передачи знаний. Изменение ценностей и общественных предпочтений требует нового типа «человеческих ресурсов». Развитие IT-технологий, прежде всего роботизации платформ мобильной связи, технологий искусственного интеллекта, а также изменения в системе социальных коммуникаций ведут к постоянному развитию компетенций, при этом возникает «разрыв» между технологическим обеспечением работ и их выполненным объемом [1]. Разрыв между уровнями государственного управления, развитием технологий, персонала и экономики ведет к социальной катастрофе.

Решение этой проблемы лежит в области развития как индивидуальных, так и командных компетенций персонала.

Исследования в области компетентности, прежде всего в части ее социально-психологических аспектов, начались в XX в. и продолжаются в XXI в. (Д. МакКлелланд [2], Р. Бояцис [3], Дж. Равен [4], Л. Спенсер [5]). Вклад к разработке моделей компетенций внесли F. Le Deist, J. Winterton [6], B. Skrinjaric, P. Domadenik [7; 8], E. van Laara, A. J. A. M. van Deursena, J. A. G. M. van Dijkstra, J. de Haan [9], I. Ahmad, S. Sharma,

R. Singh, A. Gehlot, N. Priyadarshi, B. Twala [10], C. Chaka [11], B. Chigbu, V. Ngwevu, A. Jojo [12], а также в работах российских исследователей А. Я. Кибанова [13], Л. Раитской, Е. Тихоновой [14; 15], А. П. Абрамова, А. С. Чернова, А. В. Ермакова [16; 17], В. П. Бабинцева, М. А. Федотовой, Е. Н., Кулишова, Т. В. Попова [18; 19] и др. как одно из направлений акмеологии, развивая наиболее широкую трактовку компетентности (при этом профессиональная компетентность рассматривается как сложное структурное строение, включающее различные социально-психологические компоненты).

В 1982 г. Р. Бояцис создает «интегрированную модель» «компетенций менеджера, а в 1989 г. – классический компетентностный подход (К-подход). С точки зрения Л. М. Спенсер и С. М. Спенсер (1993 г.), компетенция (по методологии McClelland/McBer – JCA) представлялась как «любая индивидуальная особенность, которая может быть измерена или подсчитана, надежна и способна дифференцировать “превосходных” и “средних” исполнителей или эффективных и неэффективных», – предложена новая структура компетенций, включающая когнитивные поведенческие компоненты» [5].

Существуют различные компетентностные подходы:

1. Американский («поведенческий») подход – «эффективное взаимодействие индивидуума с окружением». По своему характеру компетенции определялись как «поведенческие и, в отличие от личностных свойств и уровня интеллекта, формировались путем практического научения (весьма спорное суждение)» [20].

2. Английский («функциональный») подход – «интегративная» модель (5 групп компетенций, включающих 5 уровней измерения – когнитивные, функциональные, этические, личностные, мета). «Интегративная» (комплексная Cheetham и Chivers, 1996–1998 гг.) мо-

дель профессиональной компетентности («британская традиция») [6] в дальнейшем критерии были дополнены поведенческими характеристиками.

3. Европейский (Германия, Франция, Австрия) – «интегрированный» подход, ориентированный на действия:

1) немецкая система управления приняла подход, который был ориентирован на компетенции действия;

2) французская система управления (с 80-х годов XX века) включает в себя три группы компетенций: а) теоретико-методологические (*savoir*); б) прагматические (*savoir-faire*); в) социально-коммуникативные (*savoir-etre*).

IPMA-модель (Международная ассоциация управления проектами – IPMA Competence Baseline) – технические, контекстные, поведенческие и дополнительная группа, выделяющая специфические требования проекта. В свою очередь представители американской ассоциация менеджмента (АМА) выделяют «пять групп компетенций: технологические, ресурсные, межличностные, информационные и системные» [6].

Можно сказать, что «американская» модель компетенций «отталкивалась» от поведенческих компетенций и далее – к функциональным, а «британская» развивалась от функциональных к поведенческим.

Материалы и методы

В настоящее время в социально-экономических исследованиях более широко используется «целостная модель компетенций» (ЦМК), включающая в себя когнитивные, функциональные, социальные и метакомпетенции (*metaskills*) [13].

Основываясь на целостной модели компетенций, можно разработать систему моделей, описывающих различные параметры как самих компетенций, так и эффективности индивидуальной и командной работы, зависящей от этих параметров. В данной статье для решение поставленной задачи авторы предлагают использовать методы когнитивного мо-

делирования и модели нелинейных процессов (уравнение Ферхюльста) как инструментов эффективного описания и анализа динамики процессов, происходящих в малых социальных группах (командах).

Специализированные игровые среды в учебных ситуационных центрах (УСЦ) высших учебных заведений в настоящее время наиболее активно развиваются в госуправлении, прежде всего в силовых структурах: министерство обороны, МЧС, ФСО, ФСБ и др., а также ключевых технологических корпорациях – Росатом, Россети, Сбербанк и др.

Ключевыми технологиями для развития компетенций в УСЦ являются когнитивно-коммуникативные технологии, позволяющие студентам развивать метанавыки, прежде всего, управление собственным ресурсным состоянием и вниманием (Google разработал лидерскую программу Search Inside Yourself – формирование ресурсных состояний через медитацию для инженерно-технического персонала, а система Wild Divine разработала программу биологической обратной связи (БОС), предназначенную для обучения практикам медитации). Российскими исследователями были разработаны специальные программные средства, позволяющие развивать когнитивно-коммуникативные компетенции как индивидуально (с учетом психофизиологических параметров обучаемого с использованием браслетов-биомониторов, позволяющих определять «включение» и адаптацию студентов в образовательный процесс), так и командно (программный комплекс «ТТРП-ЭВРИКА», свидетельство об официальной регистрации Федеральной службы РФ по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам № 2006610693). Одним из программных модулей, входящих в ПК, является модуль TeamCreator 2.0, позволяющий сформировать эффективную команду и управлять ею в проектной деятельности в режиме реального времени. Данный мо-

дуль включает в себя программы анализа социально-психологических тестов (МВТИ, ММРІ и др.) и управления командной работой в режиме реального времени с использованием технологии креативной коммуникации «6-ть шляп» Э. де Боно, «технологии системно-креативного мышления и системной аналитики» [21; 22], а также релаксационные инструменты (техники медитации). Учет данных параметров позволяет управлять эффективностью и продуктивностью когнитивно-коммуникативной работой студентов.

Результаты и их обсуждение

В качестве базовой модели динамики эффективности процесса обучения использовалась модель Ферхюльста:

$$X_{n+1} = X_n + aX_n(1 - X_n), \quad (1)$$

где X_n и X_{n+1} – значения целевого показателя динамики процесса (X_0 – исходное значение показателя), в нашем случае это эффективность и устойчивость работы студентов в аудитории на n -м и $n+1$ -м шагах (часах работы), при этом максимальное значение этого показателя равно единице, где a – коэффициент, характеризующий интенсивность, соотношенную с максимальным значением целевого показателя влияния структуры компетенций (общих, профессиональных и метакомпетенций) конкретного студента на эффективность его работы. Коэффициент a предлагается оценивать в виде линейной многофакторной регрессионной модели:

$$a = -0,41 + 5,37x_1 - 0,0045x_2 - 1,57x_3, \quad (2)$$

где x_1 , x_2 и x_3 – параметры, характеризующие долю (%) применения метакомпетенций (x_1), общих (x_2) и профессиональных (x_3) компетенций в процессе обучения.

В процессе моделирования исследовались три уровня продуктивности и устойчивости работы студента при различных значениях коэффициента a (слабый – 1,1; средний – 2; сильный – 2,8).

В результате моделирования были получены следующие сценарии.

Сценарий 1. Продуктивность и устойчивость учебного процесса при слабой интенсивности ($a = 1,1$): в общей структуре компетентности студента преобладают все виды компетентности приблизительно равны (30-35%) (рис. 1). Процесс обучения устойчив, с низким уровнем креативности и новизны. Студент воспринимает профессиональную информацию в полном объеме, но довольно однообразно, без ярких, запоминающихся примеров и парадоксов. Эффективность работы достигает максимально планируемого уровня за первые 30 мин, сверхусилия не отмечаются.

Сценарий 2. Продуктивность и устойчивость учебного процесса при средней интенсивности ($a = 2$): в общей структуре компетентности студента незначительно преобладают М-компетентности (0,45-0,55%), при этом уровень профессиональных и общих компетенций находится в пределах от 0,15 до 0,45% (рис. 2). Процесс восприятия информации и обучения пока еще достаточно устойчив, при этом его значения варьируются от 0,8 до 1,2, т. е. эффективность восприятия и понимания неустойчива. Студент воспринимает подаваемую информацию с элементами креативности, но при этом весьма вероятно возникновение эффектов эмоциональной и когнитивной усталости.

Сценарий 3. Продуктивность и устойчивость учебного процесса при сильной интенсивности ($a = 2,8$). Процесс становится неустойчивым, хотя и очень креативным и эмоционально привлекательным. Студент воспринимает информацию эмоционально, однако при этом теряется ее системность и снижается внимание (рис. 3).

Еще одним эффективным методом исследования индивидуальной и командной эффективности является когнитивное моделирование [23; 24].

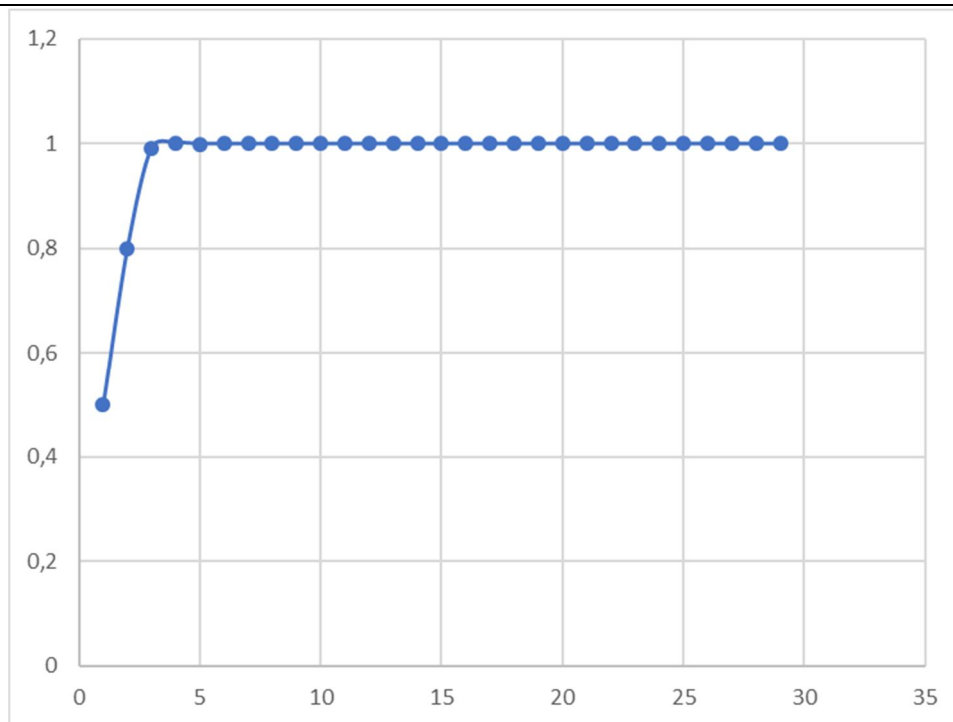


Рис. 1. Динамика процессов эффективности и устойчивости учебной работы при слабом коэффициенте a (1,1)

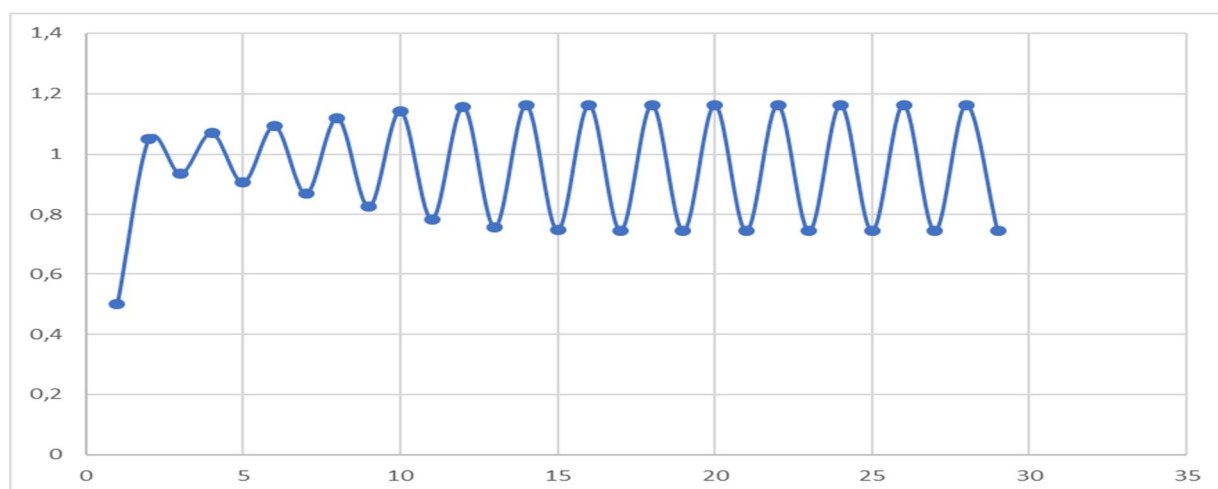


Рис. 2. Динамика процессов эффективности и устойчивости учебной работы при среднем коэффициенте a (2,0)

В этом случае строится граф когнитивной модели, состоящий из вершин и связей (прямых и обратных) между ними, оцениваются начальные значения вершин и сила связей (в нормированном режиме от 0 до ± 1).

На рисунке 4 приведен граф четкой когнитивной модели после использования в командной работе М-компетенций,

связанных с навыками: «релаксация», «креативность», «коммуникативная компетентность». Данный граф включает в себя две результирующие вершины: «эффективность» и «продуктивность» – работы команды студентов, а также связанные с ними вершины, характеризующие различные факторы, влияющие на результат: «функциональная компетент-

ность», «методологические ошибки», «коммуникационные ошибки», «выгора-

ние», «кросс-восприятие командных ролей» и т. д.

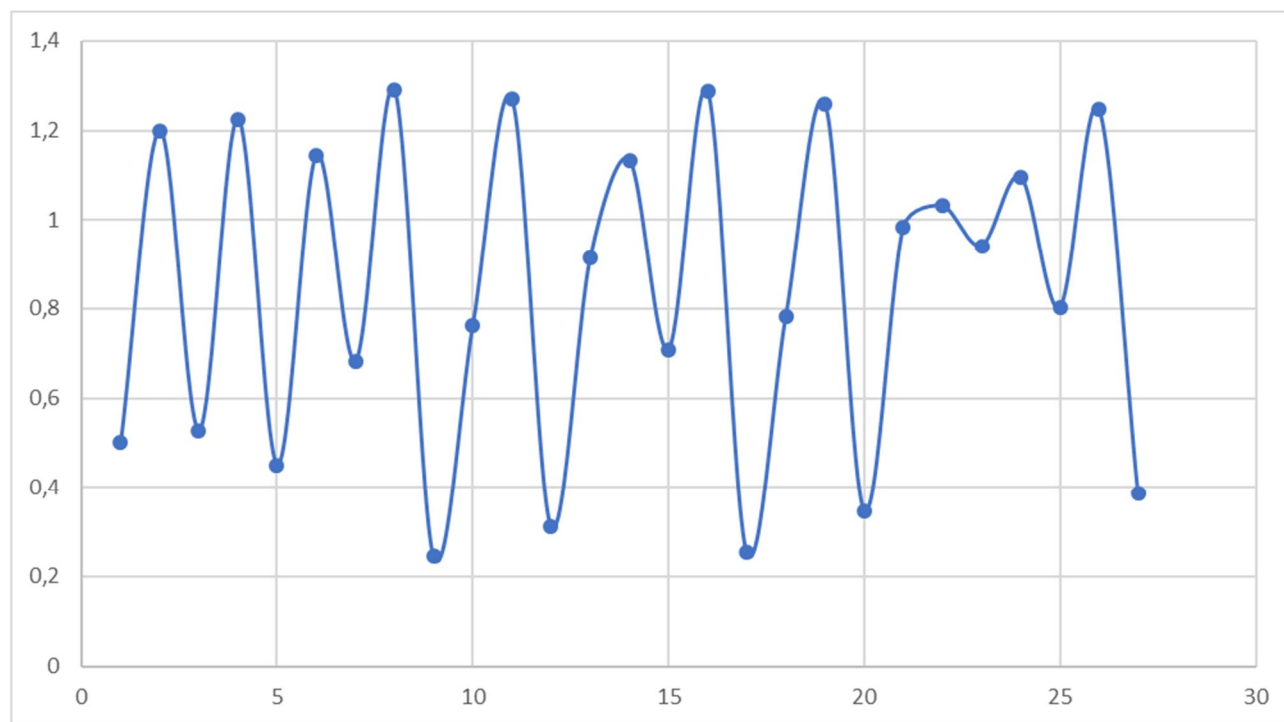


Рис. 3. Динамика процессов эффективности и устойчивости учебной работы при сильном коэффициенте α (2,8)

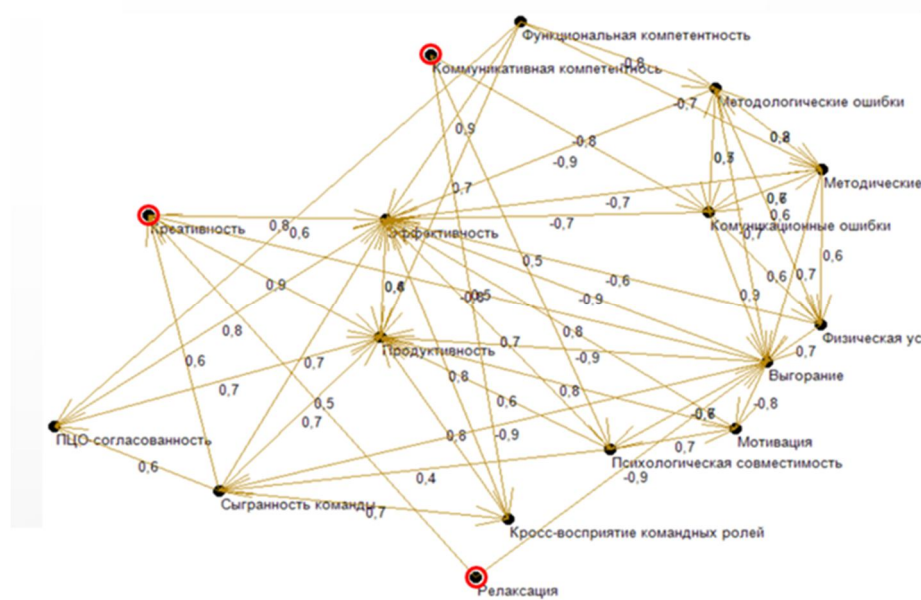


Рис. 4. График после введения М-компетенций: «релаксация», «креативность», «коммуникативная компетентность»

Анализируя результаты, полученные с помощью методов когнитивного моделирования, можно сделать вывод о том,

что резкое снижение эффективности работы команды происходит на 4-е часе работы, в этом случае происходит увеличе-

ние показателей «выгорание», «физическая усталость», как следствие растет количество и качество «методических», «методологических» и «коммуникационных» (в т. ч. конфликтов) ошибок, при этом снижается «ПЦО-согласованность» (согласованность участников команды по планируемым целям) и т. д.

Анализируя результаты когнитивного моделирования по данному графику, можно сделать вывод о том, что «общее выгорание» команды смещается на 3 часа эффективной работы (рост времени эффективной работы команды увеличивается на 57%), при этом остальные показатели достаточно стабильны.

Выводы

В заключение можно сделать следующие выводы:

1. В современном мире знание является одним из наиболее востребованных элементов социальной жизни, оказывающим определяющее влияние на развитие общества. Возникают самые различные формы его расширенного воспроизводства, при этом развитие цифровой ИТ-экономики требует формирования принципиально новых образовательных стандартов, меняются способы создания, фиксации и передачи знания.

2. Изменение ценностей и общественных предпочтений требует нового типа «человеческих ресурсов», изменения в системе социальных коммуникаций ведут к перманентному развитию компетенций, с одновременным возникновением «разрыва» между когнитивно-технологическим обеспечением деятельности и качеством и объемом выполненных работ. Последнее является основанием для возникновения социальных конфликтов различного рода.

3. Ликвидация данного «разрыва» связана с развитием индивидуальных и командных компетенций, прежде всего метакомпетенций.

4. В настоящее время существуют различные подходы к исследованию ком-

петенций (американский, английский, «интегрированный» европейский и др.).

5. Основываясь на «целостной модели компетенций», необходимо разработать систему моделей, включающих параметры как самих компетенций, так и эффективности индивидуальной командной работы. Для решения этой задачи авторы предлагают использовать методы когнитивного моделирования и модели нелинейных процессов (уравнение Ферхюльста).

6. Наиболее эффективной игровой средой для развития компетенций является учетный ситуационный центр вуза, ключевая задача которого заключается в формировании набора специальных «игр / кейсов», позволяющих студентам развивать различные виды компетенций.

7. Ключевой целью учебного ситуационного центра вуза является создание синергетического эффекта от синтеза научных, образовательных и управленческих практик.

8. В настоящее время УСЦ ориентированы на конкретную задачу – разрешение игровых проблемных ситуаций, позволяющих эффективно организовать работу команды, стимулируя ее сотворчество. Решение данной задачи предполагает реализацию нескольких этапов – диагностику студентов группы, формирование команд из студентов группы, поиск / разработка тем проектной работы, организация работы команд в УСЦ вуза.

9. Ключевыми технологиями для развития компетенций в УСЦ являются когнитивно-коммуникативные технологии, связанные с управлением собственными ресурсными состояниями и вниманием.

10. Когнитивно-коммуникативные технологии позволяют осуществлять объективный контроль развития компетенций, используя индивидуальную модель мышления и поведения студентов, управляя эффективностью его когнитивно-коммуникативной работой.

11. Эффективным инструментом развития компетенций студентов является

образовательно-карьерная траектория, позволяющая определять тактические и стратегические целеобразования.

12. Моделирование процесса управления образовательно-карьерными траекториями может эффективно осуществляться с использованием современных цифровых технологий и методов (метод

анализа иерархий Т. Саати, «слабый искусственный интеллект» – ДСМ-метод В. К. Финна, метод нелинейных процессов и когнитивного моделирования и др.), позволяющих создать гибридную систему моделей, характеризующую как индивидуальное, так и командное мышление и поведение студентов.

Список литературы

1. Константинов И. С., Федотова М. А., Инь Бинь. Информационно-аналитическое обеспечение метасценирования и стратегического планирования международными образовательными бизнес-проектами: результаты практических исследований // Информационные системы и технологии. 2020. № 4(120). С. 66–74.
2. Boyatzis R. E. The competent manager: a model for effective performance. New York: John Wiley & Sons, 1982. 328 p.
3. McClelland D. Identifying competencies with behavioural-event interviews // Psychological Science. 1998. N 9(5). P. 331–339.
4. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация. М.: Когито-Центр, 2002. 394 с.
5. Спенсер Л. М. Компетенции на работе. М.: HIPPO, 2005. 384 с.
6. Le Deist F. D., Winterton J. What is Competence? // Human Resource Development International. 2005. N 8(1). P. 27–46. <https://doi.org/10.1080/13678860420003382277>.
7. Skrinjaric B., Domadenik P. Examining the role of key competences in firm performance // International Journal of Manpower. 2019. N 41(4). P. 391–416. <https://doi.org/10.1108/IJM-10-2018-0349>.
8. Skrinjaric B. Competence-based approaches in organizational and individual context // Humanities and Social Sciences Communications. 2022. N 9(28). P. 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01047-1>.
9. Determinants of 21st-century digital skills: A large-scale survey among working professionals / E. Van Laar, A. J. A. M. van Deursena, J. A. G. M. van Dijka, J. de Haanb // Computers in Work Behavior. 2019. N 100. P. 93–104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.017>.
10. MOOC 5.0: A roadmap to the future of learning / I. Ahmad, S. Sharma, R. Singh, A. Gehlot, N. Priyadarshi, B. Twala // Sustainability (Switzerland). 2022. N 14(18). P. 11199. <https://doi.org/10.3390/su141811199>.
11. Chaka C. Is Education 4.0 a sufficient innovative, and disruptive educational trend to promote sustainable open education for higher education institutions? A review of literature trends // Frontiers in Education. 2022. N 7. P. 1–14. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.824976>.
12. Chigbu B., Ngwevu V., Jojo A. The effectiveness of innovative pedagogy in the industry 4.0: Educational ecosystem perspective // Social Sciences & Humanities Open. 2023. N 7(1). P. 100419. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100419>.
13. Кибанов А. Я. Управление персоналом: теория и практика. Компетентностный подход в управлении персоналом. М.: Проспект, 2012. 72 с.
14. Raitskaya L., Tikhonova E. Skills and Competencies in Higher Education and Beyond // Journal of Language and Education. 2019. N 5(4). P. 4–8. <https://doi.org/10.17323/jle.2019.10186>.
15. Tikhonova E., Raitskaya L. Education 4.0: The Concept, Skills, and Research // Journal of Language and Education. 2023. N 9. P. 5–11. <https://doi.org/10.17323/jle.2023.17001>.
16. Абрамов А. П. Социально-психологические модели социализации личности в условиях социальной неопределенности: взгляд социолога // Ученые записки. Электронный научный журнал Курского государственного университета. 2021. № 4 (60). С. 829–841.

17. Коллективное «Мы» или индивидуальное «Я»: какую социализацию выбираем? / А. П. Абрамов, А. В. Ермаков, А. С. Чернов, Лю Цзэ // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 1. С. 176–186.
18. Федотова М. А., Кулишов Е. Н. Формирование и управление развитием антикризисных команд в техносциальном пространстве с позиции компетентностного подхода // Russian economic bulletin. 2022. Т. 5, № 1. С. 56–63.
19. Analysis of team development strategies in the digital techno social space of the organization / V. P. Babintsev, M. A. Fedotova, E. N. Kulishov, T. V. Popov // International Journal of Early Childhood Special Education (INT-JECSE). 2022. N 14.
20. Tikhonova E., Raitskaya L. Education 4.0: The Concept, Skills, and Research // Journal of Language and Education. 2023. N 9(1). P. 5–11.
21. White R. Motivation reconsidered: the concept of competence // Psychological Review. 1959. N 66. P. 279–333.
22. Виноградов А. Н., Куршев Е. П. Интеллектуальные решения для системы стратегического управления и планирования // Системный анализ в проектировании и управлении: сборник научных трудов XXIV Международной научной и учебно-практической конференции: в 3 ч. СПб.: Политех-пресс, 2020. С. 311–318.
23. Системная аналитика в управлении. Введение в научно-исследовательскую программу / А. В. Шевырев [и др.]. Белгород: ЛитКараВан, 2016. 384 с.
24. Саати Т. Л. Относительное измерение и его обобщение в принятии решений. Почему парные сравнения являются ключевыми в математике для измерения неосознаваемых факторов // Cloud of Science. 2016. Т. 3, № 2. С. 171–262.

References

1. Konstantinov I. S., Fedotova M. A., In' Bin'. Informacionno-analiticheskoe obespechenie metascenirovaniya i strategicheskogo planirovaniya mezhdunarodnymi obrazovatel'nymi biznes-proektami: rezul'taty prakticheskikh issledovaniy [Information and analytical support for meta-staging and strategic planning of international educational business projects: results of practical research]. *Informacionnye sistemy i tekhnologii = Information Systems and Technologies*, 2020, vol. 4, no. 120, pp. 66–74.
2. Boyatzis R. E. The competent manager: a model for effective performance. New York, John Wiley & Sons Publ., 1982. 328 p.
3. McClelland D. Identifying competencies with behavioural-event interviews. *Psychological Science*, 1998, no. 9(5), pp. 331–339.
4. Raven Dzh. Kompetentnost' v sovremennom obshchestve: vyyavlenie, razvitie i realizaciya [Competence in modern society: identification, development and implementation]. Moscow, Kogito-Centr Publ., 2002. 394 p.
5. Spenser L. M. Kompetencii na rabote [Competencies at work]. Moscow, HIPPO Publ., 2005. 384 p.
6. Le Deist F. D., Winterton J. What is Competence? *Human Resource Development International*, 2005, no. 8(1), pp. 27–46. <https://doi.org/10.1080/13678860420003382277>
7. Skrinjaric B., Domadenik P. Examining the role of key competences in firm performance. *International Journal of Manpower*, 2019, no. 41(4), pp. 391–416. <https://doi.org/10.1108/IJM-10-2018-0349>
8. Skrinjaric B. Competence-based approaches in organizational and individual context. *Humanities and Social Sciences Communications*, 2022, no. 9(28), pp. 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01047-1>
9. Van Laar E., van Deursena A. J. A. M., van Dijkstra J. A. G. M., de Haanb J. Determinants of 21st-century digital skills: A large-scale survey among working professionals. *Computers in Work Behavior*, 2019, no. 100, pp. 93–104. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.017>

10. Ahmad I., Sharma S., Singh R., Gehlot A., Priyadarshi N., Twala B. MOOC 5.0: A roadmap to the future of learning. *Sustainability (Switzerland)*, 2022, no. 14(18), p. 11199. <https://doi.org/10.3390/su141811199>
11. Chaka C. Is Education 4.0 a sufficient innovative, and disruptive educational trend to promote sustainable open education for higher education institutions? A review of literature trends. *Frontiers in Education*, 2022, no. 7, pp. 1–14. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.824976>
12. Chigbu B., Ngwevu V., Jojo A. The effectiveness of innovative pedagogy in the industry 4.0: Educational ecosystem perspective. *Social Sciences & Humanities Open*, 2023, no. 7(1), p. 100419. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100419>
13. Kibanov A. Ya. Upravlenie personalom: teoriya i praktika. Kompetentnostnyj podhod v upravlenii personalom [Personnel management: theory and practice. Competence-based approach in personnel management]. Moscow, Prospekt Publ., 2012. 72 p.
14. Raitskaya L., Tikhonova E. Skills and Competencies in Higher Education and Beyond. *Journal of Language and Education*, 2019, no. 5(4), pp. 4–8. <https://doi.org/10.17323/jle.2019.10186>
15. Tikhonova E., Raitskaya, L. Education 4.0: The Concept, Skills, and Research. *Journal of Language and Education*, 2023, no. 9, pp. 5–11. <https://doi.org/10.17323/jle.2023.17001>
16. Abramov A. P. Social'no-psihologicheskie modeli socializacii lichnosti v usloviyah social'noj neopredelennosti: vzglyad sociologa [Socio-psychological models of personality socialization in conditions of social uncertainty: a sociologist's view]. *Uchenye zapiski. Elektronnyj nauchnyj zhurnal Kurskogo gosudarstvennogo universiteta = Scientific Notes. Electronic Scientific Journal of Kursk State University*, 2021, no. 4 (60), pp. 829–841.
17. Abramov A. P., Ermakov A. V., Chernov A. S., Lyu Cze. Kollektivnoe "My" ili individual'noe "Ya": kakuyu socializaciyu vybiraem? [Collective "We" or individual "I": which socialization do we choose?]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2021, vol. 11, no. 1, pp. 176–186.
18. Fedotova M. A., Kulishov E. N. Formirovanie i upravlenie razvitiem antikrizisnyh komand v tekhnosocial'nom prostranstve s pozicii kompetentnostnogo podhoda [Formation and management of development of anti-crisis teams in the technosocial space from the perspective of a competence approach]. *Russian Economic Bulletin*, 2022, vol. 5, no. 1, pp. 56–63.
19. Babintsev V. P., Fedotova M. A., Kulishov E. N., Popov T. V. Analysis of team development strategies in the digital techno social space of the organization. *International Journal of Early Childhood Special Education (INT-JECSE)*, 2022, no. 14.
20. Tikhonova E., Raitskaya L. Education 4.0: The Concept, Skills, and Research. *Journal of Language and Education*, 2023, no. 9(1), pp. 5–11.
21. White R. Motivation reconsidered: the concept of competence. *Psychological Review*, 1959, no. 66, pp. 279–333.
22. Vinogradov A. N., Kurshev E. P. [Intelligent solutions for the strategic management and planning system]. *Sistemnyi analiz v proektirovanii i upravlenii. Sbornik nauchnykh trudov XXIV Mezhdunarodnoi nauchnoi i uchebno-prakticheskoi konferentsii* [System analysis in design and management. Collection of scientific papers of the XXIV International Scientific and educational-practical conference]. St. Petersburg, Politekh-press Publ., 2020, pp. 311–318. (In Russ.)
23. Shevyrev A. V., eds. Sistemnaya analitika v upravlenii. Vvedenie v nauchno-issledovatel'skuyu programmu [System analytics in management. Introduction to the research program]. Belgorod, LitKara-Van Publ., 2016. 384 p.
24. Saati T. L. Otnositel'noe izmerenie i ego obobshchenie v prinyatii reshenij. Pochemu parnye sravneniya yavlyayutsya klyuchevymi v matematike dlya izmereniya neosyazaemykh faktorov [Relative measurement and its generalization in decision-making. Why paired comparisons are key in mathematics for measuring intangible factors]. *Cloud of Science*, 2016, vol. 3, no. 2, pp. 171–262.

Информация об авторах / Information about the Authors

Каменева Татьяна Николаевна, доктор социологических наук, профессор кафедры социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: kalibri0304@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-0250-2421

Tatyana N. Kameneva, Doctor of Sciences (Sociology), Professor of the Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, e-mail: kalibri0304@yandex.ru, ORCID: 0000-0002-0250-2421

Шевырев Виктор Анатольевич, аспирант кафедры социальных технологий и государственной службы, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Российская Федерация, e-mail: vi-fut@mail.ru, ORCID: 0009-0008-4154-2590

Viktor A. Shevirev, Post-Graduate Student of the Department of Social Technologies and Public Service, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation, e-mail: vi-fut@mail.ru, ORCID: 0009-0008-4154-2590

Шихгафизов Пирмагомед Шихмагомедович, кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: psshikhgafizov@fa.ru, ORCID: 0000-0002-9154-8877

Pirmagomed S. Shikhgafizov, Candidate of Sciences (Sociology), Associate Professor of the Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, e-mail: psshikhgafizov@fa.ru, ORCID: 0000-0002-9154-8877

ФИЛОСОФСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРИРОДЫ, ОБЩЕСТВА, ЧЕЛОВЕКА

PHILOSOPHICAL STUDY OF NATURE, SOCIETY AND HUMAN

Оригинальная статья / Original article

УДК 008.2, 101.1:316

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-224-235>



Цифровой народ: философско-правовое осмысление

А. В. Кравец¹ ✉

¹ Институт философии Российской академии наук
ул. Гончарная, д. 12/1, г. Москва 109240, Российская Федерация

✉ e-mail: 89031503674@mail.ru

Резюме

Актуальность. Понятие «народ» имеет системообразующее значение для современного политического устройства мира. Это объясняется исключительным правом народа на самоопределение. Иными словами, народ в пределах территории проживания является единственным источником власти, что позволяет ему организовывать государства, устанавливать правила поведения (законы) на своей территории. Развитие технологий сделало опыт взаимодействия с цифровым пространством частью обыденной жизни человека. Постепенное принятие цифровой реальности как основной закономерности формирует у пользователей потребность обустроить цифровую среду по образу и подобию физического мира. По мере развития межсубъектных цифровых отношений при наличии благоприятных условий качественно преобразуется характер связей между членами группы, что может сформировать у таких пользователей представление о своей группе как о цифровом народе.

Цель исследования заключается в изучении природы и перспектив цифрового народа, т. е. высокоорганизованных групп пользователей, установивших свои правила в определенном цифровом пространстве и оказывающих влияние на виртуальный и физический мир.

Задачи: концептуализация понятия «цифровой народ»; анализ исторических и философско-правовых оснований цифрового народа как явления; выявление сценариев развития межгрупповых отношений активных пользователей всемирной информационно-телекоммуникационной сети.

Методология исследования включает междисциплинарный и системный подход, метод исторического анализа.

Результаты. Проведен анализ исторических и философско-правовых оснований образования множества людей в народ, что позволило концептуализировать понятие «цифровой народ» как более сложное социально-политическое явление, зарождающееся на стыке виртуального и физического мира.

Выводы. Комплексный философско-методологический анализ феномена «цифровой народ» позволил выявить источник власти такой группы, протекающий из самой группы, и поэтому на этапе утверждения своих правил в пределах занимаемого цифрового пространства и/или утверждения цифрового государства такая группа не будет нуждаться в одобрении и согласовании со стороны третьих лиц.

Ключевые слова: народ; право на самоопределение; государство; цифровой народ; цифровой мир; цифровое государство.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

© Кравец А. В., 2024

Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент /
Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management. 2024; 14(2): 224–235

Для цитирования: Кравец А. В. Цифровой народ: философско-правовое осмысление // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 224–235. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-224-235>.

Поступила в редакцию 21.02.2024

Принята к публикации 18.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Digital People: Philosophical and Legal Understanding

Alexander V. Kravets¹ ✉

¹ Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences
12/1 Goncharnaya Str., Moscow 109240, Russian Federation

✉ e-mail: 89031503674@mail.ru

Abstract

Relevance. The concept of "people" has a system-forming significance for the modern political structure of the world. This is due to the exclusive right of the people to self-determination. In other words, the people within the territory of residence are the only source of power, which allows them to organize states, establish rules of conduct (laws) on their territory. The development of technology has made the experience of interacting with the digital space a part of everyday human life. The gradual adoption of digital reality as the main pattern will form the need for users to equip the digital environment in the image and likeness of the physical world. With the development of intersubjective digital relations, in the presence of favorable conditions, the nature of relations between group members is qualitatively transformed, which can form such users' idea of their group as a digital people.

The purpose of the study is to explore the nature and prospects of digital people, i.e. highly organized groups of users who have established their own rules in a certain digital space and influence the virtual and physical world.

Objectives: conceptualization of the concept of "digital people"; analysis of the historical, philosophical and legal foundations of the digital people as a phenomenon; identifying scenarios for the development of intergroup relations among active users of the global information and telecommunications network.

Methodology. The research methodology includes an interdisciplinary and systematic approach, a method of historical analysis.

Results. An analysis of the historical, philosophical and legal foundations of the formation of many people into a people was carried out, which made it possible to conceptualize the concept of "digital people" as a more complex socio-political phenomenon, emerging at the intersection of the virtual and physical world.

Conclusions. A comprehensive philosophical and methodological analysis of the phenomenon of digital people made it possible to identify the source of power of such a group, which stems from the group itself, and therefore, at the stage of establishing its rules within the occupied digital space and/or establishing a digital state, such a group will not need approval and approval from the outside third parties.

Keywords: people; right to self-determination; state; digital people; digital world; digital state.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kravets A. V. Digital People: Philosophical and Legal Understanding. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 224–235. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-224-235>.

Received 21.02.2024

Accepted 18.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

В статье цифровой народ рассматривается как одна из потенциально возможных ветвей развития части нашего общества (пользователей), активно взаимодей-

ствующего со всемирной информационно-телекоммуникационной сетью. Как следует из названия, эта группа, по крайней мере, по некоторым признакам должна соответствовать такой социаль-

ной общности людей, как народ. Поэтому междисциплинарный анализ категории «народ» необходимо предшествует раскрытию признаков «цифрового народа».

Народ является сложным социокультурным явлением, которое можно рассмотреть по меньшей мере с позиций системного анализа, биологии, философии, юриспруденции. Поэтому эффективность подобных изысканий во многом определяется корректностью дорожной карты исследования.

В качестве дорожной карты выбрано название картины¹. Поль Гоген в 1897–1898 гг. написал картину «Откуда мы пришли? Кто мы? Куда мы идём?». П. Гоген в художественной форме задает зрителю эти вопросы и сам в художественной форме отвечает на них. Если последовательно ответить на вопросы художника, принимая во внимания, что мы есть народ, то процесс философско-правового осмысления цифрового народа предстанет посильным делом.

В процессе исследования предполагается решение следующих задач:

1. Выявление оснований образования народа как группы живых существ (ответ на вопрос «Откуда мы пришли?»).

2. Философско-правовой анализ категории народ (ответ на вопрос «Кто мы?»).

3. Концептуализация признаков цифрового народа (ответ на вопрос «куда мы идём?»).

¹ Использование названия картины в качестве дорожной карты исследования объясняется предметом исследования. Справедливо было замечено в итоговом отчете экспертов по дальнейшему изучению концепции права народа для ЮНЕСКО, что полноценные исследования в этом направлении требуют участия не только экспертов-правоведов, но и специалистов из других областей (антропологические, социологические, психологические и другие исследования). Поэтому междисциплинарный анализа категории народ с позиции художника не менее состоятельный, чем более привычный с позиции юриста или социолога.

Материалы и методы

В настоящем исследовании будут использоваться междисциплинарный и системный подход, метод исторического анализа.

Результаты и их обсуждение

Откуда мы пришли? Мы дети природы, мы один из множества видов, населяющих нашу общую планету, за которую в ответе не только перед нашими потомками, но и перед другими видами и их будущими поколениями.

Пчелиный рой, стая волков, племя, народ и прочие общности живых существ имеют, по меньшей мере, одну общую черту – наличие правил поведения, позволяющих членам группы действовать согласованно. Причины, побуждающие животных разных видов придерживаться правил поведения в группе, разнообразны и зависят от множества факторов.

Всякая группа (семья, стая, племя, народ и т. п.) тем и отличается от индивидуальной особи, что может эффективно функционировать лишь при соблюдении членами группы правил поведения. Если члены группы по каким-то причинам перестают соблюдать правила поведения, то группа перестаёт существовать как цельный социальный организм. По мере развития группы усложняются взаимосогласованные действия особей, что необходимо порождает в группе потребность к соблюдению более сложных правил поведения. Племя, как и народ, состоит из множества людей, соблюдающих принятые нормы, если в племени алгоритм поведения закреплён в обычаях, то для народа, как социально-политического образования, одних обычаев будет недостаточно, в таком обществе в числе прочего нужны нормы права.

Причина отказа некоторых видов животных от зоологического индивидуализма в пользу зоологического объединения может быть объяснена, по мнению И. Ю. Семенова, отсутствием возможно-

сти удовлетворить свои инстинкты иным образом [1, с. 99]. Схожую причину объединения людей в государство приводит Аристотель: «Каждый из нас не может удовлетворить сам себя» [2, с. 80].

Проживание в составе группы, т. е. по ее правилам, очевиднейшим образом ограничивает действия членов этой группы. Несмотря на неудобства группового проживания, особенно для доминируемого, ограниченного в реализации своих потребностей доминирующим [1, с. 97], как правило, совокупный объем преимуществ от проживания в группе превалирует над возможностями особей этого же вида, ведущих индивидуальный образ жизни в схожих условиях.

Если допустить верность подходов, что проживание человека в группе есть объективная необходимость, позволившая нашему виду эффективно противостоять угрозам окружающей среды, а правила поведения в группе (необходимое ее условие) предоставили членам группы возможность действовать взаимосогласованно, то можно сделать вывод, что жизнеспособность группы зависит в числе прочего от способности группы вовремя трансформировать правила поведения в ответ на постоянно изменяющиеся условия жизни. Поэтому, например, движение суфражисток в начале XX в. имело открытых активных противников в политических кругах, а сегодня большинство конституций стран мира содержат положения о равных избирательных правах между всеми гражданами вне зависимости от пола.

Народ – общность живых существ – в основе своей содержит способность группы к адаптации, что является важнейшим условием жизнеспособности для нее. Одним из центростремительных факторов, препятствующих разложению современных народов на малые группы, является способность народов адекватно и своевременно преобразовывать нормы права (т. е. правила поведения). Разумеется, трудно найти общество, где все бы-

ли довольны своими законами, но сам факт существования подобной группы людей свидетельствует, что пока члены этой группы готовы мириться с установленными правилами поведения.

Кто мы? Мы – люди, живущие на одной планете и связанные общей историей. Подобный ответ может вызвать возражения, особенно в части общей истории, значит, люди разбиты на группы (например, народы), поэтому ответ, игнорирующий такое существенное обстоятельство, по меньшей мере не является полным.

Так как в настоящий момент люди, объединенные в один народ, представляют собой наиболее высокую степень организации по сравнению с иными формами организации людей в группы (род, племя, нация и т. п.), то представляется необходимым определить существенные признаки народа. Поставленный вопрос будет рассмотрен в трех плоскостях: с позиции мыслителей, международного права и отечественных конституционалистов. Необходимо отметить, что иногда понятие «народ» и «нация» воспринимаются как синонимы, что некорректно. Понятие «народ» шире по объему, чем понятие «нация», и в некоторых случаях в состав народа могут входить несколько наций (например, народ РФ).

Позиция философов

Уже в Древней Греции философы занимались осмыслением социальной реальности, причин, побуждающих людей жить вместе, и способов преобразования общественного уклада. Аристотель объяснял совместное проживание людей стремлением к общему благу [3, с. 375]. Платон предпринимал попытки разработать систему государственного устройства, основанного на справедливости [2].

Марк Тулий Цицерон, обзревая практику политических отношений в Древнем Риме с опорой на работы мыслителей Древней Греции, рассматривал государство как достояние народа, но

только такого народа, «...которого удерживает вместе согласие относительно прав...» [4, с. 69].

В период Средневековья Фома Аквинский объяснял естественную потребность человека быть частью государства (множества), так как человек – животное общественное и политическое [5, с. 96]. Традиция наделять натуру человека политической природой берет своё начало еще с трудов Аристотеля. Также Ф. Аквинский отмечает в качестве мотива к коллективному проживанию людей стремление к общему благу в силу ограниченности природы человека, не позволяющей достигать желаемого в одиночку.

Николо Макиавелли, рассматривая различные способы приобретения и удержания власти, отмечал, что государем можно стать в силу благоволения к этому граждан [6]. Идея рассматривать народ как источник власти не была новой, например, Платон тиранов рассматривал как «ставленников народа» [2, с. 294].

В эпоху Нового времени Томас Гоббс вывел первопричину возникновения государства – это отказ людей от естественного состояния войны всех против всех [7, с. 115]. Принятие идеи, что государство является творением народа, стало для Жан-Жака Руссо отправным пунктом в рассуждениях о праве народа при наличии возможности снять с себя ярмо подчинения государству, тем самым вернуть «...себе свою свободу по тому же праву, по какому она была у него отнята...» [8, с. 4].

Карл Маркс и Фридрих Энгельс рассматривали роль народа в государстве сквозь призму закона возрастающей роли народных масс [9, с. 90]. Если раньше роль народа можно было свести к условному «часовщику», который единожды запускает механизм государства, а далее не вмешивается в работу политической машины, то отныне народ способен не только образовать государство, но и активно принимать участие в его переустройстве.

Специфическим признаком государства, по Макс Веберу, является монопольное право на насилие в пределах определённой территории, но источником такого права является народ, наделяющий легитимным господством правителя (господствующий класс) [10, с. 43]. Понятие «господство» М. Вебер раскрывает как вероятность повиновения людей приказу определённого содержания [11, с. 109], а «легитимность» как «...готовность подчиняться установлениям...» [11, с. 95].

Признаки множества людей, объединенных в народ, были предметом рассмотрения многих философов, анализ подходов некоторых из них позволяет выявить частичное совпадение взглядов относительно черт народа (с учётом своей исторической эпохи), а именно:

- объединение людей в группы есть объективная необходимость;
- удовлетворение общих интересов (например, удовлетворения запроса на справедливость) усиливает группу;
- при определенных условиях группа может изменить свой уклад жизни;
- группа свободных людей может быть источником власти в пределах территории проживания.

Международно-правовой подход

В предметную область международного права входят правовые отношения между народами, что сразу наводит на мысль об ограниченном количестве субъектов, правомочных вступать в такие отношения, так как далеко не каждая группа людей имеет право на самоопределение, т. е. быть субъектом международного права и на равных с другими народами выступать на международной арене.

Первым соглашением, утвердившим правила взаимодействия между народами, был Вестфальский трактат 1684 года, заложивший основы концепции суверенитета (территориальная власть) и соотношения международного и внутригосударственного права, территориальной це-

лостности [12, с. 112]. В этот же исторический период Жан Боден, осмысляя концепцию суверенитет, выявляет пять основных признаков: «1. Назначение магистратов и определение их обязанностей и полномочий. 2. Принятие, отмена и обнародование законов. 3. Объявление войны и заключение мира. 4. Высшая судебная инстанция как для магистратов, так и для граждан. 5. Право помилования» [13, с. 102].

Важно подчеркнуть причину заключения Вестфальского трактата – это окончание Тридцатилетней войны, т. е. когда воюющие народы обоюдно пришли к мысли неэффективности войны как метода разрешения религиозных споров. Вестфальский трактат можно сравнить с общественным договором Т. Гоббса, оба соглашения являются результатом принятия идеи отсутствия военного превосходства у сторон конфликта.

Французскую Декларацию прав человека и гражданина от 26 августа 1789 года принято рассматривать как первое нормативное закрепление за народом статуса единственного источника власти: «Источник суверенитета зиждется по существу в нации. Никакая корпорация, ни один индивид не могут располагать властью, которая не исходит явно из этого источника» [14, с. 112].

В 1971 г. международная комиссия юристов, анализируя события в восточном Пакистане, пришла к выводу, что множество людей можно признать народом, если они имеют общие основания в таких сферах, как историческое, расовое и этническое, культурное или языковое, религиозное или идеологическое, географическое или территориальное, экономическое; при этом комиссия отмечает, что этот перечень не является исчерпывающим и ни один из перечисленных элементов сам по себе не может быть рассмотрен как существенный признак [15, с. 70].

В 1990 г. в Итоговом отчете экспертов по дальнейшему изучению концепции права народа для ЮНЕСКО были

отражены признаки народа: «... группа отдельных людей, обладающих некоторыми или всеми из следующих общих черт: (а) общая историческая традиция; (б) расовая или этническая принадлежность; (с) культурная однородность; (г) языковое единство; (е) религиозная или идеологическая близость; (е) территориальная связь; (г) совместная экономическая жизнь» [16, с. 7]. Экспертами была отмечена принципиальная важность рассматриваемого вопроса, так как неверное толкование категории «народ» может спровоцировать волну сепаратизма в разных частях света, прикрываемого правом народа на самоопределение, по этой причине к дальнейшим исследованиям нужно привлекать «не только экспертов-правоведов, но и антропологические, социологические, психологические и другие исследования, помогающие определить значение народа...» [16, с. 7].

В насущном вопросе для международных организаций о признаках народа избран подход «открытого списка», где ни один признак сам по себе не является существенным, и в зависимости от ситуаций перечень оснований для признания группы народом может меняться. Международно-правовая бюрократическая машина при разрешении территориальных споров балансирует между правом народа на самоопределение и отсутствием такого права у сепаратистов, т. е. группы людей, не являющихся народом. Поэтому этот вопрос не может иметь простого решения в виде перечня обязательных признаков, так как в этот список по формальным основаниям могут попасть группы, не являющиеся народом, либо, наоборот, какой-нибудь народ может быть лишен международной субъектности.

Позиция конституционалистов

Обладатель всей полноты власти в РФ указан первой строке преамбулы Конституции: «Мы, многонациональный народ Российской Федерации...». Власть

народа проистекает из народа и для народа, при этом народ не нуждается в дозволении кого-либо в реализации намерения организовать в единую социальную систему (государство) и утвердить свои правила поведения (законы) на определенной территории. На это можно вполне резонно возразить, что на политической карте мира существуют более десяти ограниченно признанных государств (т. е. их признают не все члены ООН, например, Государство Израиль не признают 19 членов ООН), в этих непризнанных государствах народы также провозгласили о создании своего государства, но признанными государствами они не стали. Это противоречие преодолевается встречным вопросом: для кого народ утверждает своё государство? Как правило, цель народа при утверждении государства – установление своих порядков на своей земле, что никак не корреспондируется с мнением иных народов по этому поводу.

Н. Н. Аверьянова определяет общую конституционную правосубъектность народа как носителя суверенитета и единственного источника власти в стране, поэтому народ «...является самостоятельным и отдельным субъектом конституционно-правовых отношений» [17, с. 39].

Согласно позиции Т. Я. Хабриевой, народ является единственным источником власти в государстве, если народ признается носителем суверенитета [18, с. 56]. Народ не всегда обладает достаточной степенью свободы, например, в результате порабощения вражескими силами, поэтому в такие исторические этапы нельзя говорить о суверенитете народа.

Д. С. Велиева отмечает, что не каждое решение группы будет признаваться народным, это зависит от количества лиц, вовлеченных в процесс принятия решения; если решение принято меньшинством, то оно не будет порождать правового последствия для всей группы [19, с. 17].

Прогрессивным представляется подход В. Д. Зорькина, включающего в конституционно-правовое понимание народа не только ныне живущих, но и последующие поколения [20, с. 13].

Г. Н. Емцов, опираясь на работы Герберта Харта, исследует вопрос кризиса власти, когда власть утрачивает легитимность, но при этом остается легальной [21, с. 215]. Иными словами, по формально-юридическим критериям глава государства занимает должность на законных основаниях, но народ не выражает покорность исполнять его законные требования. Г. Л. А. Харт называет такое положение, как «патология права», т. е. в государстве не существует общего повиновения правилам, признаваемым на официальном уровне [22, с. 122].

Ю. Скуратов полагает, что проявление правового идеализма, подпитывающего правовую иллюзию о решающей роли юридического документа в деле формирования народа, является ошибочным подходом [23, с. 22].

Обобщенный анализ позиций некоторых конституционалистов согласуется с международно-правовым подходом: право народа на самоопределение основано на власти народа по своему усмотрению устраивать свою жизнь и жизнь своих потомков на своей земле. Опыт существования ограниченно признанных государств свидетельствует, что власть одного народа в пределах своей земли не может быть ограничена мнением иного народа или международной организации.

Куда мы идём? Мы заселяем цифровой мир.

Заселение сетевого мира коренным образом отличается от времен великих географических открытий, когда люди месяцами готовились к экспедиции, перед тем как отправиться в опасное путешествие. Ежедневное обращение к цифровому пространству не требует особых усилий, так как нам, например, не требуется швартовать канаты на палубе, и в мире цифры относительно безопасно. Во

всяком случае при открытии страницы в соцсетях мы не рискуем заболеть цингой. И все же каждый клик по экрану мобильного устройства – это еще один удар ледоруба цифрового альпиниста, взбирающегося на вершину горы сетевого информационного пространства.

Чем больше человек взаимодействует с цифровым миром, тем привычней он для него становится. Например, некая бабушка, разделённая многими тысячами километров со своим внуком, поздравляет его с днём рождения посредством видеосвязи. Ментально в момент поздравления бабушка и внук находятся рядом, но телесно они недостижимы. Человек там, где его внимание, а значит, бабушка и внук в момент общения находятся в едином цифровом пространстве.

Каждый акт взаимодействия с цифровым миром будет постепенно вытеснять из поля внимания человека телесный мир, снижать его значимость до уровня удовлетворения естественных потребностей.

В. Г. Буданов и В. И. Аршинов справедливо отмечают, что мир находится в состоянии большого антропологического перехода, вызванного бурным развитием цифровых технологий, неизбежно изменяющих образ жизни человека [24, с. 43].

Под влиянием и техно-социо-антропо-сферы вокруг человека сформировалась новая реальность, что, по М. Р. Бургете Аяла, стало причиной трансформации понимания его сущности [25, с. 43].

Получается замкнутый круг: человек приспособливает окружающую среду, а окружающая среда трансформирует человека. Человек склонен подстраиваться под окружающую среду в пределах своих интересов, если принятие цифрового гражданства или утверждение цифрового государства соответствует интересам человека, тогда он примет эту идею и будет активно за неё бороться. Поэтому идея цифрового народа, заселяющего цифровое пространство, фактически является

ответной реакцией человека на изменившуюся среду. Причин для цифрового объединения у человека множество, например, в поисках защиты от тотального цифрового надзора со стороны традиционных государств.

История с бабушкой может показаться неубедительной для вывода о перспективе возникновения у пользователей сети Интернет потребности объединяться в цифровые народы, которые в цифровом пространстве будут образовывать цифровые государства, и одним из основных контрвозражений может стать то обстоятельство, что *у цифрового народа нет своей земли*, а значит, это просто иллюзии эскапистов, не сумевших приспособиться в реальном мире и пытающихся как-то реализоваться за счёт иллюзорных миров.

Апелляция к земле – весомый аргумент, поэтому требует некоторых пояснений: безусловно, всякому народу для утверждения своего порядка нужно пространство, но разница в том, что традиционному народу нужно пространство земли, а цифровому нужно цифровое пространство. А если предположить, что серверы с данными цифрового государства будут вынесены в нейтральные воды или на околоземную орбиту, тогда ни у одного правительства не будет каких-либо территориальных притязаний к цифровому государству.

Достаточно убедительными выглядят тенденции последних лет на создание квазигосударств, например, Google-ments – остров Google, первое корпоративное государство, или Seasteading Institute (Институт Систейдинга), – проект стыкующихся плавучих жилых модулей для сообщества эффективных бизнесменов, или Freedom Ship International (Свободный международный корабль) – проект 25-палубного корабля для жизни и реализации смелых бизнес-задач [26, с. 130]. Нельзя исключать, что у некоторых создателей квазигосударств не на последнем месте стоят задачи по сниже-

нию налоговых издержек либо преодолению правовых запретов на проведение недопустимых экспериментов, например, в сфере генной инженерии.

Как было показано ранее: а) объединение людей в группы является актом необходимым; б) эволюция внутригрупповых отношений – процесс закономерный, а значит, при благоприятных условиях некоторые группы могут развиваться до народа, т. е. высокоорганизованной политико-социальной структуры; в) народ является единственным источником власти в пределах пространства своего обитания, и ему не нужно дозволение извне, чтобы утвердить своё государство; г) техно-социо-антропо-сферы формируют у пользователя эффект реальности цифрового пространства; д) цифровое пространство как место преимущественного ментального пребывания человека постепенно будет вытеснять телесную реальность и снижать её значение для человека.

Еще один контраргумент о несостоятельности цифрового народа как явления сводится к тому, что в мире уже давно огромное количество пользователей подменили жизнь «земную» на «цифровую обитель», при этом остальному населению земли индифферентно, кем являются активные пользователи в своём цифровом пространстве.

Пока группа пользователей, объединённая общим интересом в цифровом пространстве, не оказывает влияние на деятельность государств, это объединение можно игнорировать. Но как чиновникам следует относиться к таким цифровым проявлениям, как даркнет («скрытый интернет») или криптовалюта? Очевидно, что даркнет, равно как и черный рынок, – проявление теневой экономики, которая объективно существует, несмотря на правительственные запреты. Легко понять первоначальную позицию многих центробанков стран мира, пытавшихся запретить оборот криптовалюты, а в итоге многим пришлось

отказаться от стратегии запрета из-за отсутствия соответствующей технической возможности. Необходимо констатировать, что уже сегодня некоторые группы цифрового сообщества могут оказывать влияние на государство и общество, а если учесть стремление всякой группы усиливать свое положение, то рано или поздно у финансово-успешных цифровых групп необходимо возникнет потребность иметь большее влияние за пределами цифрового пространства, для чего им потребуется переосмыслить свою групповую самоидентификацию, придать своей группе качественно иной смысл. Осознание пользователем идеи, что его цифровая группа является фактором не только в цифровом, но и реальном мире, с которым иные вынуждены считаться, наполнит пользователя подлинной верой в наличии власти у группы. Как отмечалось ранее, власть народа на утверждении государства проистекает из народа, тем самым коллективное осознание своей власти предшествует образованию государства, схожий принцип заложен в образовании цифрового государства. Понимание потенциальных возможностей цифровой группы стало причиной особого контроля со стороны китайского правительства, рассматривающего инициативы пользователей с позиции государственной пользы [27, с. 226].

Выводы

В настоящий момент отсутствует правовое обоснование или нормативно установленные критерии для определения группы лиц в качестве цифрового народа, что может послужить поводом для признания несостоятельной какой-либо дискуссии по этому поводу, но проявление правового идеализма, подпитывающего правовую иллюзию о решающей роли юридического документа в деле формирования народа, является ошибочным подходом.

Цифровой народ поступит по образу и подобию наших предков, т. е. как обычный

народ *при первом же удобном случае*, не-
взирая на иное мнение, провозгласит о со-
здании своего цифрового государства, спо-

собного оказывать влияния на цифровое и
материальное пространство (в первую оче-
редь на общество и государство).

Список литературы

1. Семенов Ю. И. Как возникло человечество. 2-е изд. М.: Государственная публичная историческая библиотека России, 2002. 790 с.
2. Платон. Государство. М.: Академический проект, 2015. 398 с.
3. Аристотель. Сочинения: в 4 т. / под общ. ред. А. И. Доватура. М.: Мысль, 1983. 830 с.
4. Цицерон М. Т. Диалоги: О государстве. О законах. М.: Наука, 1966. 224 с.
5. Аквински Ф. О королевской власти к королю Кипра, или О правлении князей // Социологическое обозрение. 2016. Т. 15, № 2. С. 96–126.
6. Макиавелли Н. Государь. М.: Абрис, 2017. 302 с.
7. Гоббс Т. Левиафан или материя, форма и власть государства церковного и гражданского / под ред. А. Ческиса. М.: Соцэкгиз, 1936. 503 с.
8. Руссо Ж.-Ж. Об общественном договоре или Принципы политического права. М.: Соцэкгиз, 1938. 124 с.
9. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. М.: Государственное издательство, 1955. Т. 2. 668 с.
10. Вебер М. Политика как призвание и профессия. М.: РИПОЛ классик, 2020. 292 с.
11. Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии: в 4 т. / под ред. Л. Г. Ионина. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. Т. 1. 445 с.
12. Сафонов В. Е. Вестфальский трактат 1648 года и его влияние на формирование принципов международного права // Гражданин. Выборы. Власть. 2021. № 2. С. 110–117.
13. Силина Е. В. Теория суверенитета Жана Бодена как политикофилософское обоснование концепции национальных государств // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Право. 2021. № 3 (46). С. 100–106.
14. Конституции и законодательные акты буржуазных государств XVII-XIX вв. Англия, США, Франция, Италия, Германия: сборник документов / под ред. П. Н. Галанзы. М.: Госюриздат, 1957. 587 с.
15. International Commission of Jurists, Events in East Pakistan, 1971: A legal Study. International Commission of Jurists, 1972. 98 p.
16. Final Report and Recommendations. URL: <https://burmalibrary.org/sites/burmalibrary.org/files/obl> (дата обращения: 18.01.2024).
17. Аверьянова Н. Н. Конституционная правосубъектность «народа» как обладателя права на землю // Журнал российского права. 2017. № 4 (244). С. 38–44.
18. Хабриева Т. Я. Доктринальное значение российской Конституции // Журнал российского права. 2009. № 2. С. 34–38.
19. Велиева Д. С. Конституционная правосубъектность народов Российской Федерации в контексте демократического государства // Конституционное и муниципальное право. 2015. № 6. С. 17–20.
20. Зорькин В. Д. Правовое будущее России // Журнал российского права. 2011. Вып. 10 (178). С. 7–16.
21. Емцов Г. Н. О политико-правовой природе гражданских войн // Евразийский юридический журнал. 2014. № 11 (78). С. 214–215.
22. Харт Г. Л. А. Понятие права / под общ. ред. Е. В. Афонасина и С. В. Моисеева. СПб.: Издательство Санкт-Петербургского университета, 2007. 302 с.
23. Буданов В. Г., Аршинов В. И. Большой антропологический переход: методология сложностно-сетевого мышления: монография. Курск: Университетская книга, 2022. 129 с.
24. Категория «народ» в конституционном праве России (евразийские традиции и современность) / Ю. Скуратов [и др.] // Lex russica. 2017. № 10 (131). С. 9–26.
25. Бургете Аяла М. Р. Взгляд на начало пути // Вопросы философии. 2021. № 11. С. 43–46.

26. Фёдоров О. С. Характеристика проектов создания новых виртуальных государств // Локус: люди, общество, культуры, смыслы. 2017. № 2 С. 129–135.
27. Аршинов В. И., Буданов В. Г. Сетевая цивилизация и природа Большого антропологического перехода // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 1. С. 220–231.

References

1. Semenov Iu. I. Kak vzniklo chelovechestvo [How humanity arose]. 2nd ed. Moscow, Gosudarstvennaya publichnaya istoricheskaya biblioteka Rossii Publ., 2002. 790 p.
2. Platon. Gosudarstvo [State]. Moscow, Akademicheskii proekt Publ., 2015. 398 p.
3. Aristotel. Sochineniia [Works]; ed. by of A. I. Dovatura. Moscow, Mysl Publ., 1983. 830 p.
4. Tsitseron M. T. Dialogi: O gosudarstve. O zakonakh [Dialogues: About the State. About laws]. Moscow, Nauka Publ., 1966. 224 p.
5. Akvinski F. O korolevskoi vlasti k koroliu Kipra ili O pravlenii kniazei [On royal power to the king of Cyprus, or on the rule of princes]. *Sotsiologicheskoe Obozrenie = Sociological Review*, 2016, vol. 15, no. 2, pp. 96–126.
6. Makiavelli N. Gosudar [The Sovereign.]. Moscow, Abris Publ., 2017. 302 p.
7. Gobbs T. Levianfan ili materiia forma i vlast gosudarstva tserkovnogo i grazhdanskogo [Leviathan or matter, form and power of the church and civil state]; ed. by A. Cheskis. Moscow, Sotsekgiz Publ., 1936. 503 p.
8. Russo Zh-Zh. Ob obshchestvennom dogovore ili Printsipy politicheskogo prava [On the social contract or Principles of political law]. Moscow, Sotsekgiz Publ., 1938. 124 p.
9. Marks K., Engels F. Sochineniia [Works]. 2nd ed. Moscow, Gosudarstvennoe izdatel'stvo Publ., 1955, vol. 2. 668 p.
10. Veber M. Politika kak prizvanie i professiia [Politics as a calling and profession]. Moscow, RIPOl klassik Publ., 2020. 292 p.
11. Veber M. Khoziaistvo i obshchestvo ocherki ponimaiushchei sotsiologii [Economy and Society: Essays on Understanding Sociology]; ed. by L. G. Ionina. Moscow, Izdatel'skii dom Vysshei shkoly ekonomiki Publ., 2016, vol. 1. 445 p.
12. Safonov V. E. Vestfalskii traktat 1648 goda i ego vliianie na formirovanie printsipov mezhdunarodnogo prava [Westphalian Treaty of 1648 and its influence on the formation of the principles of international law]. *Grazhdanin Vybory Vlast = Citizen. Elections. Power*, 2021, no. 2, pp. 110–117.
13. Silina E. V. Teoriia suvereniteta Zhana Bodena kak politikofilosofskoe obosnovanie kontseptsii natsionalnykh gosudarstv [Bodin's theory of sovereignty as a political and philosophical justification for the concept of national states]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta Seriya Pravo = Bulletin of Voronezh State University. Series: Law*, 2021, no. 3(46), pp. 100–106.
14. Konstitutsii i zakonodatelnye akty burzhuaiznykh gosudarstv XVII-XIX vv Angliia SSHA Frantsiia Italiia Germaniia. Sbornik dokumentov [Constitutions and legislative acts of bourgeois states of the 17th-19th centuries. England, USA, France, Italy, Germany: Collection of documents]; ed. by P. N. Galanza. Moscow, Gosyurizdat Publ., 1957. 587 p.
15. International Commission of Jurists, Events in East Pakistan, 1971: A legal Study. International Commission of Jurists, 1972. 98 p.
16. Final Report and Recommendations. Available at: <https://burmalibrary.org/sites/burmalibrary.org/files/obl>. (accessed 18.01.2024)
17. Averianova N. N. Konstitutsionnaia pravosubieektnost naroda kak obladatelia prava na zemliu [Constitutional legal personality of the "people" as the holder of the right to land]. *Zhurnal rossiiskogo prava = Journal of Russian Law*, 2017, no. 4 (244), pp. 38–44.
18. Khabrieva T. Ia. Doktrinalnoe znachenie rossiiskoi Konstitutsii [Doctrinal significance of the Russian Constitution]. *Zhurnal rossiiskogo prava = Journal of Russian Law*, 2009, no. 2, pp. 34–38.
19. Velieva D. S. Konstitutsionnaia pravosubieektnost narodov Rossiiskoi Federatsii v kontekste demokraticeskogo gosudarstva [Constitutional legal personality of the peoples of the Russian Federation in the context of a democratic state]. *Konstitutsionnoe i munitsipalnoe parvo = Constitutional and Municipal law*, 2015, no. 6, pp. 17–20.

20. Zorkin V. D. Pravovoe budushchee Rossii [Legal future of Russia]. *Zhurnal rossiiskogo prava* = *Journal of Russian Law*, 2011, is. 10(178), pp. 7–16.
21. Emtsov G. N. O politiko-pravovoi prirode grazhdanskikh voyn [On the political and legal nature of civil wars]. *Evrasiiskii iuridicheskii zhurnal* = *Eurasian Legal Journal*, 2014, no. 11 (78), pp. 214–215.
22. Khart G. L. A. Poniatie prava [The concept of law]; ed. by E. V. Afonasina and S. V. Moiseeva. St. Petersburg, St. Petersburg State University Publ., 2007. 302 p.
23. Budanov V. G., Arshinov V. I. Bolshoi antropologicheskii perekhod metodologii slozhnostnosetevogo myshleniia [Great anthropological transition: methodology of complex network thinking]. Kursk, Universitetskaia kniga Publ., 2022. 129 p.
24. Skuratov I. U., eds. Kategorii "narod" v konstitutsionnom prave Rossii (evraziiskie traditsii i sovremennost) [The category "people" in the constitutional law of Russia (Eurasian traditions and modernity)]. *Lex russica*, 2017, no. 10 (131), pp. 9–26.
25. Burgete Aiala M. R. Vzgliad na nachalo puti [look at the beginning of the path]. *Voprosy filosofii* = *Questions of Philosophy*, 2021, no. 11, pp. 43–46.
26. Fedorov O. S. Kharakteristika proektov sozdaniia novykh virtualnykh gosudarstv [Characteristics of projects for creating new virtual states]. *Lokus liudi obshchestvo kultury smysly* = *Locus: People, Society, Cultures, Meanings*, 2017, no. 2, pp. 129–135.
27. Arshinov V. I., Budanov V. G. Setevaia tsivilizatsiia i priroda Bolshogo antropologicheskogo perekhoda Izvestiia [Network civilization and the nature of the Great Anthropological Transition]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2021, vol. 11, no. 1, pp. 220–231.

Информация об авторе / Information about the Author

Кравец Александр Васильевич, аспирант,
Институт философии Российской академии наук,
г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: 89031503674@mail.ru,
ORCID: 0009-0002-5250-6591

Alexander V. Kravets, Post-Graduate Student,
Institute of Philosophy of the Russian Academy
of Sciences, Moscow, Russian Federation,
e-mail: 89031503674@mail.ru,
ORCHID: 0009-0002-5250-6591

Оригинальная статья / Original article

УДК 101.1:316

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-236-251>**«Политический романтизм» и «эстетическая политика»:
содержание, сопоставление, критика****К. Г. Мальцев¹, А. В. Мальцева¹ ✉, Л. Л. Ломако¹**

¹ Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова
ул. Костюкова, д. 46, г. Белгород 308012, Российская Федерация

✉ e-mail: pavic69@mail.ru

Резюме

Актуальность. В западной политической философии и политической теории суждение о том, что современная демократия не имеет удовлетворительной общей («синоптической») теории, имеет статус (почти) общезначимости, – философское истолкование этого «обстояния» является актуальной исследовательской задачей для современной политической философии.

Цель. Представление политического в «понятии политического» и «экономической парадигме политического» выявляет тождественные характерные черты; различается конфигурация их единства и оценка, которая им приписывается, – целью является понимание различных смыслов, которые приписываются одним и тем же «феноменам» и «процессам» современности в концептуальных каркасах, определенных противоположными парадигмами.

Задачи: демонстрируется способ определения актуальной политики в горизонте «метафизических основоположений»; выявляются основоположения парадигматического представления политического и принципы конструирования нарратива современной либеральной демократии; анализируется процедура придания достоверности теоретическим суждениям о политическом.

Методология. Парадигматическое представление политического может быть понято, и только вследствие этого объяснено; понимание относится к реальному понятию, объяснение – к действительности. Совмещение различаемых в традиции западной философии «реального» и «действительного» происходит в философском понятии; формирование понятия предполагает философский интерес. Философская герменевтика и дедукция предоставляют инструменты, пригодные для понимания политического в единстве: от «метафизических основоположений» до практической политики.

Результаты. Выглядит достоверным утверждение о романтической природе современного представления политического в либеральной экономической парадигме. Доказывается, что историческая и эстетическая репрезентация, более чем «миметическая», выполняет императивы, приписываемые современной форме политического – западной представительной демократии. Демонстрируется очевидность необходимой замены «центра политической онтологии» с суверена на «пустое место».

Выводы. Представительная демократия, романтическая и постмодернистская, является необходимой и легитимной формой современного либерального способа представления политического. Основной задачей эстетической политики полагается обеспечить безопасность: «держаться середины и избегать крайностей», исключить событие, нормализовать политическое, т. е. провести банализацию политики.

Ключевые слова: романтизм; понятие политического; пустое место и суверен; банализация политики; либеральная представительная демократия; историческая политическая репрезентация; эстетическая политика.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Мальцев К. Г., Мальцева А. В., Ломако Л. Л. «Политический романтизм» и «эстетическая политика»: содержание, сопоставление, критика // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 236–251. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-236-251>.

Поступила в редакцию 10.02.2024

Принята к публикации 05.03.2024

Опубликована 27.04.2024

"Political Romanticism" and "Aesthetic Politics": Content, Comparison, Criticism

Konstantin G. Maltsev¹, Anna V. Maltseva¹ ✉, Leonid L. Lomako¹

¹ Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov
46 Kostyukova Str., Belgorod 308012, Russian Federation

✉ e-mail: pavic69@mail.ru

Abstract

Relevance. In Western political philosophy and political theory, the judgment that modern democracy does not have a satisfactory general ("synoptic") theory, has the status of (almost) universal significance – the philosophical interpretation of this "situation" is an urgent research task for modern political philosophy.

Purpose. The representation of the political in the "concept of the political" and the "economic paradigm of the political" reveals identical characteristic features; the configuration of their unity and the assessment attributed to them differ – the goal is to understand the different meanings attributed to the same "phenomena" and "processes" of modernity in conceptual frameworks defined by opposite paradigms.

Objectives. The method of determining the actual policy in the horizon of "metaphysical principles" is demonstrated. The fundamentals of the paradigmatic representation of the political and the principles of constructing the narrative of modern liberal democracy are revealed. The procedure of giving credibility to theoretical judgments about the political is analyzed.

Methodology. The paradigmatic representation of the political can be understood, and only as a result explained; understanding refers to the real concept, explanation – to reality; the combination of the "real" and "real" distinguished in the tradition of Western philosophy takes place in a philosophical concept; the formation of the concept presupposes philosophical interest; philosophical hermeneutics and deduction provide tools suitable for understanding the political in unity: from "metaphysical foundations" to practical politics.

Results. The statement about the romantic nature of the modern representation of the political in the liberal economic paradigm looks reliable. It is proved that historical and aesthetic representation, more than «mimetic», fulfills the imperatives attributed to the modern form of political – Western representative democracy. The evidence of the necessary replacement of the «center of political ontology» from the sovereign to an «empty place» is demonstrated.

Conclusions. Representative democracy, romantic and postmodern, is a necessary and legitimate form of the modern liberal way of representing the political. The main task of aesthetic politics is supposed to ensure security: "keep to the middle and avoid extremes", exclude an event, normalize the political, that is, to banalize politics.

Keywords: romanticism; the concept of the political; an empty place and a sovereign; banalization of politics; liberal representative democracy; historical political representation; aesthetic politics.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Maltsev K. G., Maltseva A. V., Lomako L. L. "Political Romanticism" and "Aesthetic Politics": Content, Comparison, Criticism. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 236–251. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-236-251>.

Received 10.02.2024

Accepted 05.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

В 1919 г. К. Шмитт опубликовал работу «Политический романтизм» [1], его первый опыт *философской критики* политики; Шмитт доказывает, что влияние романтической «установки» (или можно сказать, что «атмосферы») на политические *идеи* и на *практику* далеко выходит за рамки *ситуации*, но «созвучно» господствующему настроению *современности*. Его критика «либеральной метафизики» [2], начатая в конце 20-х годов XX века и продолжавшаяся до самого конца продолжительного периода его творчества (Шмитт умер в 1984 г.), подтвердила, что «политический романтизм» вовсе не *случайный эпизод*, но *определяющий фактор* (по крайней мере – «стилистически») представления политического и с *необходимостью* «входит в состав» того, что позже было названо либеральной версией экономической парадигмы политического [3]. Это было *признано* уже в конце XX в.: Ф. Р. Анкерсмит определяет либеральную представительную демократию как «романтическую» [4], не только по *происхождению*, но по *сути*, и постмодернистскую (т. е., по Анкерсмицу, более *радикальную*, отказавшуюся от компромиссов, еще характерных для романтизма начала XIX в.). Анкерсмит во многом соглашается с анализом «романтической политики» К. Шмиттом; по крайней мере, все характерные черты, которые выявил Шмитт, признаются таковыми и Анкерсмитом, – происходит «только» *изменение оценки*: то, что Шмитт считал *вырождением политического*, Анкерсмит, напротив, оценивает как единственно возможный способ *обеспечения гарантий* самого существования политического в его *либеральной представленности*: целью *эстетической политики*, по Анкерсмицу, является не меньше чем «спасение демократии». Задачей нашей статьи является *демонстрация необходимо-*

сти, с которой происходит подобное *изменение оценки*; для этого необходимо провести своего рода инвентаризацию аргументов, выдвинутых Анкерсмитом, с точки зрения их *значения*: мы *доказываем*, что значение и сама *достоверность* являются результатом *вписанности* современного представления политического в *контекст* экономической парадигмы политического, господствующей в современном общественном знании и определяющей не только *экспертные суждения* политических философов и теоретиков политики, но и *влиятельное* (здесь следует указать на значение *публичности* для либеральной мысли) *общественное мнение*.

Материалы и методы

Выбор методологии отчасти *предопределен* тем обстоятельством, что и Шмитт, и Анкерсмит предлагают *философскую концептуализацию* либерального представления политического. К. Шмитт утверждал, что «необходимо рассматривать либерализм как последовательную, объемлющую, метафизическую систему» [2, с. 129]; требуется *соразмерный* ей способ *понимания*, т. е. именно философия. Анкерсмит также доводит свой анализ до того, что можно назвать «основоположениями» (до ἀρχή), что также определяет *место* предмета исследования – философию. Далее, следует принимать в расчет, что и Шмитт и Анкерсмит не скрывают *философского интереса* к своему *предмету*. Главное же: решение поставленной нами задачи: демонстрация *парадигматической определенности* современного представления политического, – предполагают именно философскую постановку вопроса. В отличие от научных *дисциплин*, границы которых, по утверждению Хайдеггера [5, с. 325–326], *задаются* им философией, философия суверенна, т. е. сама проводит для себя границу в соответствии со своей собственной целью: дойти до *основопо-*

жений, или, как писал Шмитт, образовывать «метафизические понятия» (предел здесь, по Шмитту, – *миф*), в которых реальное и действительное (различение, удерживаемое европейской метафизикой на протяжении всей ее истории, но теперь основательно забытое) «примечательно совпадают». И Шмитт, и Анкерсмит показывают: чтобы быть *понятием*, политическое должно быть *представлено в горизонте основоположений*, т. е. необходимо «метафизическое понятие политического» [6]. Такой подход с точки зрения современной науки не является «бесспорным»; более того, дисциплинарно организованная наука с самого возникновения решительно уклоняется от всяких связей с «метафизическими фантазиями» (сама философия давно, кажется, «отказалась от себя», пытаясь встроиться в дисциплинарную структуру современной науки [7]), – в защиту можно только сослаться на *результат*: показать, что у Шмитта и Анкерсмита получилось сказать нечто, *имеющее значение*, что нельзя *игнорировать* даже при проведении строгих дисциплинарных штудий.

Результаты и их обсуждение

Характерные черты политического романтизма. К. Шмитт

Определение «романтического» «должно исходить не из какого-либо предмета или темы, воспринимаемых как романтические» [1, с. 9], но из того, что Шмитт называет «романтический субъект», – методологическая установка, которая разделяется также и Анкерсмитом. Причем традиционного представления, связываемого с романтизмом, о «прекранодушии», или о «естественной доброте человека», совершенно недостаточно (хотя в контексте такие суждения не являются совершенно ошибочными): они лишены *определяющего значения*. Недостаточным для определения также является противопоставление романтизма Просвещению

или Классицизму; «мистицизм» и «иррационализм» часто сопутствуют романтизму, но нисколько не являются его *сутью*. Шмитт также считает недостаточными (но также не вполне ошибочными) определение романтизма через особенности «национального характера»: «смешение» «немецкости» и «латинства» (или «галльскости») придает романтизму специфическую «окраску» (облик), причем романтизм чаще приписывается «немецкости», – но также не относится к сути. В общем «познани того, что существенно для романтического, не должно начинаться с позитивных или негативных, гигиенически-морализаторских или полемически-политических оценок» [1, с. 11]: критика «приобретает более значительную глубину лишь тогда, когда романтизм исторически встраивается в обширную историческую конструкцию последних веков» [1, с. 16]. При этом социологическое объяснение посредством редукции романтизма к процессу «восхождения буржуазии» и ее политической борьбы за новый политический порядок Шмитту известно (Шмитт ссылается на И. Тэна), но также не кажется ему убедительным.

Что касается именно политического романтизма, то Шмитт указывает (как это делает и Анкерсмит) на «безусловную» связь романтизма и революции, но одновременно и реставрации также, причем ни «уход от действительности», ни, наоборот, призывы к «позитивному опыту и действительности» не могут сами по себе характеризовать романтизм, так как в равной степени ему свойственны, в зависимости от ситуации. В целом же связь Реформации, Революции и Романтизма должна приниматься в расчет при *определении понятия*; важно только избежать сведения романтизма на «бунт и анархию», равно как на «консервативную реставрацию».

Исходной точкой для понимания романтизма следует полагать самопрезента-

цию и позиционирование себя по отношению к «иному» романтического субъекта, которые должны быть вписаны в перспективу *современности* – «обширную историческую конструкцию последних веков»: свидетельства о себе романтиков подлежат *интерпретации в контексте*.

Что касается «эпохи», то Шмитт полагает существенно относящимся к романтизму следующую ее характерную черту: «Сегодня повсюду возводятся “кулисы”, за которыми таится собственно живая действительность. В этом проявляется неуверенность эпохи и ее глубокое ощущение собственной обманутости. Эпохе, которая не в состоянии породить из собственных предпосылок большую форму и репрезентацию, суждено стать жертвой таких настроений и считать все оформленное и официальное обманом» [1, с. 26]. Единственная специфическая достоверность для романтика, и в этом сказывается влияние немецкой классической философии, особенно, отмечает Шмитт, влияние Фихте, – это существование собственного «я». Романтизм, безусловно, *индивидуалистичен* (это первая «точка совпадения» с либерализмом, которую мы должны зафиксировать; далее их будет выявлено еще множество), но его «субъект» бессодержателен, вернее, не имеет постоянного, «фиксированного» содержания, но есть только «точка привязки» *переживаний*. То же можно сказать о внешней по отношению к романтическому субъекту действительности: она не просто «фрагментирована» и «текуча», но любое ее содержание должно рассматриваться как результат «творческой деятельности» *пустого* «я». Романтическая позиция «является позицией оставляющего за собой права субъекта» [1, с. 129]; «субстанциальная действительность была преодолена» [1, с. 142]. Действительность – «только повод» для романтической продуктивности, «романтической игры фантазии»: «объект лишен

субстанции, сущности и функции» [1, с. 154]. Все можно сделать «удобными символами занимающегося самим собой субъекта» [1, с. 141]; романтический субъект – «художник», «поэт», для которого «все становится началом бесконечного романа» [1, с. 34].

Природа романтической продуктивности определяется самой сутью «романтического субъекта» – *отсутствием содержания*: романтический субъект – это «пустое место», способное вместить «что угодно»; главное, на чем настаивает Шмитт, – это *пассивность*, существенная неспособность к решению (об этом специально в связи с характеристикой политической философии). Самое существенное определение романтизма, позволяющее его *понять*, определяется Шмиттом так: «Здесь и заключен решающий пункт. Если чем и можно тотально определить романтизм, то это отсутствием какого бы то ни было отношения к *causa*» [1, с. 151]. Интересующий нас в этом рассуждении аспект «романтического окказионализма» может быть определен так: «Своеобразие духовного типа, который можно обозначить как окказионалистический, заключается, прежде всего, в том, что вместо решения проблемы он уничтожает факторы, составляющие проблему» [1, с. 170] (как мы увидим, это еще одна «точка совпадения» с либеральной политикой, нацеленной на снятие любого конфликта или противоречия посредством их «переформулирования», – Анкерсмит). Собственно, любая действительность романтиками представляется так, что всегда готов *выход*: окказионализм позволяет «ускользнуть из одной реальности в другую», романтика «не беспокоит вопрос об истинной причине, ведь он сам являлся творцом мира, в котором жил» [1, с. 165]. Романтический субъект, художник, лишен способности к объективации, т. е. – к фиксированному; «романтик хочет быть продуктивным, но с

присущей ему органической пассивностью, которая входит в его окказионалистскую структуру, не желает становиться активным»; Шмитт определяет это как «ядро политического романтизма», но это же *требование* ограничиться *исторически бессодержательной деятельностью*, исключить в этом смысле *событие* из действительности – цель и задача демократической политики, если ее правильно, как предлагает Анкерсмит, понимать. Вместо событий, истории – «суматошная пестрота романтического», растворенного «в своем простом принципе субъективизированного окказионализма» [1, с. 282] (добавим, лучше всего схваченная не столько лозунгом или программой, но принципом политической философии реформации, – «обогащаться»; но это также программа эстетической политики и суть либеральной представительной демократии, как ее представляет Анкерсмит). Таким образом, делает вывод Шмитт, «из структуры романтического как обращенного к эстетической продуктивности окказионалистического *consentement* вытекает решение: полная несовместимость романтического с какой бы то ни было моральной, правовой или политической меркой» [1, с. 216], – «принципиальная беспринципность демократии», по Анкерсмиту, единственно способная обеспечить *безопасность* в условиях принципиально неразрешимых социальных конфликтов (она и возникла, по Анкерсмиту, для решения такого конфликта после революций). Шмитт утверждает: «Психологически и исторически романтизм является продуктом буржуазной безопасности» [1, с. 177].

Все остальные *характерные черты* романтизма, которые перечисляет Шмитт: «ирония, эстетическое мировоззрение, противоположности между возможным и действительным, бесконечным и конечным, ощущение конкретного ми-

га» [1, с. 125], – понятны из *позиции романтического субъекта*.

Романтический субъект ставит себя на место Бога, когда он «достаточно сильно ощущает», что сам «играет роль творца мира и продуцирует реальность из самого себя» [1, с. 123]; но, как утверждает Шмитт, в отличие и от Бога, и от «метафизики», и даже от «науки», которые *проводят границу*, определяющую как действительность, так и предмет познания (неважно, что здесь «в начале»), то пустое место на это не способно и этого не «хочет»: «упразднение всех границ, потребность в тотальности» являются характерными для романтизма: «все сводится к точке; определения, которых романтик избегал из-за их ограничительного характера, становятся бессодержательным пунктиром», вместо понятий – «аподиктические идентификации, в которых концентрируется точка» [1, с. 142]. Отсюда – «притязание на непонятность и на нечто большее, чем в состоянии выразить человеческие слова» [1, с. 16], – Анкерсмит утверждает, что «невозможна и не нужна теория демократии» [4, с. 396], ее нужно «изображать»: само политическое здесь «эстетически и исторически репрезентируется» как «произведение искусства». Художник не просто свободен в своем творчестве, продукт этого творчества свою суть имеет не от «референта – изображаемой действительности», но от художника, от *перспективы*, до и помимо которых «эстетического предмета» просто *нет*.

Эстетическое отношение к действительности является *характерной чертой современности*; до и помимо теорий эстетической и исторической репрезентации политического Анкерсмита многие исследователи отмечали это обстоятельство: например, Р. Сенет, в книге «Падение публичного человека» [8] подробнейшим образом описывает, как и почему

«эстетическое» становится «политическим». Шмитт считает нужным поставить вопрос: «Если вышесказанным объяснена сбивающая с толку пестрота романтической декорации в ее простом принципе, то все же остается следующий, более важный вопрос о том, какая духовная структура лежит в основании этого пространства эстетического и почему движение выступило и имело такой успех именно в XIX в» [1, с. 29]. Он полагает, что «как во всяком подлинном объяснении, и здесь метафизическая формула является наилучшим пробным камнем» [1, с. 29]. Шмитт определяет перспективу, в которой вопрос должен *быть поставлен*: «Любое движение зиждется, во-первых, на определенном, характерном отношении к миру и, во-вторых, на определенном, даже если и не всегда осознанном, представлении о последней инстанции, об абсолютном центре» [1, с. 29], – и дает свой ответ (итог сказанного выше): «Романтическое отношение к миру яснее всего обозначается своеобразным понятием – *occasio*. Можно описать его с помощью таких представлений, как “повод”, “возможность”, вероятно, также “случай”. Но истинное значение оно обретает в результате противопоставления: оно отрицает понятие *causa*, т. е. принуждение исчисляемой причинности, а также любую привязку к норме. Это отменяющее понятие, так как все, что придает жизни и происходящему последовательность и порядок, – будь то механистическая исчисляемость причинного или же целесообразная или нормативная связь, – несовместимо с представлением о просто окказиональном. Там, где вероятное и случайное возводятся в принцип, возникает пренебрежение такими связями... Такая характерно окказиональная позиция может сохраняться, однако при этом на место Бога в качестве высшей инстанции и задающего меру фактора может заступить и нечто иное, например госу-

дарство, народ или же отдельный субъект. Последнее и происходит в романтизме. Поэтому я предложил формулу: романтизм – это субъективированный окказионализм, т. е. в романтизме романтический субъект рассматривает мир как повод и возможность своей романтической продуктивности» [1, с. 30]. Шмитт указывает, что многие «разновидности метафизической позиции существуют сегодня в секуляризированной форме», «однако сама позиция не перестает быть из-за этого метафизической», – «метафизика есть нечто неизбежное», хотя «при сохранении метафизической структуры и позиции в качестве абсолютных инстанций выступают все новые факторы» [1, с. 30]. И романтизм, и либерализм *представляют такую метафизическую позицию*, причем их основоположения схожи до тождественности, – это мы пытаемся продемонстрировать, на этом настаивает и Анкерсмит, когда пишет о «существенно романтическом характере либеральной представительной демократии».

Что касается специально романтизма, то как субъективизированный окказионализм, «поскольку ему свойственно окказиональное отношение к миру», «вместо Бога романтический субъект занимает центральное место и делает из мира и всего в нем происходящего лишь повод» [1, с. 32]. В этой *перспективе* «возможность рассматривается как высшая категория» [1, с. 127]. А поскольку «в действительности романтики не могли играть роль миротворящего Я», то «состояние вечного становления и никогда не осуществляющихся возможностей они предпочитали ограниченности конкретной действительности» [1, с. 127]. Многого меняется, если действительность *представлена эстетически / исторически*; в этом случае субъекту, как художнику, может быть приписана способность «творить действительность», – именно так определяется Анкерсмитом суть «эс-

тетической политики» как творчества, в котором становится несущественным «противоречие между возможным и действительным», которое у романтиков «сливается с противоречием между бесконечным и конечным, интуитивным и дискурсивным» [1, с. 129], но только при условии, что «повторяется то же самое» и «никогда не переходят границу».

Шмитт определял либерализм через «равнодушие к истине», которую заменяет «бесконечная дискуссия», нацеленная на равновесие интересов в данный момент; Анкерсмит пишет, что условием выживания демократии является отказ от истины в пользу «организации истины». Но это – характерные черты романтизма; романтики «превращают всякую мысль в доверительную беседу», а «каждое мгновение – в исторический момент». Шмитт считает это «путем обеспечения романтического господства над реальностью»; можно, ничего не меняя, утверждать, что Анкерсмит считает это необходимыми признаками демократической политической формы. Действительные противоположности, конфликт, таким образом «выносятся за скобки», «все может стать поводом для разговора» [1, с. 238] и достигнут если не консенсус, то разумный компромисс («рациональная дискуссия» Ю. Хабермаса [9]). Шмитт прямо пишет, что в романтической позиции вполне «еще узнаваемо старое, либеральное представление о балансе» [1, с. 161], и легко «обнаруживается романтизация либеральной «дискуссии» и «баланса» и в то же время либеральное происхождение этого романтизма» [1, с. 237].

Позиция романтического субъекта характеризуется Шмиттом как *ироническая*; Анкерсмит настаивает на «иронии как сути демократии». Шмитт утверждает, что «романтическая ирония по своему возникновению – остаток рационализма» [1, с. 136], по «своей сути романтическая ирония интеллектуальное средство отго-

раживающегося от объективности субъекта», она «должна не уничтожать реальность, но, сохраняя качество реального бытия, служить субъекту в качестве средства и дать ему возможность избежать всякой definitivum» [1, с. 137]. Не лишним будет еще раз напомнить, что «принципиальная беспринципность» есть существенно *ироническая позиция*.

Итак, политическое *представляется*; здесь нет места теории: применительно к романтическому теоретику «неточно» говорить о теории или мышлении, но об изображении, в котом происходит «ироническое развоплощение мира в фантастическую конструкцию» [1, с. 140]. Государство, таким образом, есть «произведение искусства»; политика – «аффект, сопровождающий романтика в его отношениях с политическим процессом» [1, с. 279]; он равно «принимает» как реставрацию, так и революцию, причем с энтузиазмом творческого человека и в связи с *ситуацией*, как *повод*; при этом романтики совершенно уверены, что «могут этим миром управлять» [1, с. 145], и это может быть так, если мир *представлен* как эстетическая / политическая репрезентация. Романтик не способен к *решению*, любая «фиксированная определенность» здесь невозможна; романтик не способен «исходя из свободного решения придерживаться значительной политической идеи» [1, с. 100]. Романтизм не имеет критериев для решения о выборе между «справедливым и несправедливым». Романтизм *существенно антиисторичен*; ему свойственно «отрицание, негация здесь и сейчас», романтизм использует прошлое для «отрицания настоящего, как выход из тюрьмы конкретно современной реальности» [1, с. 134], при этом акцентирование на «моменте» и на бесконечной последовательности «моментов» никогда не «складывается в историю». Романтик «должен быть согласен с тем, что делает правительство» [1,

с. 205], так как это несколько его не задевает в принципе, но лишь как повод к аффекту. Романтик, таким образом, даже теоретически не выбирает и не решает, – он стремится только переживать и выставлять свои переживания, по настроению. М. Хайдеггер определял культуру как «организацию переживаний» [10, с. 544; 11], а романтик, безусловно, культурный современный человек. Одним словом, он – идеальный гражданин либеральной представительной демократии, как описывает его Анкерсмит.

Главное же, что в политическом объединяет романтизм и либерализм – это абсолютное отрицание суверена (здесь – «пустое место») и суверенного решения [12]: либеральный принцип «автоматизма правил» и «верховенства права», – положение, требующее доказательства, которое мы приведем далее.

Главное затруднение для «сближения» характеристики политического романтизма Шмиттом и концепцией эстетической / исторической политической репрезентации Анкерсмита связано с утверждением Шмитта о нерепрезентативности романтического искусства. Шмитт разъясняет, что сама по себе «абсолютизация искусства» означает для романтиков не менее абсолютный отказ от «обязательств строгой и большой формы или прозрачности» [1, с. 27], т. е. именно то, во что превратилось современное искусство, став культурой: производство артефактов на продажу. Но перед тем, как *снять* это «видимое затруднение», следует привести еще один, последний, вывод, который формулирует Шмитт, характеризуя политическую романтическую установку: «Его превосходство над окказионально рассмотренной современностью претерпевает в высшей степени ироническую перемену: все романтическое состоит на службе иных, неромантических энергий, а превосходство над дефиницией и решением превращает-

ся в услужливое сопровождение чужой силы и чужого решения» [1, с. 283]. Этот вывод особенно *значителен*, если иметь в виду «эстетическое политическое», «эстетическую политику» и либеральную представительную демократию, к характеристикам которых мы должны приступить.

Эстетическая / историческая репрезентация политического и эстетическая политика в горизонте либеральной экономической парадигмы политического

«Ответом» Анкерсмита на тезис Шмитта о «неспособности романтизма к репрезентации» можно считать анализ Анкерсмитом природы исторической реальности и сути исторической репрезентации.

В работе «Нарративная логика» [13], а затем в «Эстетической политике» [14] и «Политической репрезентации» [4] Анкерсмит доказывает, что историческая реальность *существует* исключительно посредством репрезентации, т. е. не как «вещь материального мира»; исторические феномены «реальны», но совершенно иначе. Оставляя в стороне анализ правил, по которым происходит историописание и конструирование исторической реальности историком, основания для предпочтения одного описания другому (притом, что Анкерсмит подчеркивает их «равноправность»), а также подробности, связанные с «онтическим статусом» такой реальности, обратим внимание только на два момента, доказывающие, что историописание, как его описывает и характеризует Анкерсмит, существенно *романтично* и по своей природе, и по той задаче, которую решает историк. Во-первых, историописание перспективно; конститутивными являются «точка зрения», с которой «смотрят», и «цель»: что именно хотят увидеть и показать. Анкерсмит описывает то, что он называет «перспективизм историоописания»: исторический рассказ приобретает связность в отношении к «точке зрения», перспективе, в которой он ведется; «ис-

торическое сочинение по сути – предложение к тому, как смотреть на определенную часть прошлого» [14, с. 268]. В этом смысле историописание сродни работе художника; больше того, критерий «истины» в этом случае не имеет силы, когнитивное утверждение, по Анкерсмитту, отсутствует: «Исторический текст эстетический, поскольку, как и в живописи, его успех зависит главным образом от того, удалось ли историку найти удачную перспективу, на основе которой предлагается взгляд на прошлое» [14, с. 268–269]; исторические дискуссии сводятся не к вопросу о том, истинно ли изображение, но «прежде всего о том, какая точка зрения наиболее “плодотворна” или “пригодна” для взгляда на прошлое (оптическая метафора понимается весьма буквально)» [14, с. 269].

Примечательно, что когда Анкерсмит переходит к рассуждению о том, какой способ репрезентации более подходит для политического, эстетический и исторический или «миметический», мы вступаем в область *решения*, не «основанного на истине», но на чем-то совершенно другом. Анкерсмит полагает, что «натуралистическую» традицию «фундаменталистско-стоицистской» политической философии следует преодолеть, – с этим он связывает свои усилия по созданию условий для «спасения демократии»; он подкрепляет свое *требование* ссылкой на Макиавелли (и Гвиччардини) и пишет о «макиавеллистской политической философии» как предпочтительной в сравнении со стоицистской, апеллируя не к «истине», но к «плодотворности», к «успеху»: она *пригоднее* для современной либеральной представительной демократии. Речь при этом не идет о «теории» или «метафизике», но идет об *изображении* и о *генезисе*; мы имеем аргумент о романтическом происхождении демократии и о том, что ее сохранение и безопасность зависит от *правильного нарратива*.

Суть «макиавеллистской» в противоположность господствующей «гоббсовской» традиции, по Анкерсмитту, сводится к тому, что политическое *не есть вещь*, но есть *предмет*, возникающий в *разрыве*, который конститутивен для политического как такового. Мы не находим политическое «готовым», но разрыв между «народом» и «князем» (собственно, и тот, и другой в демократии упраздняются, как ставшие ненужными «субстанциальности»), необходимость «взаимной репрезентации» которых необходима, чтобы они стали «чем-то», т. е. получили границу и определение, есть *ἀρχή* политического. Политическое возникает и становится «самим собой» в репрезентации, до которой его просто нет. «Народ» и «князь» в этом отношении выступают как творцы-художники, производящие политическое. Причем, специально подчеркивает Анкерсмит, это не шмиттовское противоположение «друг – враг», но именно – потенциальное (в демократии становящееся актуальным) множество «точек зрения» и «перспектив». Данная «природа политического» должна *удерживаться* в рассуждениях о политике.

В либеральной представительной демократии политическое становится «самим собой»; романтизм, либеральный индивидуализм и, особенно, либеральный способ *снятия любых субстанциальностей* (но он же – романтический, на это указывал, как мы видели, Шмитт) в *конкуренции интересов* дают политическому пространство для того, чтобы «развернуться» и стать определенным по своей собственной сути. Необходимым условием для этого стала *историческая ситуация* после революций (французских, но имевших значение в указанной связи для всей Европы). Несколько принципиально непримиримых (антагонистических) идеологических позиций основных политических акторов угрожали

гражданскому миру; был принят политический курс, предполагающий строгое «вынесение за скобки» любых политических принципов посредством провозглашения общей (объединяющей) цели – роста благосостояния нации (политика *juste-milieu*): «Переход от политики в революционном и наполеоновском стиле к национальной политике, пытающейся лишь сделать жизнь граждан как можно более удобной» [4, с. 163]. В этом Анкерсмит полагает сущность появившейся в это время представительной демократии; происходит «перенос удара с наших внутренних идеологических убеждений на внешнее поведение», т. е. «разрыв связей между убеждением и поведением и, главное, признание преимущества второго над первым» [4, с. 295]. Происходит то, что Шмитт расценивает как «вырождение политического»: «исчезновение политического предмета» [4, с. 111], «политический предмет стал присутствовать негативно» [4, с. 109], – Анкерсмит называет это «банализацией политики» [4, с. 162].

Условием возможности для либеральной представительной демократии является *нормализация субъекта* как гражданина, т. е. сведение его к *интересам* (процесс описывается, например, Шмиттом и Фуко [15], – но не только: Хайдеггер показывает это как *необходимое следствие* «полного развертывания сущности» новоевропейского субъекта, оказавшегося, наконец, «в собственной среде» [16, с. 266]): политическая борьба заменяется *конкуренцией интересов*. «Безразличие» и «пассивность», чуждость «решению» и неспособность к «окончательному выбору» романтического субъекта дают для этого нужный *настрой*: романтический художник в этом отношении не отличается от простого обывателя – образцового гражданина либерального политического порядка, более того, *политически*, как мы видели у

Шмитта, художник и является таким «типичным обывателем». Субъект «фрагментирован», фрагментированной является / представляется и действительность. Анкерсмит вспоминает в этой связи «романтика Шлегеля», у которого «эстетика фрагмента становится философской антропологией» [4, с. 181–182] и проводит аналогию с Р. Рорти [17], для которого самость «лишена центра», является «исторически случайной сетью верований, желаний и эмоций, за которой ничего нет», то есть представляет собой «коллаж, бессвязную смесь более или менее самостоятельных фрагментов» [4, с. 182], т. е. «самость есть стиль».

Действительность, представленная в экономической парадигме политического, полностью сформирована «экономическим интересом»: «Триумф экономики над всеми иными альтернативными основаниями политической власти» [14, с. 224]. Анкерсмит расценивает это как «редкую улыбку фортуны демократическому государству»: «Незначительные детали образуют большую потенциальную область политического действия, одновременно менее спорную и гораздо более влиятельную, чем те вопросы, на которых предпочитали фокусироваться предыдущие политические системы» [4, с. 140]. Анкерсмит видит, что «демократическое государство делает все возможное, чтобы удержать политический спор в области экономических и финансовых вопросов» и «в действительности экономическую политику и любовь демократического государства к управленческим деталям объединяет нечто большее, нежели избирательное сродство» [4, с. 139]. Здесь правит парадигматическое единство.

Следует также иметь в виду, что сама «природа политического», какой ее определяет Анкерсмит, *необходимо* предполагает и требует подобную *нормализацию*. Историческая репрезентация

политического понимается как *романтическая*; в современной либеральной представительной демократии (вообще в современном представлении политическое) она еще и постмодернистская. Анкерсмит указывает, что предложенная Бодрийяром концепция *симулякра* [18; 19] наилучшим образом способствует пониманию этого. Бодрийяр выделяет симулякры трех уровней; последний, третий уровень симулякров, когда они уже ничего не представляют, кроме самих себя («за ними» нет никакой действительности), называется *гиперреальностью*, вполне «адекватное», по Анкерсмицу, представление политического: «К идеям Токвиля и Бодрийяра о склонности демократии заменять реальность гиперреальностью можно добавить важный вывод. Логическим результатом этой склонности становится то, что демократия будет эффективна лишь как инструмент для урегулирования конфликтов, возникающих в области гиперреальности. Ведь этот мир демократия создала для себя, она может понять и изменить его, она ощущает естественное родство с ним. Как и любая иная политическая система, демократия предпочитает жить в своих саморепрезентациях и включать в них все внешнее» [4, с. 185].

«Принципиальная беспринципность», отсутствие *строгих границ* и определений, «пустое место» вместо «суверена», – характерные черты современного представления политического; они определяют *стиль* либеральной представительной демократии как ее *суть*: в эстетическом представлении стиль и есть суть. Анкерсмит ссылается на К. Лефора: «Ныне мы имеем пустое место там, где раньше был очевидный центр власти» [4, с. 31]; и на «первого теоретика демократии» (разумеется, лучше здесь подходит не «теоретик», но именно «наблюдатель») Токвиля [20]: «В демократии действительно существует центр, который

удерживает ее единство и не допускает анархии и полного распада, но этот центр может правильно выполнять эту функцию, лишь поскольку сам он остается неактивным или, так сказать, «пустым» центром» [4, с. 360]. «Пустота», в числе прочего, «выступает как нейтральный фон, на котором могли разворачиваться политический спор и складываться политический баланс» [4, с. 173].

Демократия (и политическое) при *исторической репрезентации* изымаются из истории; это определяет задачи и стиль эстетической политики. Демократия, утверждает Анкерсмит, по своей природе есть «ироническое общество», которое больше «не вдохновляется желанием выполнить некое историческое, освободительное предназначение» [4, с. 278]; отказавшись от «предназначения» и иронически относясь к прежним «великим метанарративам» (Агамбен продемонстрировал это простым вопросом: «Ради чего?» [3]), современная демократия «сворачивает» «возможные варианты будущего в настоящее – или, по крайней мере, действовать так, как если бы это было возможно» [4, с. 279]. Демократия «спасается от анархии» тем, что «способна создавать упорядоченный беспорядок»; демократия консервативна в том смысле, что способна «сводить новое к аспектам старого» [4, с. 359], в демократии происходит «вращение вокруг своей оси» [4, с. 360]. Политика «колеблется, вращается в постоянном «круговом движении», избегая центра, который мог бы организовать это движение и наделить его историческим значением» [4, с. 363]. Сам Анкерсмит признает, что «историку демократических времен демократия представляется зрелищем бесконечного и беспокойного варьирования определенного количества практически неизменных принципов, поэтому в ней отсутствуют признаки подлинного исторического изменения» [4, с. 375], но это самое

представление Шмитт считал характерным для политического романтизма.

Государство перестает быть «политическим», но становится «страховой компанией»; политические проблемы в итоге «превращаются в задачи такого рода, которые решают страховые компании»; индивиды и группы преследуют свои частные интересы и также полнотой чужды «прежней политике»: границу между публичным и партикулярным *невозможно и некому провести*, но она и «не нужна»; а «когда политические решения все-таки принимаются, кажется, будто они просто «случаются» (подобно капризам погоды), вместо того чтобы рождаться в ходе публичных политических дебатов» [14, с. 231].

Подобное *нормальное состояние* должна *обеспечить* эстетическая политика. И здесь следует назвать главное. Представление политического в либеральной экономической парадигме и историческая политическая репрезентация не просто абсолютно устраняют суверена – *горизонт представления* не оставляет места для суверенитета как такового. Анкерсмит (до него – еще Х. Арендт [21; 22]) настаивают, что следует расстаться с идеей народного суверенитета в любой форме: для него нет места в современном политическом порядке и полностью исчезло то, что давало ему *значение*. Далее, по Анкерсмицу, нормализация политического означает исключение любых форм прямой демократии: политическая активность граждан должна оставаться *неполитической*; больше не имеет *политического* смысла и понятие народа (вообще, в новом порядке народу также нет места). Наконец, невозможность провести границу (на это указывает, например,

Дж. Агамбен) означает риск того, что область анонии «расширится» на все общество [23]; результатом будет, по Агамбену [24], *тотальный лагерь* и *перманентная война* [25; 26; 27]. Но это – отдельные проблемы для специального исследования.

Выводы

Итак, для того, кто *решает*, что демократия является лучшей из возможных политических форм, становится *необходимым признанием* условий ее возможности: основоположений либеральной метафизики, представление политического в экономической парадигме; эстетическая и историческая репрезентация политического, наконец, романтическая установка, – входят в число *парадигматических условий*, которые, таким образом, без и до любого «доказательства» являются *очевидными* и *принимаются* в качестве таковых. В их горизонте приобретают *достоверность* последующие рассуждения о «природе демократического правления», о «надлежащей политике» и критериях, по которым о ней «судят». «Выйти из колеи» парадигмы сложная, а по Хайдеггеру, невозможная задача: она просто не может «возникнуть», для этого «нет места». Теория демократии возможна только как *технология* решения *известных* задач, ориентированная парадигматическим представлением; для современности, как показывает Анкерсмит, способом представления является изображение, рассказ («предельная интенсивность» здесь давно получила имя: это *миф*). Политический романтизм и эстетическая политика, единые в своей парадигматической основе, являются *необходимыми* и *существенными* аспектами/элементами представления политического в его современной либеральной версии экономической парадигмы.

Список литературы

1. Шмитт К. Политический романтизм. М.: Праксис, 2015. 460 с.
2. Шмитт К. Духовно-историческое состояние современного парламентаризма. Понятие политического. СПб.: Наука, 2016. С. 93–170.

3. Агамбен Дж. Царство и слава. К теологической генеалогии экономики и управления. М.; СПб.: Издательство Института Гайдара; Факультет свободных искусств и наук СПбГУ, 2019. 552 с.
4. Анкерсмит Ф. Р. Эстетическая политика. Политическая философия по ту сторону факта и ценности. М.: Издательский дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2014. 432 с.
5. Хайдеггер М. Ницше: в 2 т. СПб.: Владимир Даль, 2006.
6. Шмитт К. Понятие политического // Понятие политического. СПб.: Наука, 2016. С. 280–408.
7. Жданова И. В., Мальцев К. Г. «Самооправдание философии»: «междисциплинарность» как способ «встроиться» в «дисциплинарную структуру» современной науки // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2020. № 5. С. 126–133.
8. Сеннет Р. Падение публичного человека. М.: Логос, 2002. 424 с.
9. Хабермас Ю. Теория коммуникативной деятельности. М.: Весь Мир, 2022. 880 с.
10. Хайдеггер М. Размышления II–VI (Черные тетради. 1931–1938). М.: Изд-во Института Гайдара, 2016. 584 с.
11. Ломако Л. Л., Мальцев К. Г. «Культурные особенности»: политизация, деполитизация и глобальный порядок // Евразийский юридический журнал. 2021. № 3 (154). С. 485–490.
12. Мальцев К. Г., Мальцева А. В. Еще к истолкованию «децизионизма К. Шмитта» // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2021. Т. 11, № 3. С. 216–229.
13. Анкерсмит Ф. Р. Нарративная логика. Семантический анализ языка историков. М.: Идея-Пресс, 2003. 360 с.
14. Анкерсмит Ф. Р. Политическая репрезентация. М.: Издательский дом Государственного университета – Высшей школы экономики, 2012. 288 с.
15. Фуко М. Безопасность, территория, население. СПб.: Наука, 2011. 544 с.
16. Хайдеггер М. Размышления VII–XI (Черные тетради. 1938–1939). М.: Изд-во Института Гайдара, 2018. 528 с.
17. Рорти Р. Случайность, ирония и солидарность. М.: Русское феноменологическое общество, 1996. 280 с.
18. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. М.: Добросвет, КДУ, 2011. 392 с.
19. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции. М.: ПОСТУМ, 2015. 240 с.
20. Токвиль А. де. Демократия в Америке. М.: Прогресс, 1992. 554 с.
21. Арндт Х. О насилии. М.: Новое издательство, 2014. 148 с.
22. Арндт Х. О революции. М.: Европа, 2011. 464 с.
23. Walter B. Zur Kritik der Gewalt // Gesammelte Schriften. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1991. Vol. 2.1. P. 179–203.
24. Агамбен Дж. Homo sacer. Чрезвычайное положение. М.: Европа, 2011. 148 с.
25. Хардт М., Негри А. Множество: война и демократия в эпоху империи. М.: Культурная революция, 2006. 559 с.
26. Мальцев К. Г., Мальцева А. В. Биополитическое производство жизни и «новая война»: опыт философского истолкования // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2021. № 4. С. 86–94.
27. Мальцев К. Г., Мальцева А. В., Ломако Л. Л. Дискурсы новой «гибридной» войны: содержание и критика // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. 2021. Т. 11, № 4. С. 123–134.

References

1. Shmitt K. Politicheskij romantizm [Political Romanticism]. Moscow, Praxis Press Publ., 2015. 460 p.
2. Shmitt K. Dukhovno-istoricheskoe sostoyanie sovremennogo parlamentarizma. Ponyatie politicheskogo [Spiritual and historical state of modern parliamentarism. The concept of the political]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2016, pp. 93–170.

3. Agamben Dzh. Tsarstvo i slava. K teologicheskoi genealogii ekonomiki i upravleniya [The Kingdom and the Glory: For a Theological Genealogy of Economy and Government]. Moscow, St. Peterburg, Izdatel'stvo Instituta Gaidara, Fakul'tet svobodnykh iskusstv i nauk SPbGU Publ., 2019. 552 p.
4. Ankersmit F. R. Esteticheskaya politika. Politicheskaya filosofiya po tu storonu fakta i tsennosti [Aesthetic policy. Political philosophy beyond fact and value]. Moscow, Publishing House of the State University – Higher School of Economics Publ., 2014. 432 p.
5. Xajdegger M. Nitsshe [Nietzsche]. St. Peterburg, Vladimir Dal' Publ., 2006.
6. Shmitt K. Ponyatie politicheskogo [The concept of the political]. Ponyatie politicheskogo [The concept of the political]. St. Peterburg, Nauka Publ., 2016, pp. 280–408.
7. Zhdanova I. V., Mal'cev K. G. "Samoopravdanie filosofii": "mezhdisciplinarnost'" kak sposob "vstroit'sya" v "disciplinarnuyu strukturu" sovremennoj nauki ["Self-justification of philosophy": "interdisciplinarity" as a way to "integrate" into the "disciplinary structure" of modern science]. *Intellekt. Innovacii. Investicii = Intelligence. Innovation. Investment*, 2020, no. 5, pp. 126–133.
8. Sennet R. Padenie publichnogo cheloveka [The fall of a public person]. Moscow, Logos Publ., 2002. 424 p.
9. Xabermas Yu. Teoriya kommunikativnoj deyatel'nosti [Theory of communicative activity]. Moscow, Ves' Mir Publ., 2022. 880 p.
10. Xajdegger M. Razmyshleniia II–VI (Chernye tetrad. 1931–1938) [Ponderings II–VI (Black Notebooks. 1931–1938)]. Moscow, Institut Gaïdara Publ., 2016. 584 p.
11. Lomako L. L., Mal'cev K. G. "Kul'turnye osobennosti": politizaciya, depolitizaciya i global'nyj poryadok ["Cultural peculiarities": politicization, depoliticization and global order]. *Evrazijskij yuridicheskij zhurnal = Eurasian Legal Journal*, 2021, no. 3 (154), pp. 485–490.
12. Mal'cev K. G., Mal'ceva A. V. Eshhe k istolkovaniyu "decizionizma k. Shmitta" [More to the interpretation of "K. Schmitt's decizionism"]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2021, vol. 11, no. 3, pp. 216–229.
13. Ankersmit F. R. Narrativnaya logika. Semanticheskij analiz yazyka istorikov [Narrative logic. Semantic analysis of the language of historians]. Moscow, Idea-Press Publ., 2003. 360 p.
14. Ankersmit F. R. Politicheskaya reprezentatsiya [Political representation]. Moscow, Publishing House of the State University – Higher School of Economics Publ., 2012. 288 p.
15. Fuko M. Bezopasnost', territoriya, naselenie [Security, territory, population]. St. Petersburg, Nauka Publ., 2011. 544 p.
16. Xajdegger M. M. Razmyshleniia VII–XI (Chernye tetrad. 1938–1939) [Ponderings. VII–XI (Black Notebooks. 1938–1939)]. Moscow, Institut Gaïdara Publ., 2018. 528 p.
17. Rorti R. Sluchajnost', ironiya i solidarnost' [Chance, irony and solidarity]. Moscow, Russkoe fenomenologicheskoe obshchestvo Publ., 1996. 280 p.
18. Bodriyar Zh. Simvolicheskii obmen i smert' [Symbolic exchange and death]. Moscow, Dobrosvet, KDU Publ., 2006. 389 p.
19. Bodriyar Zh. Simulyakry i simulyacii [Simulacra and simulations]. Moscow, POSTUM Publ., 2015. 240 p.
20. Tokvil' A. de. Demokratiya v Amerike [Democracy in America]. Moscow, Progress Press Publ., 1992. 554 p.
21. Arendt X. O nasilii [About violenc]. Moscow, Novoe izdatel'stvo Publ., 2014. 148 p.
22. Arendt X. O revolyutsii [About the revolution]. Moscow, Evropa Press Publ., 2011. 464 p.
23. Walter B. Zur Kritik der Gewalt. Gesammelte Schriften. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1991, vol. 2.1, pp. 179–203. (In German)
24. Agamben Dzh. Homo sacer. Chrezvychainoe polozhenie [Homo sacer. State of emergency]. Moscow, Evropa Publ., 2011. 148 p.
25. Xardt M., Negri A. Mnozhestvo: voyna i demokratiya v epokhu imperii [The multitude: war and democracy in the era of empire]. Moscow, Kul'turnaya revolyutsiya Publ., 2006. 559 p.
26. Mal'cev K. G., Mal'ceva A. V. Biopoliticheskoe proizvodstvo zhizni i "novaya vojna": opyt filosofskogo istolkovaniya [Biopolitical production of life and the "new war": the experience of philo-

27. Mal'cev K. G., Mal'ceva A. V., Lomako L. L. Diskursy novoj "gibridnoj" vojny: sodержanie i kritika [Discourses of a new "hybrid" war: content and criticism]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istorija i parvo = Proceedings of the Southwest State University. Series: History and Law*, 2021, vol. 11, no. 4, pp. 123–134.

Информация об авторах / Information about the Authors

Мальцев Константин Геннадьевич, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры теории и методологии науки, Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: maltsevaannav@mail.ru,
ORCID: 0000-0003-1398-6625

Konstantin G. Maltsev, Doctor of Sciences (Philosophy), Professor, Professor of the Department of Theory and Methodology of Science, Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: maltsevaannav@mail.ru,
ORCID: 0000-0003-1398-6625

Мальцева Анна Викторовна, кандидат политических наук, доцент кафедры теории и методологии науки, Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: pavic69@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-7287-3113

Anna V. Maltseva, Candidate of Sciences (Political), Associate Professor of the Department of Theory and Methodology of Science, Belgorod state Technological University named after V. G. Shukhov, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: pavic69@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-7287-3113

Ломако Леонид Леонидович, старший преподаватель кафедры теории и методологии науки, Белгородский государственный технологический университет им. В. Г. Шухова, г. Белгород, Российская Федерация,
e-mail: parmenid@bk.ru,
ORCID: 0000-0001-9608-615X

Leonid L. Lomako, Senior Lecturer of the Department of Theory and Methodology of Science, Belgorod State Technological University named after V. G. Shukhov, Belgorod, Russian Federation,
e-mail: parmenid@bk.ru,
ORCID: 0000-0001-9608-615X

Оригинальная статья / Original article

УДК 124.2, 316.4

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-252-261>**Общая структура эмпирической картины диспозиций институциональных агентов модели «тройной спирали» в России****Е. Г. Каменский¹ ✉, А. В. Маякова¹, А. Ю. Огурцова¹, М. А. Гусейнов¹**¹ Юго-Западный государственный университет
ул. 50 лет Октября, д. 94, г. Курск 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: kamensky80@mail.ru

Резюме

Актуальность. Современный этап инновационного развития в модели «тройной спирали» реализуется не сам по себе, а через деятельность институциональных агентов ее структуры. Потому изучение их диспозиций является особо важным. От их состояния во многом зависит реальное качество трансинституционального взаимодействия.

Целью данного исследования является рассмотрение и анализ субъектных диспозиций институциональных агентов «тройной спирали». Среди институциональных структур особое внимание уделялось состоянию и роли современной системы высшего образования, в первую очередь собственно региональным вузам, непосредственно включенным в территориальные процессы «спирализации».

Задачи – описать и обобщенно представить структуру диспозиций институциональных агентов тройной спирали.

Методология. Исследование выполнено социологическими методами опросов и интервью на основании системных принципов интерпретации.

Результаты. В итоге исследования сформирована обобщенная структурированная эмпирическая картина субъективных диспозиций институциональных агентов «тройной спирали». Согласно экспертным позициям исследования, отрицать сегодня традиционную институциональную предзаданность «спиральных» процессов не только преждевременно, но и опасно. Однако необходимо создание площадок задействования актуальных морфологий коллективного интеллекта, в т. ч. гибридного, как инструмента преодоления исключительно институциональной «предзаданности» инновационного процесса.

Выводы. Можно утверждать, что, несмотря на институциональные особенности представителей власти, бизнеса, образования как носителей различной профессиональной культуры, все они в своих суждениях объединены общим зонтичным проектом «Прорыв России». Одним из уникальных синергетических трендов, претендующих, по нашему мнению, на максимально быстрое развитие и достижение научного, политического и экономического «хайпа», выступает платформа «Университет 4.0».

Ключевые слова: модель «тройной спирали»; социальные институты; власть, бизнес; образование; наука.

Финансирование: Исследование выполнено при финансовой поддержке РНФ в рамках научного проекта № 22-28-00662, <https://rscf.ru/project/22-28-00662/>.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Общая структура эмпирической картины диспозиций институциональных агентов модели «тройной спирали» в России / Е. Г. Каменский, А. В. Маякова, А. Ю. Огурцова, М. А. Гусейнов // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 252–261. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-252-261>.

Поступила в редакцию 16.02.2024

Принята к публикации 10.03.2024

Опубликована 27.04.2024

The General Structure of the Empirical Picture of the Dispositions of Institutional Agents of the "Triple Helix" Model in Russia

Evgeny G. Kamensky¹ ✉, Anna V. Mayakova¹, Albina Y. Ogurtsova¹,
Maxim A. Huseynov¹

¹ Southwest State University
50 Let Oktyabrya Str. 94, Kursk 305040, Russian Federation

✉ e-mail: kamensky80@mail.ru

Abstract

Relevance. The modern stage of innovative development in the "triple helix" model is realized not by itself, but through the activities of institutional agents of its structure. Therefore, the study of their dispositions is especially important. The real quality of transinstitutional interaction largely depends on their condition.

The purpose of this study is to consider and analyze the subjective dispositions of institutional agents of the "triple helix". Among the institutional structures, special attention was paid to the state and role of the modern higher education system, primarily to the regional universities themselves, directly involved in the territorial processes of "spiralization".

The objectives are to describe and generalize the structure of dispositions of institutional agents of the triple helix.

Methodology. The research was carried out using sociological methods of surveys and interviews based on systemic principles of interpretation.

Results. As a result of the study, a generalized structured empirical picture of the subjective dispositions of institutional agents of the "triple helix" was formed. According to the expert positions of the study, today it is not only premature, but also dangerous to deny the traditional institutional predestination of "spiral" processes. However, it is necessary to create platforms for using relevant morphologies of collective intelligence, including hybrid intelligence, as a tool to overcome the exclusively institutional "predestination" of the innovation process.

Conclusions. It can be argued that despite the institutional peculiarities of representatives of government, business, and education, as bearers of various professional cultures, all of them are united in their judgments by a common umbrella project of the "breakthrough of Russia". One of the unique synergetic trends, claiming, in our opinion, for the fastest possible development and achievement of scientific, political and economic "hype", is the University 4.0 platform.

Keywords: the triple helix model; social institutions; government; business; education; science.

Funding: Research is executed at the expense of a grant Russian Science Foundation № 22-28-00662, <https://rscf.ru/project/22-28-00662/>.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Kamensky E. G., Mayakova A. V., Ogurtsova A. Y., Huseynov M. A. The General Structure of the Empirical Picture of the Dispositions of Institutional Agents of the "Triple Helix" Model in Russia. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 252–261. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-252-261>.

Received 16.02.2024

Accepted 10.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Приоритеты опережающего развития России, являющегося залогом геополитической независимости, так или иначе апеллируют к общим конструктам инноватизации, четко обозначенным Прези-

дентом РФ в его программных выступлениях и закрепленным в соответствующих документах федерального значения. Мы неоднократно писали ранее о том, что такие приоритеты фактически реализуются в так называемой модели «тройной

спирали» [1]. Не вдаваясь вновь в теоретические экзерсисы, в данной работе мы хотим продемонстрировать субъектные диспозиции институциональных агентов этой спирали, т. е. привести установки, суждения, позиции именно представителей институтов власти, бизнеса, образования.

Контуры исследовательской работы в целом определялись нами по нескольким актуальным критериям:

- теоретико-методологическое описание модели «тройной спирали» и его эволюция когерентно процессам геополитической, внутривластной, экономической и социокультурной динамики, что уже не раз было сделано ранее;

- актуальные тренды социально-экономического роста / развития России и ее регионов, отражаемые в программно-нормативном регулировании политики инноватизации, что также было представлено в предыдущих публикациях [2];

- институциональные и трансинституциональные процессы «спирализации», их состояние и риски, отраженные в субъектных диспозициях их агентов, чему и посвящено данное исследование.

Среди институциональных структур особое внимание уделялось состоянию и роли современной системы высшего образования. В первую очередь собственно региональным вузам, непосредственно включенным в территориальные процессы «спирализации». Именно специфика регионального вуза как институционального агента инновационной политики регионов выявляет особенности его статуса как элемента инновационно-экономической региональной инфраструктуры в модели «тройной спирали».

Такой фокус внимания определен тем обстоятельством, что такие вузы, по разным оценкам, составляют до 90% всей университетской системы страны. В таком контексте интересно оценить векторы, показатели, тренды Предпринимательского университета – Университета

3.0, а также перспективной модели Университета четвертого поколения.

Эволюция теоретико-методологических подходов к описанию и пониманию модели «тройной спирали» позволяет перейти к эмпирическому анализу проблемы синергии институциональных социокодов, когда, представляя собой трансинституциональный комплекс отношений институтов власти, бизнеса и науки / образования, данная модель имеет конкретные, измеримые цели по стимулированию инновационной активности ее субъектов, реализации инновационной политики и политики прорыва в целом. Для построения эмпирических показателей и был ранее проанализирован динамично развивающийся теоретический фундамент «спиральной» модели, когда уже можно говорить уже о *n-Helix models*.

Анализ преломления модели «тройной спирали» через призму прикладных областей жизнедеятельности человека и общества представлен в ряде работ современных отечественных и зарубежных исследователей, таких как Н. Е. Бондаренко, М. В. Дубовик, Р. В. Губарев, У. Б. Баймуратов, Р. А. Жанбаев, С. С. Сагинтаева, Г. И. Бурдакова, А. С. Бянкин, В. О. Вахрушева [3; 4; 5].

Философско-методологический аспект формирования и функционирования модели «государство – наука – бизнес» отражен в трудах научных деятелей в области философских и социогуманитарных наук: В. В. Петрова, Л. П. Киященко, Т. И. Суловой и др. [6; 7; 8].

Тематика развития экономики России и сферы промышленности в частности поднимается на самом высоком уровне в докладах и посланиях Президента РФ В. В. Путина, а также в исследованиях и докладах не только ученых, но и политических и общественных деятелей, таких как М. В. Мишустин, Д. В. Мантуров, М. Г. Решетников, Э. С. Набиуллина и др. [9; 10].

Материалы и методы

Акцентированное магистральным комплексное эмпирическое социологическое исследование, как верифицирующее разработанные ранее теоретические априорные модели, так и создающее репрезентативный базис для последующей концептуализации объекта изучения проекта в целом, проведено следующими традиционными качественными и количественными методами:

1. Экспертный опрос (интервью) представителей бизнеса, образования, власти, занимающих административные должности и активно участвующих в процессах институционального взаимодействия (как на уровне программно-методического, организационного, правового обеспечения, документационного оборота, так и в сфере непосредственного исполнения и реализации). Опрос экспертов, представляющих организации в различных по показателям социально-экономического развития, проведен в определенных на 2023 г. модельных регионах (г. Хабаровск, г. Томск, Курская и Белгородская области).

2. Массовый сплошной опрос (анкетирование) населения указанных регионов России об их запросах к деятельности институтов власти, образования и бизнеса, ожидаемых результатах и эффектах их взаимодействия. Выборочную совокупность составили респонденты, непосредственно не занятые в сфере бизнеса, образования или политической власти, но являющиеся потребителями продуктов / результатов работы данных институтов ($N = 1213$ человек совокупно, где выборочная совокупность для каждого региона (Хабаровск, Томск, Курская и Белгородская область) определена соответственно генеральной). Методиками определения выборочной совокупности послужили общепризнанные инструменты ФОМ, ВЦИОМ, Центра гражданских и социальных инициатив Курской области.

3. Фокус-групповые исследования экспертного сообщества и отдельных номинальных групп населения регионов России, направленные на выяснение нерелексивных, эмоционально-оценочных аспектов общественного мнения о взаимодействии институтов власти, образования и бизнеса.

Результаты и их обсуждение

Одной из наиболее значимых площадок исследований в общем объеме эмпирической работы можно признать опросы и интервью, проведенные на мероприятии-спутнике Конгресса молодых ученых «Создание в Хабаровском крае эффективных механизмов трансфера технологий и вовлечения исследователей и инженеров в решение задач компаний реального сектора экономики и обеспечения их долгосрочной конкурентоспособности», проводимого в рамках Десятилетия науки и технологий, объявленного Указом Президента РФ от 25.04.2022 г. № 231 (21-23 сентября 2023 г., Хабаровск). Данное мероприятие позволило расширить перечень регионов исследования проекта территориями Дальнего Востока России. Кроме того, экспертная группа, сформированная организаторами мероприятия, имеет широкое институциональное, профессиональное и территориальное представительство, максимально удовлетворяющее цели и задачам проекта.

Так, например, актуальность исследования в данном, вновь введенном в эмпирический базис регионе обусловлена сложной миграционной ситуацией в нем на фоне аккумуляции усилий государства по развитию инфраструктуры «тройной спирали» на Дальнем Востоке. Так, по данным, опубликованным в открытом доступе, отток населения из Хабаровского края в 2022 г. составил 49 тыс. чел., т. е. 4% [11], а в первом полугодии 2023 г. тенденция сохраняется, хотя формально цифра уехавших опережает коли-

чество приехавших всего на 126 человек. Показательно здесь и то, что по количеству внутренних в границах РФ мигрантов уже много лет имеющая в политическом и экономическом сознании статус инновационного региона Белгородская область занимает второе место, уступая лишь Забайкалью.

Однозначно установить причины такой ситуации достаточно сложно. По результатам эмпирического исследования социальных настроений и базовых паттернов общественного сознания населения Белгородской области как «инновационного региона», достаточно успешно реализующей модель «тройной спирали» в традиции, заложенной с 1997 г. бывшем губернатором Е. С. Савченко, не формируется какого-либо основного фактора. Констатируется достаточный высокий уровень гражданской гордости белгородцев за территорию своего проживания (76%), осознание ее высокого промышленного и инвестиционного потенциала (77%). Среди внестоличных территорий такие результаты близки показателям по Томской области (69% и 72% соответственно), что на фоне высокого научного и иного ресурсного потенциала Западной Сибири выглядит закономерным.

При этом при столь положительном сравнении указанных территорий Черноземья и Сибири в Курской области и Хабаровском крае также наблюдаются схожие статистические аналогии, но с негативной окраской. Низкой уровень развития наукоемких производств, как и региональной промышленности в целом, непривлекательный инвестиционный климат отмечают обобщенно в среднем 78% и 81% жителей г. Курска и г. Хабаровска соответственно. Подобные результаты позволяют говорить в первую очередь не об объективных территориальных особенностях субъектов Федерации, затрудняющих повышение эффективности модели «тройной спирали» на их территориях.

Во главу угла ставятся административно-управленческие факторы в формате «неэффективного руководства региональной экономикой», «кумовства», «коррупционности», «развала промышленности», «неэффективности использования ресурсов» и иные формулировки, встречающиеся в ответах на открытые вопросы опросников.

В данном случае при попытке объективной оценки таких результатов логично формируется вывод о высокой справедливости подобных «клише», так как Курская и Белгородская области как регионы Черноземья объективно обладают схожим сырьевым потенциалом и географической, а следовательно, и природно-климатической близостью, что исключает низведение причин разного уровня развития «спиральных» отношений географическим детерминизмом. Аналогично и Сибирский регион, и Дальний Восток значительно удалены от столичного центра и в этом схожи, но здесь все же присутствует ощутимая разница в концентрации научного потенциала именно в западно-сибирском кластере (Томск, Новосибирск) по сравнению с Хабаровским краем. К тому же необходимо учитывать приграничный статус Белгородской и Курской областей, неизбежно влияющих на рефлексивные процессы населения, экспертного сообщества, институциональных агентов «тройной спирали». Но так или иначе, фактор СВО не только формирует, но и стимулирует новые задачи по аккумуляции и ускоренной реализации задач инновационного развития, наглядно отражающего политику импортозамещения, создания устойчивого технологического суверенитета и иных приоритетов стратегии российского прорыва.

В связи с таким эмпирическим распределением показателей в контексте общей геополитической нестабильности выработка каких-либо новых критериев

картографирования территорий и формирование соответствующих атласов, помимо идентифицированных и описанных в процессе реализации национальных проектов, представляется сегодня спекулятивным. Необходимо некоторое перенесение горизонта прогноза в перспективу, когда под воздействием внешних и внутренних факторов Россия неизбежно обретет уже четко осознаваемые основания государственного гомеостаза – импортозамещение, технологический суверенитет и, как следствие, переход от институциональной предметной ориентированности отношений «тройной спирали» к проблемно-ориентированности [12; 13; 14; 15; 16; 17; 18; 19; 20].

Например, создание площадок взаимодействия актуальных морфологий коллективного интеллекта, в т. ч. гибридного, как инструмента преодоления исключительно институциональной «предзаданности» инновационного процесса, уже не отвечающей в полной мере сложности стоящих перед Россией больших вызовов. Именно таким в числе прочих задачи отвечает новый концепт «Университет 4.0».

Однако, согласно экспертным позициям нашего исследования, отрицать сегодня традиционную институциональную предзаданность «спиральных» процессов не только преждевременно, но и опасно. Так, в первую очередь в связи с контекстуальным приграничным положением территорий Черноземья в СВО большинство экспертов акцентируют стимулирование инновационной деятельности (НИОКР) именно в оборонно-промышленном комплексе страны. Примером этому могут служить и поступающие в вузы Курской области, в первую очередь ЮЗГУ, сохраняющего весь потенциал Курского технического университета, которым он и был до 2010-х гг., заказов на разработку систем и технологий для нужд российской армии и от-

дельных отраслей гражданской промышленности, определяемых СВО. При этом четко обозначаются предельно сжатые сроки удовлетворения таких запросов, позволяющих концентрированно задействовать работу научно-технических советов вузов, и в первую очередь научно-инженерных кадров региональных систем высшего образования.

При этом Президент РФ неоднократно акцентировал важность применения эффективного опыта других стран для реализации поставленных стратегических и оперативных целей в сфере развития Российской Федерации, обращая внимание на грамотный пересмотр и адаптацию к российским реалиям такого опыта. В связи с этим и было целесообразно акцентировать и проанализировать модель взаимодействия «государство – наука – бизнес» в рамках экономического развития России и установленных Президентом РФ долгосрочных планов, касающихся модернизации индустриального комплекса.

Далее мы хотели бы привести ряд конкретных экспертных позиций, характеризующих представленные выше положения.

Так, представители института власти с минимальными отклонениями говорят о поддержке спиральной модели, отклоняясь от заданного политического вектора лишь в формулировках *«необходимо еще доработать нормативную базу»*, *«нужно быстро реагировать и устранять выявленные сложности»*, *«вектор задан, надо далее его реализовать, но гибко»* и т. д. В целом такую монолитность позиций данных институциональных агентов можно признать вполне положительной. В первую очередь потому, что власть в сегодняшних реалиях действительно должна быть идеологически монолитной и работать на результат. Ну а внутренние институциональные сложности внутри же должны и оставаться.

Представители же бизнеса и образования / науки настроены не столь протекционистски в плане идейности. Тем не менее обе эти категории полностью осознают необходимость развития спиральных отношений, говоря *«полностью поддерживаю инновационный курс», «взаимодействие власти, науки и бизнеса просто необходимо для реализации национальных целей»*, и т. д. Однако не стоит забывать, что оба института имеют различные социальные цели, а следовательно, и разные типы профессиональной культуры. Тем не менее они объединены зонтичным проектом «Прорыв России», где спиральная модель является основной инструментальной матрицей.

Выводы

Подводя итог работы по решению теоретических и эмпирических задач,

можно констатировать, что путь взаимоотношений гражданских предприятий и ОПК Российской Федерации по истине уникален и неповторим остальными странами. Но для дальнейшего развития страны требуется укрепление взаимосвязей «государство – наука – бизнес» не только в ракурсе оборонно-промышленного комплекса и иных видов промышленности, но и научно-образовательных платформ, в т. ч. посредством развития внешних НИОКР и их открытия на базе высших учебных заведений. Одним из уникальных синергетических трендов, претендующих, по нашему мнению, на максимально быстрое развитие и достижение научного, политического и экономического «хайпа», и выступает платформа «Университет 4.0».

Список литературы

1. Модель «тройной спирали спирали» в оптике экспертных оценок научно-педагогического сообщества / Е. Г. Каменский, А. В. Маякова, А. Ю. Огурцова, А. С. Плякин // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2023. Т. 13, № 2. С. 215–223.
2. Нормативное и программное обеспечение модели «тройной спирали» / Е. Г. Каменский, А. В. Маякова, А. Ю. Огурцова, А. С. Плякин // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент, 2023. Т. 13, № 1. С. 187–198.
3. Официальная статистика: промышленное производство // Федеральная служба государственной статистики. URL: https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial (дата обращения: 27.01.2024).
4. Бондаренко Н. Е., Дубовик М. В., Губарев Р. В. «Тройная спираль» как основа создания инновационных систем // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2018. № 2 (98). С. 3–15.
5. Баймуратов У. Б., Жанбаев Р. А., Сагинтаева С. С. Модель тройной спирали в формировании концептуального механизма взаимодействия высшего образования и бизнеса: региональный аспект // Экономика региона. 2020. Т. 16., вып. 4. С. 1046–1060.
6. Бурдакова Г. И., Бянкин А. С., Вахрушева В. О. Развитие технологического предпринимательства в регионе на основе модели «тройной спирали» // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. Экономические науки. 2017. Т. 10, № 6. С. 172–181.
7. Петров В. В. «Треугольник Лаврентьева» в концепции «Тройной спирали» инновационного развития // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Философия. 2015. Т. 13, вып. 3. С. 56–62.
8. Киященко Л. П. Тройная спираль трансдисциплинарности в обществе знаний // Знание. Понимание. Умения. 2010. № 3. С. 67–74.

9. Суслова Т. И. Концепция «тройной спирали» в образовании как условие развития потенциала личности // Успехи современного естествознания. 2014. № 3. С. 187–189.
10. Заседание Правительства РФ от 23 августа 2023 года // Правительство России. URL: <http://government.ru/news/49324/> (дата обращения: 27.01.2024).
11. Отток населения из Хабаровского края проанализировали эксперты. URL: <https://www.dvnovosti.ru/khab/2023/09/14/160442/> (дата обращения: 27.01.2024).
12. Луман Н. Истина, знание, наука как система. М.: Логос, 2016. 408 с.
13. Луман Н. Общество как социальная система. М.: Логос, 2004. 236 с.
14. Хабермас Ю. Теория коммуникативного действия // Вестник Московского университета. Серия 7: Философия. 2007. № 4. С. 43–63.
15. Gross domestic spending on R&D. URL: <http://https://www.oecd-ilibrary.org/> (дата обращения: 19.01.2024).
16. Титков И. А. Время экономических перемен: межфирменная кооперация военно-промышленного комплекса и гражданских предприятий различных форм собственности // Экономика и социум: современные модели развития. 2020. Т. 10, № 4. С. 409–427.
17. Управление перспективных исследовательских проектов Министерства обороны США. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 19.01.2024).
18. Нормативное и программное обеспечение модели «тройной спирали» / Е. Г. Каменский, А. В. Маякова, А. Ю. Огурцова, А. С. Плякин // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент, 2023. Т. 13, № 1. С. 187–198
19. Gross domestic spending on R&D // OECD. URL: <http://https://www.oecd-ilibrary.org/> (дата обращения: 19.01.2024).
20. Петрова В. Инновации со знаком неопределенности // Коммерсантъ. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6250698?ysclid=Int5ke5k2u304412637> (дата обращения: 18.01.2024).

References

1. Kamenskij E. G., Mayakova A. V., Ogurcova A. Yu., Plyakin A. S. Model' "trojnoj spirali spirali" v optike ekspertnyh ocenok nauchno-pedagogicheskogo soobshchestva [The model of the "triple spiral spiral" in the optics of expert assessments of the scientific and pedagogical community]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2023, vol. 13, no. 2, pp. 215–223.
2. Kamenskij E. G., Mayakova A. V., Ogurcova A. Yu., Plyakin A. S. Normativnoe i programmnnoe obespechenie modeli "trojnoj spirali" [Normative and software of the triple helix model]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2023, vol. 13, no. 1, pp. 187–198.
3. Oficial'naya statistika: promyshlennoe proizvodstvo [Official statistics: industrial production]. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki [Federal State Statistics Service]. Available at: https://rosstat.gov.ru/enterprise_industrial. (accessed 27.01.2024)
4. Bondarenko N. E., Dubovik M. V., Gubarev R. V. "Trojnaya spiral'" kak osnova sozdaniya innovacionnyh sistem ["Triple helix" as the basis for creating innovative systems]. *Vestnik Rossiiskogo ekonomicheskogo universiteta im. G. V. Plekhanova = Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics*, 2018, no. 2 (98), pp. 3–15.
5. Bajmuratov U. B., Zhanbaev R. A., Sagintaeva S. S. Model' trojnoj spirali v formirovanii konceptual'nogo mekhanizma vzaimodejstviya vysshego obrazovaniya i biznesa: regional'nyj aspekt [The triple helix model in the formation of a conceptual mechanism for interaction between higher education and business: a regional aspect]. *Ekonomika regiona = The Economy of the Region*, 2020, vol. 16, is. 4, pp. 1046–1060.

6. Burdakova G. I., Byankin A. S., Vahrusheva V. O. Razvitie tekhnologicheskogo predprinimatel'stva v regione na osnove modeli "trojnoj spirali" [Development of technological entrepreneurship in the region based on the "triple helix" model]. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti Sankt-Peterburgskogo politekhnicheskogo universiteta Petra Velikogo. Ekonomicheskie nauki = Scientific and Technical Bulletin of Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. Economic Sciences*, 2017, vol. 10, no. 6, pp. 172–181.
7. Petrov V. V. "Treugol'nik Lavrent'eva" v koncepcii "Trojnoj spirali" innovacionnogo razvitiya ["Lavrentiev's triangle" in the concept of the "Triple spiral" of innovative development]. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya = Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Philosophy*, 2015, vol. 13, is. 3, pp. 56–62.
8. Kiyashchenko L. P. Trojnaya spiral' transdisciplinarnosti v obshchestve znaniy [The triple spiral of transdisciplinarity in the society of knowledge]. *Znanie. Ponimanie. Umeniya = Knowledge. Understanding. Skills*, 2010, no. 3, pp. 67–74.
9. Suslova T. I. Koncepciya "trojnoj spirali" v obrazovanii kak uslovie razvitiya potenciala lichnosti [The concept of the "triple helix" in education as a condition for the development of personality potential]. *Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya = Successes of Modern Natural Science*, 2014, no. 3, pp. 187–189.
10. Zasedanie Pravitel'stva RF ot 23 avgusta 2023 goda [Meeting of the Government of the Russian Federation on August 23, 2023]. Pravitel'stvo Rossii [Government of Russia]. Available at: <http://government.ru/news/49324/>. (accessed 27.01.2024)
11. Ottok naseleniya iz Habarovskogo kraja proanalizirovali eksperty [The outflow of population from the Khabarovsk Territory was analyzed by experts]. Available at: <https://www.dvnovosti.ru/khab/2023/09/14/160442/>. (accessed 27.01.2024)
12. Luman N. Istina, znanie, nauka kak Sistema [Truth, knowledge, science as a system]. Moscow, Logos Publ., 2016. 408 p.
13. Luman N. Obshchestvo kak social'naya Sistema [Society as a social system]. Moscow, Logos Publ., 2004. 236 p.
14. Habermas Yu. Teoriya kommunikativnogo dejstviya [Theory of communicative action]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 7: Filosofiya = Bulletin of the Moscow University. Episode 7: Philosophy*, 2007, no. 4, pp. 43–63.
15. Gross domestic spending on R&D. Available at: <http://https://www.oecd-ilibrary.org/>. (accessed 19.01.2024)
16. Titkov I. A. Vremya ekonomicheskikh peremen: mezhfirmennaya kooperaciya voenno-promyshlennogo kompleksa i grazhdanskikh predpriyatij razlichnykh form sobstvennosti [Time of economic change: inter-company cooperation of the military-industrial complex and civilian enterprises of various forms of ownership]. *Ekonomika i socium: sovremennye modeli razvitiya = Economics and Society: Modern Models of Development*, 2020, vol. 10, no. 4, pp. 409–427.
17. Upravlenie perspektivnykh issledovatel'skikh projektov Ministerstva oborony SShA [The Office of Advanced Research Projects of the U.S. Department of Defense]. Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki>. (accessed 19.01.2024)
18. Kamenskij E. G., Mayakova A. V., Ogurcova A. Yu., Plyakin A. S. Normativnoe i programnoe obespechenie modeli "trojnoj spirali" [Normative and software of the triple helix model]. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*, 2023, vol. 13, no. 1, pp. 187–198.
19. Gross domestic spending on R&D. OECD. Available at: <http://https://www.oecd-ilibrary.org/>. (accessed 19.01.2024)
20. Petrova V. Innovacii so znakom neopredelennosti [Innovations with a sign of uncertainty]. *Kommersant* [Kommersant]. Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/6250698?ysclid=Int5ke5k2u304412637>. (accessed 18.01.2024)

Информация об авторах / Information about the Authors

Каменский Евгений Георгиевич, доктор философских наук, доцент, профессор кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: kamensky80@mail.ru

Evgeny G. Kamensky, Doctor of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Professor of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: kamensky80@mail.ru

Маякова Анна Васильевна, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры международных отношений и государственного управления, Юго-Западный государственный университет,
г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: i@amajakova.ru

Anna V. Mayakova, Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Relations and Public Administration, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: i@amajakova.ru

Огурцова Альбина Юрьевна, аспирант кафедры конституционного права, Юго-Западный государственный университет,
г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: ogurtsova_96_96@mail.ru

Albina Y. Ogurtsova, Post-Graduate Student of the Department of Constitutional Law, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: ogurtsova_96_96@mail.ru

Гусейнов Максим Агульфатович, аспирант кафедры философии и социологии, Юго-Западный государственный университет,
г. Курск, Российская Федерация,
e-mail: kamenskyeg80@gmail.com

Maxim A. Huseynov, Post-Graduate Student of the Department of Philosophy and Sociology, Southwest State University, Kursk, Russian Federation,
e-mail: kamenskyeg80@gmail.com

«Умные технологии» масштабирования банковского бизнеса

А. С. Аверина¹✉

¹ Агентство по страхованию вкладов
ул. Высоцкого, д. 4, г. Москва 109240, Российская Федерация

✉ e-mail: anna.sergeevna.averina@yandex.ru

Резюме

Актуальность. Возрастающая конкурентная борьба между финансовыми организациями и технологическими компаниями требуют активного внедрения инновационных разработок в текущую деятельность. Искусственный интеллект становится повседневным фактом присутствия в коммуникациях между бизнес-партнерами и клиентами, порождая новые форматы взаимодействия. «Умные технологии» на основе искусственного интеллекта способны взять на себя определенные механические функции, связанные с проверкой и верификацией условий договоров, что позволяет значительно ускорить формальные процедуры и снизить вероятность операционных ошибок. Инновационные решения по исполнению договорных обязательств на основе заключения смарт-контрактов в различных сферах бизнеса способствуют применению таковых и в банковском деле, где постоянно происходит коммуницирование по стандартным банковским процедурам.

Цель. В работе поставлена цель – раскрыть особенность применения смарт-контракта в банковском бизнесе для его масштабирования.

Задачи. В статье были поставлены и последовательно решены следующие задачи: изучить особенности и природу появления смарт-контрактов в бизнес-среде; проанализировать существующую практику использования данного инструмента; сформулировать принципы трансформации процессов контрактации с внедрением «умных технологий» в традиционный банковский бизнес.

Методология. В работе были использованы методы обобщения, систематизации, аналогии, графического и логического анализа, генерирования идей.

Результаты. В работе изучены свойства инновационного цифрового инструмента контрактации банковского бизнеса, выделены его основные характеристики и основания для применения, рассмотрен механизм его реализации в блокчейн среде.

Выводы. В статье рассмотрены направления будущего развития банкинга в отечественном банковском секторе и сделаны выводы о дальнейшем развитии «умных технологий» в условиях нарастающей конкуренции между банковскими и технологическими компаниями. Расширение банковского бизнеса в онлайн-пространстве невозможно без применения передовых решений в сфере клиентского обслуживания, что приводит к появлению и развитию практики интеллектуализации традиционных контрактных процессов.

Ключевые слова: смарт-контракт; банк; гарантия; сервис; блокчейн-среда; оператор.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Аверина А. С. «Умные технологии» масштабирования банковского бизнеса // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 262–274. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-262-274>.

Поступила в редакцию 11.02.2024

Принята к публикации 05.03.2024

Опубликована 27.04.2024

Development Prospects of Modern Banking

Anna S. Averina¹ ✉

¹ Deposit Insurance Agency

4 Vysotsky Str., Moscow 109240, Russian Federation

✉ e-mail: anna.sergeevna.averina@yandex.ru

Abstract

Relevance. The increasing competition between financial institutions and technology companies requires the active implementation of innovative developments in current activities. Artificial intelligence is becoming an everyday fact of presence in communications between business partners and customers, generating new formats of interaction. "Smart" technologies based on artificial intelligence are able to take on certain mechanical functions related to the verification and verification of contract terms, which can significantly speed up formal procedures and reduce the likelihood of operational errors. Innovative solutions for the fulfillment of contractual obligations based on the signing of smart contracts in various business areas contribute to the use of such in banking, where communication is constantly taking place according to standard banking procedures.

Purpose. The purpose of the work is to reveal the peculiarity of the use of a smart contract in the banking business for its scaling.

Objectives. The following tasks were set and consistently solved in the article: to study the features and nature of the emergence of smart contracts in the business environment, to analyze the existing practice of using this tool, to formulate the principles of transformation of contracting processes with the introduction of "smart" technologies into traditional banking business.

Methodology. The methods of generalization, systematization, analogy, graphical and logical analysis, and idea generation were used in the work.

Results. The paper examines the properties of an innovative digital banking business contracting tool, highlights its main characteristics and grounds for application, and considers the mechanism of its implementation in the blockchain environment.

Conclusions. The article examines the directions of the future development of banking in the domestic banking sector and draws conclusions about the further development of "smart" technologies in the context of increasing competition between banking and technology companies. The expansion of banking business in the online space is impossible without the use of advanced solutions in the field of customer service, which leads to the emergence and development of the practice of intellectualization of traditional contract processes.

Keywords: smart contract; bank; guarantee; service; blockchain environment; operator.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the author of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The author declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Averina A. S. Development Prospects of Modern Banking. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2024; 14(2): 262–274. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-262-274>.

Received 11.02.2024

Accepted 05.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Появление блокчейн-технологий в обществе вызвало революцию в системе выстраивания бизнес-коммуникаций, которые последние годы претерпевали много изменений в части цифровизации и перевода процессов на онлайн-платформы. Исследовательская компания Gartner выделила топ-10 технологических трендов [1], которые согласно прогнозам

в последующие годы будут активно развиваться и внедряться в работу бизнеса. Рассмотрим более подробно технологии и их возможности для нового практического приложения (рис. 1).

Представленные технологические тренды 2023 г. будут моделировать будущее развитие онлайн-пространств в условиях нарастающей конкуренции технологических компаний во всех сферах

бизнеса. Нацеленность указанных технологий на стратегические перспективы дает основания для планирования будущего с шагом на несколько лет, так как потенциалы могут реализоваться не сразу, быть отложенными во времени на несколько лет вперед [3]. Активное присутствие в онлайн-пространстве бизнеса, более того, банковского бизнеса, предоставляющего

услуги, будет определять его позиции на рынках. Поэтому поиск новых решений и применение инновационных передовых технологий в бизнес-процессах позволят не просто сохранить имеющиеся рыночные позиции, но и привлечь новых клиентов, нарастить обороты и повысить имидж собственной компании как лидера современного финансового мира [4].



Рис. 1. Перспективные технологии топ-2023 по версии Gartner [2]

Нарастающая конкурентная борьба на финансовом и нефинансовом рынках услуг требует активного развития основных пространств [5]. Определенно, физически уже невозможно отслеживать и обрабатывать накапливающийся клиентский опыт и прогнозировать будущее поведение клиентов. Необходимо подключить искусственный интеллект для автоматизации текущих операций и проверки надежности заключаемых сделок.

В данных условиях растет популярность технологий масштабирования бизне-

са, основанных на облачных платформах и беспроводных технологиях, позволяющих охватить большее количество клиентов за максимально короткие сроки [6]. В этой ситуации популярность смарт-контрактов как автоматизированных решений по управлению стандартными банковскими процедурами будет увеличиваться. Реализация подобных «умных контрактов» посредством коммуникации в среде блокчейн служит дополнительным преимуществом их надежности и способствует росту доверия к таким инструментам [7].

Особенность смарт-контрактов (далее – СмК) была описана американским кибернетиком Ником Сабо в 1994 г. как концепция «слепых» подписей, дающая возможность вывести на новый уровень взаимодействие между контрагентами в условиях цифровой среды. Широкое применение данных контрактов в различных сферах (финансовый сектор, торговая отрасль, аренда транспорта и недвижимости, страхование, ведение реестров в медицине, публичное управление и проведение выборов и т. п.) требуют более четкого осмысления и определения стандартов их составления и реализации. Заложенный в основу СмК компьютерный алгоритм позволяет исключить человеческий фактор и обеспечить неотказуемость исполнения контракта. Блокчейн выступает основой контракта и закладывает с его внедрением в процессинговые операции банков новую форму межорганизационного взаимодействия как гаранта надежности и неизменности его реализации при наступлении оговоренных условий [8]. Особенность такого подхода к реализации контрактов несет различные риски, обусловленные с невозможностью отмены или корректировки, если обнаружена ошибка при записи СмК. Поэтому, по мнению автора, подобные контракты достаточно эффективны при реализации стандартных банковских процедур, не требующих креативного подхода или особенных, уникальных условий для сделок.

Материалы и методы

Конкуренция на рынке банковских услуг вынудила кредитные организации расширить границы своих возможностей и масштабировать клиентский опыт посредством максимального охвата пользователей и удовлетворения их запросов по различным рода услугам и сервисам. Накопленные массивы информации уже невозможно обработать без автоматизации ручных процессов, так как производительность и скорость обработки с уча-

стием человека существенно снижаются. В сложившейся ситуации необходимо применять технологии искусственного интеллекта, позволяющие фактически в режиме реального времени обрабатывать массивы данных и самостоятельно реализовывать условия договоров [9].

«Умные технологии» применяются во многих сферах, смежных со сферой услуг, но отсутствие методических основ и законодательного регулирования в части правильности применения инструментов затрудняет их продвижение и успешное внедрение в масштабную практику организаций. Возрастающая конкуренция между банковскими учреждениями и технологическими компаниями за клиентов и пользователей сервисов не позволяет останавливаться на достигнутых результатах и заставляет внедрять решения по частичной интеллектуализации типичных операций для разгрузки специалистов и перенаправления усилий на более творческие работы [10].

Накопленный клиентский опыт подвергается постоянному анализу с применением нейросетей, что максимально экономит время и дает быстрый результат для дальнейшей обработки. Перевод ряда операций на искусственный интеллект позволит нарастить оборот, ускорить время завершения сделок и снизит уровень человеческого фактора путем автоматизации процесса [11].

Смарт-контракты – вариант интеллектуализации процессинга в банковской деятельности, но требующие определенной правовой и методической доработки для более четкого выстраивания взаимоотношений между банками и их контрагентами [12]. С данной позиции задача исследования заключалась в оценке основ реализации «умных контрактов» в банковском бизнесе и выстраивании принципов для их применения [13].

Исследование было основано на информационной и накопленной аналитической базе применения «умных контрактов» в практике российских банков

(Сбербанк, Альфа-банк, Райффайзен-банк), небанковских финансовых организаций, технологических компаний [14]. Систематизация понятий СмК и методических основ изучения природы данных контрактов была проведена посредством изучения трудов иностранных и российских авторов, заложивших первые теоретические основы данных операционных инструментов [15].

Методологическая база исследования была представлена основными методами теоретического анализа (формализация, аксиометрический метод, генерирование нового знания), методами общелогического познания (анализ, индукция, дедукция, аналогия, моделирование). Кроме того, в работе были использованы методологические новации, связанные с исследованием технологических процессов и их перекладыванием на общедоступные формы изложения.

Результаты и их обсуждение

Исследование природы понятия смарт-контракта связано с определением его сущности с позиции информатики, экономики и права. В рамках сложившейся практики реализации СмК некоторые авторы пытаются теоретически обосновать понятие подобных контрактов. Рассмотрим некоторые трактовки.

По мнению И. А. Румянцева, М. А. Рожковой, смарт-контракт – программный код, управляющий определенным активом [16]. При этом нельзя считать такой договор «умным контрактом», по мнению М. Мекки, поскольку это всего лишь запрограммированный алгоритм, который просто реализуется в цифровой среде при соблюдении заранее оговоренных условий [12]. В случаях возникновения форс-мажорных ситуаций СмК просто не реализуется, так как не имеет возможности самостоятельно управлять процессами.

Такое ограничение природы смарт-контракта невозможно считать обоснованным по причине полной автоматиза-

ции всего цикла его реализации и невозможности отказа в среде блокчейн. Поэтому стоит придерживаться подхода авторов, которые считают смарт-контракт и умный-контракт синонимами, так как для его реализации задействован искусственный интеллект.

Вторая группа авторов (Л. Г. Ефимова и О. Б. Сиземовой [15], А. А. Волос [17], А. И. Савельева [18]) считает СмК настоящим гражданско-правовым договором, который написан с применением специального компьютерного языка программирования и существует в цифровом пространстве. Уникальность данного подхода заключается в том, что среда реализации такого контракта – киберпространство – не приемлет другой формы договора, отличного от кодированной, что фактически разворачивает новое правовое направление в юриспруденции [19].

Можно частично согласиться с мнением данных авторов в той части, что это действительно юридически значимое соглашение между сторонами сделки, записанное посредством специализированного языка программирования, но его основу составляет именно программный код, который обеспечивает его исполнение в онлайн-среде [20].

Третий подход к пониманию СмК основан на двоичной природе таких контрактов и рассматривает их как способ выполнения договорных обязательств между сторонами сделки. При этом авторы по-разному трактуют контракты и их предназначение. Так, по мнению Н. Сабо [3], М. Мекки [12], Т. Довилля [21], Л. Бенсоссана [22], это компьютерные программы, которые позволяют облегчить переговоры и обеспечить исполнение контракта. По данной причине СмК не могут считаться договорами в их классическом понимании, так как фактически выступают обеспечением или гарантом выполнения традиционного (основного) договора. Смарт-контракт не существует как договор, он существует как техниче-

ский алгоритм или порядок исполнения реального договора.

Представленный подход достаточно категоричен и отличается определенной ограниченностью понимания цифрового мира и его функционирования. Действительно, смарт-контракты могут выступать дополнительным соглашением реализации традиционного договора в среде блокчейн. Но это лишь частный случай реализации волеизъявления сторон. Большое количество ситуаций связано с волеизъявлением сторон и соглашений между сторонами исключительно в онлайн-среде, где не подписывается договор, а присутствует только соглашение в виде цифрового взаимодействия (аренда через онлайн-агрегаторы, покупки в интернет-магазинах, заключение виртуальных сделок с частичной оплатой аванса). В подобных случаях отсутствует нормативная основа взаимодействия в рамках реализации СмК – нет утвержденной формы договора, что не дает возможность для правовой защиты [22].

Четвертый подход связан с пониманием смарт-контрактов как компьютерного кода и правового явления. Можно назвать данный подход комбинаторным, основанным на мнении ряда авторов (О. С. Гринь [24], И. Тревор [25], Б. М. Гонгало [26]) о том, что это новый способ заключения сделок в цифровой среде. Фактически это особая обеспечительная мера в зависимости от типа заключаемого договора, но только в тех случаях, когда основной целью договора является поставка товара, выполнение работ, предоставление услуг. В случаях, когда выдается банковская гарантия, страхуется ответственность или оформляется залог в форме смарт-контракта – это уже комбинированная форма договора, заключенного цифровой среде и записанного на специальном языке программирования.

Представленный подход (4) наиболее точен по определению комплементарности понимания природы смарт-конт-

рактов как технико-правового явления, влекущего за собой определенные договорные и имущественные обязательства. В данной ситуации можно согласиться с мнением авторов, считающих СмК двуединым понятием (это технологическое решение, влекущее за собой правовые последствия), которое имеет право на самостоятельное функционирование и реализацию исключительно в киберпространстве [27].

Таким образом, определение данного цифрового инструмента можно сформулировать следующим образом: *смарт-контракт – новая форма договорного обязательства, созданного в цифровой среде с помощью протокола блокчейн и криптографии, записанного посредством языка программирования, содержащая все необходимые условия реализации контракта*. При этом стоит отметить, что СмК имеет право на самостоятельное функционирование в онлайн-пространстве, так как в своей основе несет материальные обязательства сторон сделки и содержит определенные права и меры компенсации рисков.

Развитие сферы применения СмК обусловлено расширением деятельности цифровых платформ во всех секторах экономики. Банковский бизнес первым перешел к цифровому формату обслуживания клиентов и накапливать клиентский опыт. Сегодня можно констатировать тот факт, что экосистемы взаимодействуют между собой и стараются максимально учесть потребности клиентов, реализуя услуги исключительно в цифровом формате в режиме реального времени, что является достаточно мощным конкурентным преимуществом в условиях цифровизации.

Как отмечено выше, СмК – это самостоятельные договорные онлайн-обязательства, записанные в цифровой среде и реализуемые посредством протоколов блокчейн. Для них не требуется бумажного носителя и личной встречи между сторонами сделки для подписания такого

контракта. Он заключается и подписывается в цифровой среде посредством электронных цифровых подписей и хранится в распределенном реестре. Реализация данного контракта обеспечивается частично нормами гражданского права в части регулирования оборота электронной формы договора.

Необходимо заметить, что помимо смарт-контрактов в киберпространстве существуют другие формы электронных договоров – договор о дистанционной продаже через Интернет (транзакционный договор). Но в сравнении с СмК существует одно принципиальное отличие – он может быть заключен только на платформе блокчейн, которая дает гарантии автоматического исполнения такого договора. Кроме того, в качестве предмета СмК может выступать не только криптовалюта, но и другой цифровой актив. Контроль или информирование о наступлении оговоренных событий происходит посредством «оракулов» – организации, сервисы, программы, отслеживающие события вне платформы блокчейн и соединяющие ее с внешней средой.

Таким образом, необходимо выделить особенности СмК как новой формы договорного обязательства, полностью реализуемого в цифровой среде на платформе блокчейн:

- существует только в форме компьютерной программы;
- условия реализации договора записаны посредством компьютерного кода;
- создается и реализуется на платформе блокчейн;
- исполнение условий совершается автоматически при наступлении заранее оговоренных обстоятельств;
- связь с внешним миром и контроль событий осуществляется посредством оракулов;
- основная проблема реализации таких контрактов заключается в невозможности внести коррективы при обнаружении ошибки в составлении.

Заданный четкий алгоритм реализации смарт-контракта «если...то...» имеет определённые преимущества и недостатки. Основной недостаток – невозможность отказа от сделки, если события сложились неблагоприятным образом или обнаружена ошибка в составлении программного кода. Основное преимущество – надежность и неотказуемость исполнения смарт-контракта. Поэтому стороны сделки должно четко представлять специфику подобных взаимоотношений и их последствия.

Как уже выше сказано, принципиальное условие реализации СмК – это наличие записи в блокчейн-среде. С этой целью ранее использовались иностранные платформы, но с 2018 г. в России была запущена национальная блокчейн-сеть «Мастерчейн», формирующая национальную доверительную онлайн-среду для электронного взаимодействия участников рынка. На протяжении всего периода своего существования платформа «Мастерчейн» прошла путь развития и становления как полноправного участника финансового рынка. Платформа сегодня обладает определенным функционалом, среди которого можно отметить: гарантии стабильности исторических данных, четкая маршрутизация инфопотоков, активное применение смарт-контрактов между участниками сделок, организация токенов. Рассмотрим подробнее характеристики данной блокчейн-среды с позиции бизнес-функционала (рис. 2).

Представленные характеристики и функционал платформы «Мастерчейн» иллюстрирует возможности роста прибыли для финансовых компаний с использованием потенциалов данной среды в целях повышения собственных конкурентных возможностей и масштабирования своих услуг и сервисов.

С позиции банковского бизнеса можно отметить, что наиболее перспективные направления «Мастерчейн» сегодня – цифровые банковские гарантии и

цифровые закладные, которые записываются посредством смарт-контрактов. При этом представленная ниже схема реализации цифровой банковской гарантии от-

ражает механизм взаимодействия основных участников сделки (принципала, бенефициара, банка-гаранта) в онлайн-блокчейн-среде (рис. 3).

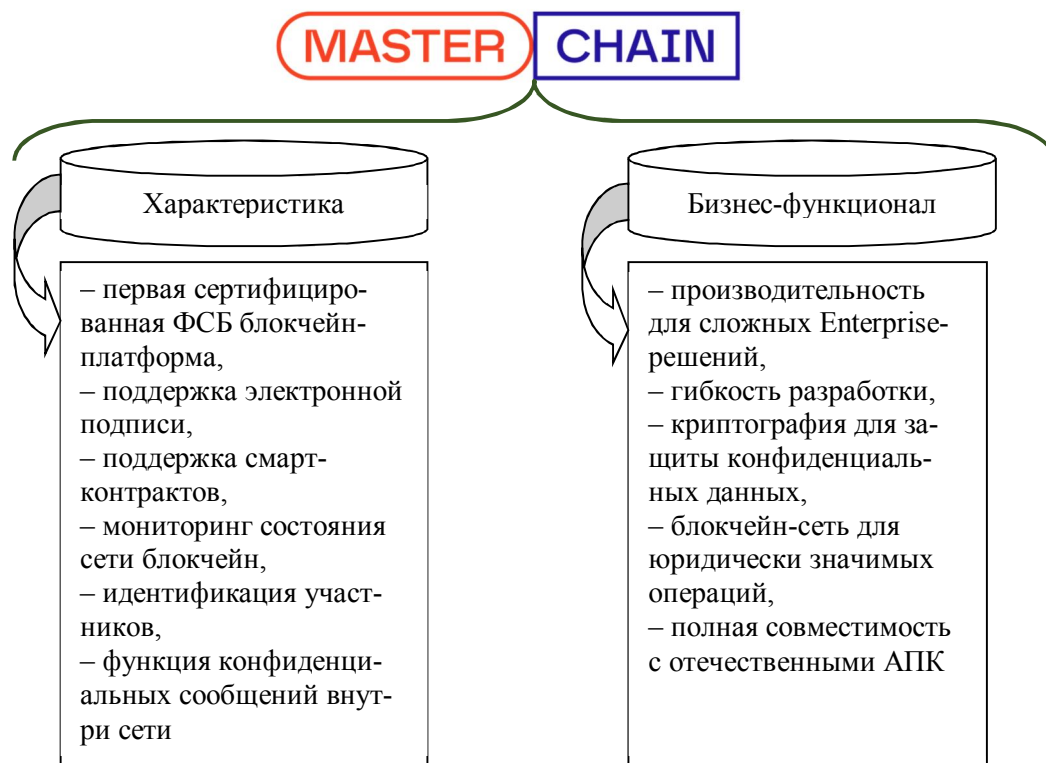


Рис. 2. Особенности национальной блокчейн-платформы «Мастерчейн» [28]

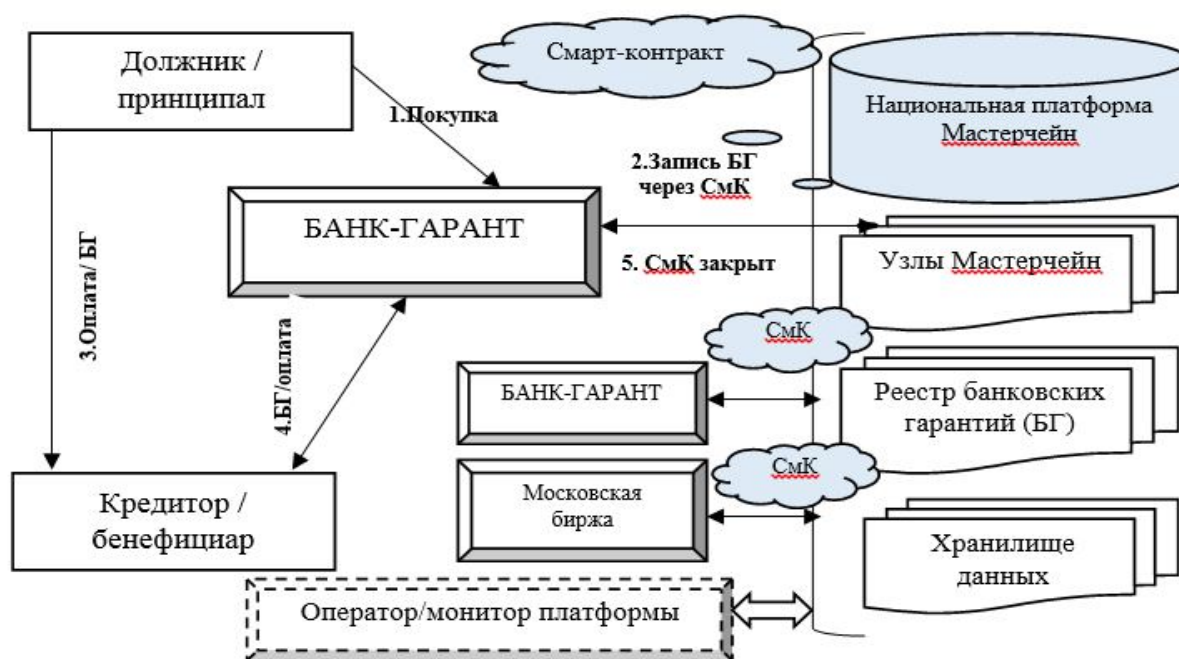


Рис. 3. Механизм реализации цифровой банковской гарантии в блокчейн-среде «Мастерчейн» [28]

Необходимо дать некоторую характеристику представленным этапам:

1) принципал обращается в банк-гарант за гарантией своих обязательств;

2) банк-гарант выдает гарантию, при этом вносит соответствующую запись в системе «Мастерчейн» посредством заключения смарт-контракта (СмК);

3) происходит реальная сделка / погашение долга между принципалом и бенефициаром – происходит оплата банковской гарантии (далее – БГ);

4) БГ предъявлена в банк-гарант для погашения долга;

5) банк-гарант реализует смарт-контракт, гасит долг по гарантии, в платформе сделана соответствующая запись о закрытии БГ.

Таким образом, блокчейн-платформа в такой сделке выступает дополнительным гарантом для сторон, помогает устанавливать доверительные взаимоотношения и обеспечивает 100%-ной неотказуемость совершения сделки. По аналогичной схеме работает сервис «цифровая ипотека», представляющий собой систему учета закладных, хранящихся в среде блокчейн и оформленных в форме смарт-контрактов.

Блокчейн-среда благодаря доступу к ней всех участников сделки одновременно не оставляет возможности для мошенничества и фактически мгновенно информирует все стороны сделки об изменении статуса составленных в среде цифровых документов.

Заданный компьютерный алгоритм реализации смарт-контрактов исключает внесение изменений в его условия после подписания, что требует тщательного просмотра и согласования всех условий до подписания документа. Вероятные ошибки в записи контракта могут стоить дорого, так как заложенный в основу СмК искусственный интеллект не будет принимать другие аргументы в рамках исполнения контракта. Перевод операционного процесса на «умные технологии» позволяет функционально разгрузить

операторов банка, не теряя клиентов. Кроме того, увеличивается скорость реализации типовых операций, сокращаются ресурсы на сопроводительные операционные издержки, повышается доверие к подобным инструментам. Систематизируем основные преимущества и ограничения СмК (рис. 4).

Представленные основные ограничения, связанные с реализацией смарт-контрактов, не приводят к снижению популярности данных контрактов, которые находят все большее применение не только на финансовом рынке, но и в нефинансовом секторе рынка. С помощью СмК в цифровой среде строятся новые бизнес-модели, требующие проработки правовой основы их функционирования.

Широкое применение смарт-контрактов в банковском бизнесе обусловлено высокой конкуренцией между кредитными организациями и развитием цифровых платформ в сфере предоставления банковских услуг. Смарт-контракты в условиях 100%-ной цифровизации представляют собой необходимое технологичное решение для работы в онлайн-среде. Стандартизация подобных инструментов и четкий регламент их реализации позволят систематизировать работу данного сектора и исключить ошибки и сбои в их составлении.

Выводы

Банковский бизнес фактически уходит в онлайн-среду. Появление экосистем – цифровых платформ у ряда крупных банков – отражает современные тенденции полного погружения как бизнеса, так и пользователей в киберсреду. По данной причине появление принципиально новых инструментов, фактически существующих только в цифровом формате, позволит реализовывать необходимые потребности в киберсреде.

Смарт-контракты как новый цифровой инструмент договорных обязательств представляет собой симбиоз технико-правового понятия, так как нет однознач-

ного мнения о его природе. По мнению исследователя, смарт-контракт – технико-правовая форма договорных взаимоотношений между сторонами сделки, заключенных исключительно в киберпространстве и записанных на языке про-

граммирования в среде блокчейн. Отсутствие бумажной формы договора компенсируется протоколом блокчейн, который в данной ситуации выступает гарантом надежности и неотказуемости выполнения условий контракта.



Рис. 4. Преимущества и ограничения реализации смарт-контрактов

Таким образом, смарт-контракты, активно применяемые банковским бизнесом, дают возможность принципиально изменить традиционные формы договорных взаимоотношений, сместить акцент в

киберсреду и максимально масштабировать стандартные банковские операции посредством скорости, надежности, удобства реализации условий контракта в цифровой среде.

Список литературы

1. Федотова Г. В. Десятилетия кибербезопасности банков // Цивилизационные перемены в России: материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции. Екатеринбург: Изд-во Уральского государственного лесотехнического университета, 2023. С. 276–281.
2. The 2024 Top Strategic Technology Trends. They'll drive your business strategies forward. URL: <https://www.gartner.com/en> (дата обращения: 27.01.2024).
3. Szabo N. A. Formal language for analyzing contracts. URL: <https://fon.hum.uva.nl> (дата обращения: 17.01.2024).
4. Swan M. Blockchain: blueprint for a new economy. O'Reilly Media Publisher, 2015. 152 p.
5. Chishti S., Barberis J. The fintech book: the financial technology handbook for investors, entrepreneurs and visionaries. John Wiley & Sons Publisher, 2016. P. 1341–1356.

6. Степанов Д. А. Киберэкономика как результат цифровой модернизации современной экономики: эпоха технологий индустрии 4.0 // Экономика и социум: современные модели развития. 2020. Т. 10, № 3. С. 271–288. <https://doi.org/10.18334/ecsoc.10.3.111155>.
7. Федотова Г. В., Шумилина О. В. Банковский риск-менеджмент // Актуальные проблемы развития хозяйствующих субъектов, территорий и систем регионального и муниципального управления: материалы X Международной научно-практической конференции / под ред. Ю. В. Вертаковой. Курск: Университетская книга, 2015. С. 401–405.
8. Бабина С. И. Цифровые и информационные технологии в управлении предприятием: реальность и взгляд в будущее // Креативная экономика. 2019. № 4. С. 723–742. <https://doi.org/10.18334/ce.13.4.40596>.
9. Санникова Л. В., Харитонов Ю. С. Цифровые активы и технологии: некоторые правовые проблемы выработки понятийного аппарата // Право и цифровая экономика. 2018. № 1. С. 25–30.
10. Цифровизация экономики на примере банковской системы / Е. А. Боркова, К. А. Осипова, Е. В. Светловидова, Е. В. Фролова // Креативная экономика. 2019. Т. 13, № 6. С. 1153–1162. <https://doi.org/10.18334/ce.13.6.40734>.
11. Право цифровой экономики – 2022. Ежегодник-антология / под редакцией М. А. Рожкова. М.: Статут, 2022. Вып. 18. 414 с.
12. Mekki M. Le contrat, objet des smart contracts // Dalloz IT/IP. 2018. N 7-8. P. 409–417.
13. Федотова Г. В. Роль институтов развития в реализации государственной инвестиционной политики // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2014. № 5 (191). С. 43–47.
14. Авдеева И. Л. Возможности цифровой экономики для развития банковского бизнеса в России // Среднерусский вестник общественных наук. Серия: Экономика и управление. 2017. № 5. С. 69–81.
15. Ефимова Л. Г., Сизимова О. Б. Правовая природа смарт-контракта // Банковское право. 2019. № 1. С. 23–30.
16. Закиров Р. Ф. Использование современных IT-технологий как средство достижения основных задач судопроизводства // Вестник гражданского процесса. 2018. № 1. С. 211–219.
17. Волос А. А. Смарт-контракты и принципы гражданского права // Российская юстиция. 2018. № 12. С. 5–7.
18. Савельев А. И. Некоторые правовые аспекты использования смарт-контрактов и блокчейн-технологий по российскому праву // Закон. 2017. № 5. С. 94–117.
19. Румянцев А. И. Блокчейн и право // Право в сфере Интернета: сборник статей / отв. ред. М. А. Рожкова. М.: Статут, 2018. С. 159–178.
20. Федотова Г. В. Специфика построения национальных систем государственного финансового контроля в странах Запада и применимость зарубежного опыта в России // Финансы и кредит. 2008. № 10 (298). С. 77–80.
21. Douville T. Blockchain et protection des données à caractère personnel // A. J. Contrat. 2019. N 7. P. 316–320.
22. Bensoussan L. Le smart contract: en jeux juridiques et pratiques // Revue de droit bancaire et financier. 2019. N 2. P. 1–2.
23. Ефимова Л. Г., Михеева И. В., Чуб Д. В. Сравнительный анализ доктринальных концепций правового регулирования смарт-контрактов в России и в зарубежных странах // Право. Журнал Высшей школы экономики. 2020. № 4. С. 78–105.
24. Гринь О. С. Основные подходы к пониманию способов обеспечения исполнения обязательств // Вестник Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА). 2016. № 10. С. 44–51.
25. Trevor I. Kiviat. Beyond Bitcoin: Issues in Regulating Blockchain Transactions // Duke Law Journal. 2015. Vol. 65. P. 569–608.
26. Гонгало Б. М. Учение об обеспечении обязательств: вопросы теории и практики. М.: Статут, 2004. 220 с.
27. Burbach D. T., Watts C. Messing with the Enemy: Surviving in a Social Media World of Hackers, Terrorists, Russians, and Fake News // Naval War College Review. 2020. Vol. 73, N 1. P. 17.
28. Мастерчейн. URL: <https://www.masterchain.ru/products/masterchain/> (дата обращения: 29.01.2024).

References

1. Fedotova G. V. [Deception solutions for cybersecurity of banks]. *Tsivilizatsionnye peremeny v Rossii. Materialy XIII Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Civilizational changes in Russia. Materials of the XIII All-Russian scientific and practical conference]. Ekaterinburg, Ural State Forestry Engineering University Publ., 2023, pp. 276–281. (In Russ.)
2. The 2024 Top Strategic Technology Trends. They'll drive your business strategies forward. Available at: <https://www.gartner.com/en>. (accessed 27.01.2024)
3. Szabo N. A. Formal language for analyzing contracts. Available at: <https://fon.hum.uva.nl>. (accessed 17.01.2024)
4. Swan M. Blockchain: blueprint for a new economy. O'Reilly Media Publisher, 2015. 152 p.
5. Chishti S., Barberis J. The fintech book: the financial technology handbook for investors, entrepreneurs and visionaries. John Wiley & Sons Publisher, 2016, pp. 1341–1356.
6. Stepanov D. A. Kiberekonomika kak rezul'tat tsifrovoy modernizatsii sovremennoi ekonomiki: epokha tekhnologii industrii 4.0 [Cyber economy as a result of digital modernization of the modern economy: the era of industry 4.0 technologies]. *Ekonomika i sotsium: sovremennye modeli razvitiya = Economy and Society: Modern Development Models*, 2020, vol. 10, no. 3, pp. 271–288. <https://doi.org/10.18334/ecsoc.10.3.111155>
7. Fedotova G. V., Shumilina O. V. [Banking risk management]. *Aktual'nye problemy razvitiya khozyaistvuyushchikh sub"ektov, territorii i sistem regional'nogo i munitsipal'nogo upravleniya. Materialy X Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Current problems of development of economic entities, territories and systems of regional and municipal management. Materials of the X international scientific and practical conference]; ed. by Yu. V. Vertakova. Kursk, Universitetskaya kniga Publ., 2015, pp. 401–405. (In Russ.)
8. Babina S. I. Tsifrovye i informatsionnye tekhnologii v upravlenii predpriyatiem: real'nost' i vzglyad v budushchee [Digital and information technologies in enterprise management: reality and a look into the future]. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economy*, 2019, no. 4, pp. 723–742. <https://doi.org/10.18334/ce.13.4.40596>
9. Sannikova L. V., Kharitonov Yu. S. Tsifrovye aktivy i tekhnologii: nekotorye pravovye problemy vyrabotki ponyatiinogo apparata [Digital assets and technologies: some legal problems of developing a conceptual apparatus]. *Pravo i tsifrovaya ekonomika = Law and Digital Economy*, 2018, no. 1, pp. 25–30.
10. Borkova E. A., Osipova K. A., Svetlovidova E. V., Frolova E. V. Tsifrovizatsiya ekonomiki na primere bankovskoi sistemy [Digitalization of the economy using the example of the banking system]. *Kreativnaya ekonomika = Creative Economy*, 2019, vol. 13, no. 6, pp. 1153–1162. <https://doi.org/10.18334/ce.13.6.40734>
11. Pravo tsifrovoy ekonomiki – 2022. Ezhegodnik-antologiya [Digital Economy Law – 2022. Yearbook-anthology]; ed. by M. A. Rozhkova. Moscow, Statute Publ., 2022. 414 p.
12. Mekki M. Le contrat, objet des smart contracts. *Dalloz IT/IP*, 2018, no. 7-8, pp. 409–417.
13. Fedotova G. V. Rol' institutov razvitiya v realizatsii gosudarstvennoi investitsionnoi politiki [The role of development institutions in the implementation of state investment policy]. *Finansovaya analitika: problemy i resheniya = Financial Analytics: Problems and Solutions*, 2014, no. 5 (191), pp. 43–47.
14. Avdeeva I. L. Vozmozhnosti tsifrovoy ekonomiki dlya razvitiya bankovskogo biznesa v Rossii [Opportunities of the digital economy for the development of banking business in Russia]. *Srednerusskii vestnik obshchestvennykh nauk. Seriya: Ekonomika i upravlenie = Central Russian Bulletin of Social Sciences. Series: Economics and Management*, 2017, no. 5, pp. 69–81.
15. Efimova L. G., Sizemova O. B. Pravovaya priroda smart-kontrakta [Legal nature of a smart contract]. *Bankovskoe pravo = Banking Law*, 2019, no. 1, pp. 23–30.
16. Zakirov R. F. Ispol'zovanie sovremennykh IT-tekhnologii kak sredstvo dostizheniya osnovnykh zadach sudoproizvodstva [The use of modern IT technologies as a means of achieving the main objectives of legal proceedings]. *Vestnik grazhdanskogo protsessa = Bulletin of Civil Procedure*, 2018, no. 1, pp. 211–219.
17. Volos A. A. Smart-kontrakty i printsipy grazhdanskogo prava [Smart contracts and principles of civil law]. *Rossiiskaya yustitsiya = Russian Justice*, 2018, no. 12, pp. 5–7.

18. Savelyev A. I. Nekotorye pravovye aspekty ispol'zovaniya smart-kontraktov i blokchein-tehnologii po rossiiskomu pravu [Some legal aspects of the use of smart contracts and blockchain technologies under Russian law]. *Zakon = Law*, 2017, no. 5, pp. 94–117.
19. Rumyantsev A. I. [Blockchain and Law]. *Pravo v sfere Interneta. Sbornik statei* [Law in the Internet. Collection of articles]; ed. by M. A. Rozhkova. Moscow, Statute Publ., 2018, pp. 159–178. (In Russ.)
20. Fedotova G. V. Spetsifika postroeniya natsional'nykh sistem gosudarstvennogo finansovogo kontrolya v stranakh Zapada i primenimost' zarubezhnogo opyta v Rossii [Specifics of building national systems of state financial control in Western countries and the applicability of foreign experience in Russia]. *Finansy i kredit = Finance and Credit*, 2008, no. 10 (298), pp. 77–80.
21. Douville T. Blockchain et protection des données à caractère personnel. *A. J. Contrat*, 2019, no. 7, pp. 316–320.
22. Bensoussan L. Le smart contract: en jeux juridiques et pratiques. *Revue de Droit Bancaire et financier*, 2019, no. 2, pp. 1–2. (In France)
23. Efimova L. G., Mikheeva I. V., Chub D. V. Sravnitel'nyi analiz doktrinal'nykh kontseptsii pravovogo regulirovaniya smart-kontraktov v Rossii i v zarubezhnykh stranakh [Comparative analysis of doctrinal concepts of legal regulation of smart contracts in Russia and in foreign countries]. *Pravo. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki = Law. Journal of the Higher School of Economics*, 2020, no. 4, pp. 78–105.
24. Grin O. S. Osnovnye podkhody k ponimaniyu sposobov obespecheniya ispolneniya obyazatel'stv [Basic approaches to understanding ways to ensure the fulfillment of obligations]. *Vestnik Universiteta imeni O. E. Kutafina (MGYuA) = Bulletin of the University named after O.E. Kutafina (MSAL)*, 2016, no. 10, pp. 44–51.
25. Trevor I. Kiviat. Beyond Bitcoin: Issues in Regulating Blockchain Transactions. *Duke Law Journal*, 2015, vol. 65, pp. 569–608.
26. Gongalo B. M. Uchenie ob obespechenii obyazatel'stv: voprosy teorii i praktiki [Doctrine of securing obligations: issue. theory and practice]. Moscow, Statute Publ., 2004. 220 p.
27. Burbach D. T., Watts C. Messing with the Enemy: Surviving in a Social Media World of Hackers, Terrorists, Russians, and Fake News. *Naval War College Review*, 2020, vol. 73, no. 1, p. 17.
28. Masterchain [Masterchain]. Available at: <https://www.masterchain.ru/products/masterchain/>. (accessed 29.01.2024)

Информация об авторе / Information about the Author

Аверина Анна Сергеевна, Аудитор,
Агентство по страхованию вкладов,
г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: anna.sergeevna.averina@yandex.ru,
SPIN: 7743-2575,
ORCID: 0009-0003-0187-6979

Anna S. Averina, Auditor, Deposit Insurance
Agency, Moscow, Russian Federation,
e-mail: anna.sergeevna.averina@yandex.ru,
SPIN: 7743-2575,
ORCID: 0009-0003-0187-6979

Оригинальная статья / Original article

УДК 33

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-275-286>**Экономический аспект важности сбалансированного питания:
снижение нагрузки на здравоохранение**С. Н. Мастерова¹ ✉

¹ Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова
Ленинские горы, д. 1, г. Москва 119991, Российская Федерация

✉ e-mail: pavelchuk.sveta@yandex.ru

Резюме

Актуальность. Исследование сбалансированного питания населения является актуальным в настоящее время, так как здоровое питание является одним из ключевых факторов, влияющих на здоровье человека и предотвращающих развитие многих заболеваний. Оно также важно для поддержания оптимального физического и психического состояния, повышения продуктивности и улучшения качества жизни. Неправильное питание и ожирение увеличивают расходы на здравоохранение, поскольку требуется больше ресурсов для лечения связанных с этими проблемами заболеваний. Это оказывает давление на бюджеты здравоохранения и может ухудшить доступность медицинской помощи для других пациентов.

Целью исследования является оценка экономического аспекта важности сбалансированного питания.

Задачи: изучить сущность и основные критерии сбалансированного питания; определить проблемы здравоохранения, связанные с несбалансированным питанием населения; рассмотреть рост численности больных ожирением как проблему здравоохранения.

Методология. Методологической основой исследования послужила идея о наличии связи между сбалансированным питанием населения и нагрузкой на здравоохранение страны.

Результаты. Проведенный в работе анализ показал, что неправильное питание и ожирение увеличивают расходы на здравоохранение, поскольку требуется больше ресурсов для лечения связанных с этими проблемами заболеваний. Это оказывает давление на бюджеты здравоохранения и может ухудшить доступность медицинской помощи для других пациентов.

Выводы. Сбалансированное питание может привести к снижению затрат на здравоохранение за счет уменьшения риска развития хронических заболеваний, таких как ожирение, сердечно-сосудистые заболевания и диабет. Это может привести к снижению расходов на здравоохранение для отдельных лиц и общества в целом. Кроме того, сбалансированное питание может повысить производительность и снизить уровень прогулов на рабочем месте. Когда люди правильно питаются, они менее подвержены усталости, болезням и другим заболеваниям, которые могут отразиться на их способности эффективно работать. Это может привести к повышению производительности и экономическому росту.

Ключевые слова: экономический рост; здоровье; сбалансированное питание; ВВП страны; здравоохранение.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных автором публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Автор декларирует отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Мастерова С. Н. Экономический аспект важности сбалансированного питания: снижение нагрузки на здравоохранение // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2024. Т. 14, № 2. С. 275–286. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-275-286>.

Поступила в редакцию 11.02.2024

Принята к публикации 14.03.2024

Опубликована 27.04.2024

The Economic Aspect of the Importance of a Balanced Diet: Reducing the Burden On Healthcare

Svetlana N. Masterova¹ ✉

¹ Lomonosov Moscow State University
1 Leninskie Gory, Moscow 119991, Russian Federation

✉ e-mail: pavelchuk.sveta@yandex.ru

Abstract

Relevance. The study of a balanced diet of the population is relevant at the present time, since a healthy diet is one of the key factors affecting human health and preventing the development of many diseases. It is also important to maintain optimal physical and mental health, increase productivity and improve quality of life. Malnutrition and obesity increase health care costs because more resources are needed to treat related diseases. This puts pressure on health budgets and may worsen the availability of medical care for other patients.

The purpose of the study is to assess the economic aspect of the importance of a balanced diet. **Objectives**

Objectives: to study the essence and main criteria of a balanced diet; to identify health problems associated with an unbalanced diet of the population; to consider the increase in the number of obese patients as a health problem.

Methodology. The methodological basis of the study was the idea that there is a connection between a balanced diet of the population and the burden on the country's health care.

Results. The analysis carried out in the work showed that malnutrition and obesity increase health care costs, since more resources are needed to treat diseases related to these problems. This puts pressure on health budgets and may worsen the availability of medical care for other patients.

Conclusions. A balanced diet can lead to lower health care costs by reducing the risk of developing chronic diseases such as obesity, cardiovascular disease and diabetes. This can lead to lower healthcare costs for individuals and society as a whole. In addition, a balanced diet can increase productivity and reduce absenteeism in the workplace. When people eat right, they are less prone to fatigue, illness and other diseases that can affect their ability to work effectively. This can lead to increased productivity and economic growth.

Keywords: economic growth; health; balanced nutrition; national GDP; healthcare.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the author of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The author declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Masterova S. N. The Economic Aspect of the Importance of a Balanced Diet: Reducing the Burden On Healthcare. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment = Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management.* 2024; 14(2): 275–286. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2024-14-2-275-286>.

Received 11.02.2024

Accepted 14.03.2024

Published 27.04.2024

Введение

Тема исследования экономического аспекта важности сбалансированного питания является крайне актуальной и значимой в современном мире по нескольким причинам:

1. Рост заболеваемости связанных с неправильным питанием заболеваний. В мире наблюдается резкий рост заболеваемости ожирением, диабетом, сердечно-сосудистыми заболеваниями и другими заболеваниями, связанными с неправильным питанием. Это создает значительную

нагрузку на системы здравоохранения и требует больших затрат на лечение.

2. Экономические потери. Ожирение и связанные с ним заболевания приводят к значительным экономическим потерям для общества. Это включает в себя потерю производительности труда, увеличение расходов на медицинское обслуживание, снижение качества жизни и другие негативные последствия.

3. Влияние на бюджеты здравоохранения. Неправильное питание и ожирение увеличивают расходы на здравоохра-

нение, поскольку требуется больше ресурсов для лечения связанных с этими проблемами заболеваний. Это оказывает давление на бюджеты здравоохранения и может ухудшить доступность медицинской помощи для других пациентов.

4. Потенциал экономических выгод. Исследование сбалансированного питания и его влияния на здоровье может помочь выявить потенциальные экономические выгоды от предотвращения заболеваний, связанных с неправильным питанием. Это может включать в себя сокращение расходов на лечение, улучшение производительности труда и снижение социальных издержек. В целом исследование экономического аспекта важности сбалансированного питания и его влияния на здравоохранение имеет большое значение для разработки эффективных стратегий предотвращения заболеваний, связанных с неправильным питанием, и оптимизации затрат на здравоохранение.

Целью исследования является оценка экономического аспекта важности сбалансированного питания.

Задачи исследования:

- изучить сущность и основные критерии сбалансированного питания;
- определить проблемы здравоохранения, связанные с несбалансированным питанием населения;
- рассмотреть рост численности больных ожирением как проблему здравоохранения.

Материалы и методы

Экономический аспект важности сбалансированного питания весьма значителен. Сбалансированное питание может привести к снижению затрат на здравоохранение за счет уменьшения риска развития хронических заболеваний, таких как ожирение, сердечно-сосудистые заболевания и диабет. Это может привести к снижению расходов на здравоохранение для отдельных лиц и общества в целом. Кроме того, сбалансированное питание может повысить производительность

и снизить уровень прогулов на рабочем месте. Когда люди правильно питаются, они менее подвержены усталости, болезням и другим заболеваниям, которые могут отразиться на их способности эффективно работать. Это может привести к повышению производительности и экономическому росту [1, с. 43].

Более того, долгосрочные экономические выгоды от сбалансированного питания значительны. Инвестиции в питание и поощрение здоровых пищевых привычек могут снизить бремя расходов на здравоохранение и улучшить общее благополучие. Это может привести к более здоровому, более продуктивному населению, что является необходимым для экономического развития и процветания. Экономические последствия сбалансированного питания имеют далеко идущие последствия и оказывают значительное влияние как на отдельных людей, так и на общество в целом [2, с. 41].

Экономический аспект важности сбалансированного питания включает в себя снижение нагрузки на систему здравоохранения. Сбалансированное питание, богатое питательными веществами, может помочь предотвратить развитие хронических заболеваний, таких как ожирение, сердечно-сосудистые заболевания, диабет и определенные виды рака. Последствия этих заболеваний для системы здравоохранения могут быть огромными, включая высокие расходы на лечение, реабилитацию и уход за пациентами [3, с. 178].

Сбалансированное питание также способствует общему улучшению здоровья населения, что может снизить частоту посещений врачей, госпитализаций и других медицинских процедур. Это, в свою очередь, может привести к сокращению расходов на медицинское обслуживание и улучшению эффективности системы здравоохранения. Кроме того, сбалансированное питание может способствовать повышению продолжительности жизни и улучшению качества жизни, что также может привести к сниже-

нию нагрузки на систему здравоохранения. Уменьшение затрат на лечение хронических заболеваний и улучшение общего здоровья населения благоприятно сказывается на экономике страны, позволяя высвободить ресурсы для других нужд и способствуя экономическому росту [4].

Снижение нагрузки на систему здравоохранения может оказать положительное влияние на экономический рост по нескольким причинам [5, с. 130]:

– во-первых, снижение затрат на лечение хронических заболеваний и других здоровенных проблем позволит государству и частным лицам освободить дополнительные финансовые ресурсы. Эти ресурсы могут быть направлены на другие области, такие как образование, инфраструктура, научные исследования или инвестиции в новые отрасли экономики, что в свою очередь может способствовать экономическому росту [6, с. 110];

– во-вторых, улучшение общего здоровья населения может привести к повышению производительности труда. Здоровые работники обычно более эффективны и меньше пропускают рабочее время из-за болезней, что способствует повышению производительности и конкурентоспособности экономики. Также уменьшение нагрузки на систему здравоохранения может привести к снижению страховых выплат и расходов на медицинское обслуживание для государства, предприятий и частных лиц, что также может способствовать увеличению доступных финансовых ресурсов для инвестиций и потребления, что благоприятно сказывается на экономическом росте [7, с. 12].

Таким образом, снижение нагрузки на здравоохранение может оказать положительное влияние на экономический рост за счет освобождения финансовых ресурсов, повышения производительности труда и снижения расходов на медицинское обслуживание.

Сбалансированное питание – это рациональное и разнообразное потребление пищи, обеспечивающее организм всеми

необходимыми питательными веществами, включая белки, жиры, углеводы, витамины и минеральные вещества [8, с. 190].

Основная цель сбалансированного питания – поддержание здоровья, нормализация массы тела и предотвращение развития различных заболеваний [9, с. 16].

Основные понятия сбалансированного питания:

1. Питательные вещества (белки, жиры, углеводы, витамины, минеральные вещества и вода).

2. Энергетическая ценность (количество калорий, поступающих с пищей).

3. Пищевая ценность (содержание питательных веществ в продуктах) [10, с. 271].

Причины сбалансированного питания:

1. Поддержание здоровья и профилактика заболеваний.

2. Нормализация массы тела и контроль над весом.

3. Обеспечение организма всеми необходимыми питательными веществами [11].

Критерии сбалансированного питания:

1. Разнообразие – употребление продуктов различных групп.

2. Модерация – умеренное потребление пищи.

3. Баланс – соотношение потребляемых питательных веществ.

Виды сбалансированного питания:

1. Средиземноморская диета.

2. Диета с высоким содержанием овощей и фруктов.

3. Вегетарианская и веганская диеты [12].

Структура сбалансированного питания:

1. Овощи и фрукты (обеспечивают витамины, минеральные вещества и клетчатку).

2. Белки (мясо, рыба, яйца, молочные продукты или растительные альтернативы).

3. Углеводы (злаки, хлебобулочные изделия, крупы).

4. Жиры (растительные масла, орехи, семена).

Сбалансированное питание также предполагает умеренное потребление сладостей, соли и жировых продуктов, а также достаточное потребление воды [13, с. 455].

В России, как и во многих других странах, существует несколько причин, по которым у населения может возникать несбалансированный рацион питания. Некоторые из этих причин могут иметь региональный аспект. Вот несколько возможных причин несбалансированного рациона питания населения России с учетом региональных особенностей:

1. Доступность продуктов. В отдаленных и малонаселенных регионах России может быть ограничен доступ к свежим и разнообразным продуктам питания из-за сложностей с транспортировкой и хранением. Это может приводить к тому, что местные жители предпочитают более долговременные и менее здоровые варианты питания, такие как консервированные продукты или фаст-фуд.

2. Экономические факторы. В некоторых регионах уровень доходов населения может быть ниже, что ограничивает доступ к дорогим и качественным продуктам, таким как свежие фрукты, овощи, рыба, мясо и т. д. Это может приводить к тому, что люди предпочитают более дешевые, но менее питательные продукты.

3. Культурные и традиционные особенности. В различных регионах России существуют свои культурные и традиционные предпочтения в питании. Например, в некоторых регионах могут быть распространены традиционные блюда, которые могут быть высококалорийными или содержать большое количество соли. Это также может влиять на сбалансированность рациона.

4. Образование и информированность. В регионах с низким уровнем образования населения или ограниченным доступом к информации о здоровом питании люди могут быть менее осведомлены о важности

сбалансированного рациона и его влиянии на здоровье [14, с. 95].

Учитывая эти факторы, разработка программ по повышению осведомленности о здоровом питании, улучшение доступности качественных продуктов питания и поддержка местных производителей могут помочь улучшить сбалансированность рациона питания в различных регионах России [15, с. 96].

Несбалансированное питание населения может привести к ряду серьезных проблем здравоохранения. Вот некоторые из них:

1. Ожирение и связанные с ним заболевания. Несбалансированное питание, богатое жирной и высококалорийной пищей, может привести к ожирению, что, в свою очередь, увеличивает риск развития сердечно-сосудистых заболеваний, диабета, артериальной гипертензии и других заболеваний.

2. Недостаток питательных веществ. Несбалансированное питание, бедное витаминами, минералами и другими питательными веществами, может привести к дефициту этих веществ в организме, что может вызвать различные заболевания и нарушения функций органов и систем.

3. Развитие детского ожирения. Несбалансированное питание детей, богатое быстрыми углеводами, жирной и высококалорийной пищей, может привести к росту детского ожирения, что повышает риск развития метаболических нарушений и сердечно-сосудистых заболеваний в будущем.

4. Повышенный риск развития рака. Некоторые виды несбалансированного питания, особенно богатые обработанными продуктами, жареной пищей и добавленными консервантами, могут увеличить риск развития рака.

5. Проблемы с пищеварением. Несбалансированное питание, бедное клетчаткой и другими важными элементами, может привести к нарушениям пищеварения, запорам и другим проблемам с желудочно-кишечным трактом.

6. Зубные проблемы. Потребление большого количества сладостей и кислотных напитков может привести к различным зубным заболеваниям [16].

Все эти заболевания, вызванные несбалансированным питанием, создают дополнительную нагрузку на систему здравоохранения страны [17, с. 128].

Для предотвращения этих проблем необходимо обучать население правильному сбалансированному питанию, а также проводить информационные кампании о здоровом образе жизни и правильном питании.

Результаты и их обсуждение

Люди, имеющие ожирение, в 2,4 раза чаще обращаются за медицинской помощью. С ростом численности людей с ожирением растут и медицинские расходы: их личные, страховых компаний, государства. Именно ожирение является причиной 60% всех новых случаев выявления диабета, 18% новых случаев сердечно-сосудистых заболеваний, 11% деменции и 8% онкологических заболева-

ний. Пропорционально растут и расходы на их лечение (рис. 1).

Самый большой показатель в США – там 14% всех медицинских расходов идет на лечение ожирения и его последствий. В пересчете на каждого жителя страны получается внушительная сумма в 645 долл. в год. В России цифры хоть и скромнее – 102 долл. на человека, но всё же это большая проблема для системы здравоохранения и экономики страны в целом.

Как видно на рисунке 2, количество россиян, страдающих ожирением, выросло на 50% за период с 2012 г. по 2021 г.

Ожирение является серьезной проблемой общественного здоровья во многих странах, включая Россию. Согласно данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), заболеваемость ожирением в России увеличивается из года в год. Факторы, способствующие увеличению заболеваемости ожирением, включают в себя изменения в образе жизни, увеличение потребления высококалорийных продуктов, снижение уровня физической активности и другие социально-экономические и культурные изменения.

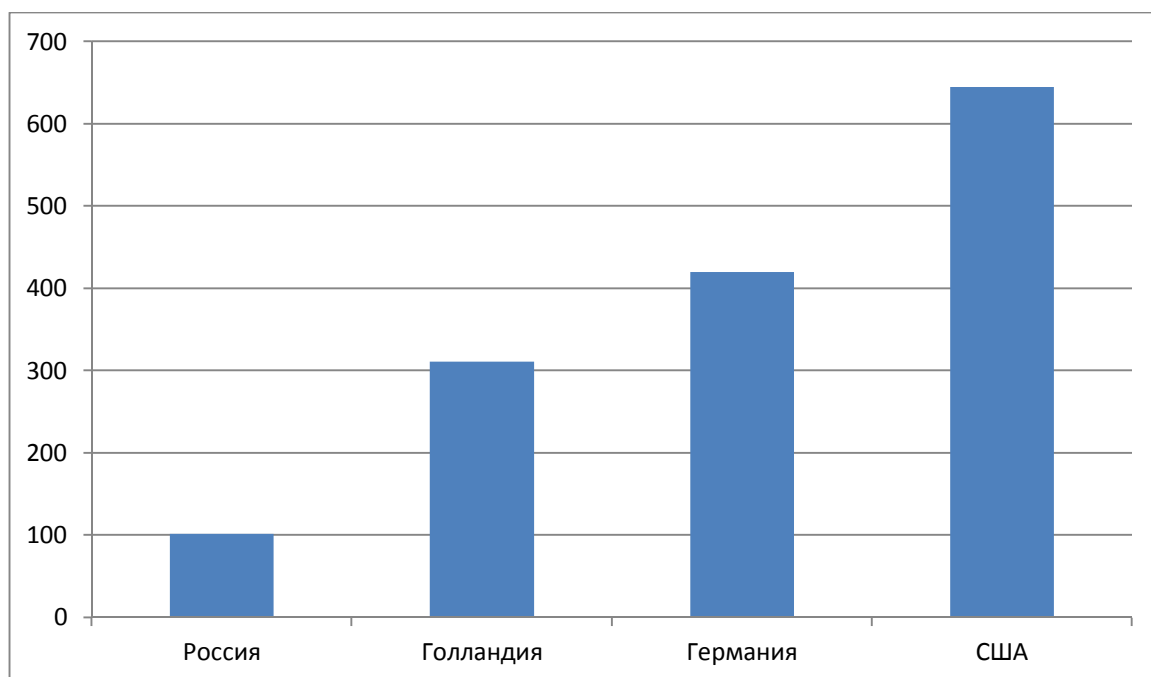


Рис. 1. Расходы на лечение ожирения и заболеваний, вызванных ожирением в среднем на одного человека, долл. США по ППС [18]

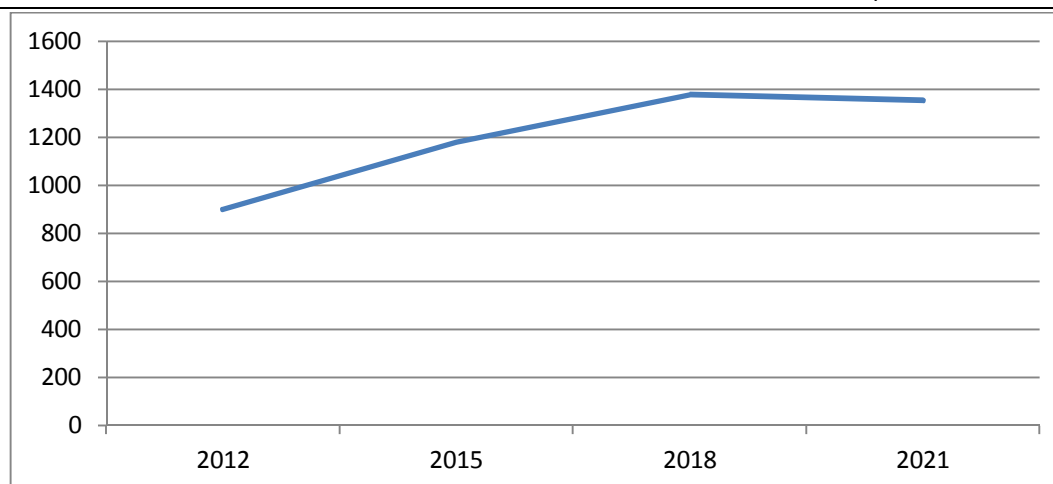


Рис. 2. Общая заболеваемость ожирением населения в РФ, случаев в расчете на 100 тыс. населения [18]

Проблема ожирения имеет серьезное влияние на здравоохранение и экономику. Увеличение медицинских расходов, связанных с ожирением, является одной из основных проблем, с которыми сталкиваются системы здравоохранения по всему миру. Это вызвано увеличением числа людей, страдающих от ожирения и связанных с ним заболеваний, таких как диабет, сердечно-сосудистые заболевания, деменция и рак. Поэтому важно проводить меры по предотвращению ожирения и связанных с ним заболеваний, а также обеспечивать доступ к эффективным программам лечения и реабилитации для тех, кто уже страдает от этой проблемы. Профилактика ожирения и связанных с ним заболеваний может существенно снизить медицинские расходы и улучшить общее здоровье населения.

Увеличение численности больных ожирением в связи с несбалансированным питанием имеет серьезное влияние на систему здравоохранения страны, ее расходы и экономический рост.

Пути влияния роста заболеваемости ожирением на здравоохранение и экономику:

1. Затраты на лечение. Увеличение числа людей с ожирением приводит к увеличению затрат на лечение связанных

с ним заболеваний, таких как диабет, сердечно-сосудистые заболевания, артериальная гипертензия и др. Это включает в себя расходы на лекарства, госпитализацию, операции и другие медицинские процедуры.

2. Увеличение нагрузки на систему здравоохранения. Увеличение числа больных ожирением приводит к увеличению нагрузки на систему здравоохранения, что может привести к перегрузке больниц, увеличению ожидания на прием к врачу и ухудшению качества медицинского обслуживания.

3. Уменьшение производительности труда. Люди с ожирением часто сталкиваются с проблемами со здоровьем, что может привести к уменьшению производительности труда и увеличению числа больничных дней. Это может негативно сказаться на экономическом росте страны.

4. Социальные издержки. Ожирение может привести к социальной изоляции, дискриминации на рабочем месте и другим социальным проблемам, что также имеет негативное влияние на экономику.

Для борьбы с этими проблемами необходимо проводить меры по пропаганде здорового образа жизни, в т. ч. правильного питания, физической активности и обучению населения о последстви-

ях ожирения. Также важно разрабатывать и реализовывать программы по предотвращению ожирения и связанных с ним заболеваний.

Вложения в профилактику ожирения могут привести к сокращению расходов на лечение и улучшению общего здоровья нации, что, в свою очередь, способствует экономическому росту страны.

Проблемы здравоохранения в борьбе с ожирением населения России включают в себя:

1. Недостаток информирования и образования населения о здоровом образе жизни и питании.

2. Ограниченный доступ к здоровым продуктам и ограниченное разнообразие в питании, особенно в сельских и удаленных районах.

3. Недостаточное финансирование программ по предотвращению ожирения и лечению лиц, страдающих ожирением.

4. Недостаточное количество специалистов в области диетологии, эндокринологии и других медицинских специальностей, связанных с борьбой с ожирением [19].

Перспективы здравоохранения в борьбе с ожирением населения России включают в себя:

1. Развитие государственных программ по пропаганде здорового образа жизни и правильного питания.

2. Внедрение мер по контролю за рекламой вредных продуктов питания и напитков.

3. Обеспечение доступности здоровых продуктов питания для всех слоев населения.

4. Развитие медицинской помощи и консультирования лиц, страдающих ожирением.

5. Проведение образовательных программ для медицинских работников по диагностике, лечению и предотвращению ожирения.

6. Популяризация физической активности и спорта среди населения, особенно среди детей и молодежи.

Решение проблемы ожирения требует комплексного подхода, включающего усилия государства, медицинских учреждений, образовательных институтов и общественных организаций.

Экономические последствия ожирения оказывают значительное влияние на общественную экономику. Несмотря на то, что точная доля ВВП, направляемая на расходы по борьбе с последствиями ожирения, может различаться в разных странах, можно выделить несколько основных экономических аспектов ожирения:

1. Затраты на здравоохранение. Ожирение связано с увеличением затрат на лечение связанных с ним заболеваний, таких как диабет, сердечно-сосудистые заболевания, артрит и др. Это включает в себя расходы на консультации у врачей, лекарства, госпитализацию и реабилитацию.

2. Снижение производительности труда. Лица, страдающие ожирением, часто испытывают проблемы со здоровьем, что приводит к снижению производительности труда, а также к большему количеству дней временной нетрудоспособности и инвалидности.

3. Социальные расходы. Ожирение может привести к социальным проблемам, таким как дискриминация на рабочем месте, психологические проблемы и снижение качества жизни, что влечет за собой дополнительные социальные расходы. Точная доля ВВП, направляемая на борьбу с последствиями ожирения, зависит от конкретной страны и ее здравоохранительной системы. Однако можно утверждать, что экономические последствия ожирения могут быть значительными, и инвестиции в предупреждение и лечение ожирения могут сэкономить деньги в будущем за счет уменьшения затрат на здравоохранение и повышения производительности труда [20].

На данный момент точная доля ВВП России, направляемая на расходы по борьбе с последствиями ожирения, не является общедоступной информацией. Однако можно выделить несколько способов сокращения экономического ущерба от ожирения россиян:

1. Профилактика ожирения. Инвестиции в профилактику ожирения могут значительно сократить затраты на лечение связанных с ним заболеваний. Это может включать в себя программы по питанию, физической активности, образованию населения о здоровом образе жизни, а также меры по сокращению потребления вредных продуктов.

2. Образование и информирование. Повышение осведомленности населения о проблемах, связанных с ожирением, может помочь в предотвращении этого заболевания. Образовательные программы, информационные кампании и мероприятия по повышению осведомленности о питании и здоровом образе жизни могут способствовать снижению уровня ожирения.

3. Поддержка здорового образа жизни. Государственные программы по поддержке здорового образа жизни, включая финансовую поддержку спортивных мероприятий, создание общественных спортивных площадок, субсидирование занятий спортом и другие меры, могут способствовать снижению уровня ожирения.

4. Медицинская помощь. Улучшение доступности и качества медицинской помощи для лиц, страдающих ожирением, может помочь в раннем выявлении и эффективном лечении связанных с ним заболеваний, что, в свою очередь, сократит затраты на лечение.

Эти меры могут помочь сократить экономический ущерб от ожирения россиян и улучшить общественное здоровье, что в конечном итоге приведет к экономическим выгодам для страны.

Выводы

В целом исследование экономического аспекта важности сбалансированного питания и его влияния на здравоохранение имеет большое значение для разработки эффективных стратегий предотвращения заболеваний, связанных с неправильным питанием, и оптимизации затрат на здравоохранение.

Ожирение является серьезной проблемой общественного здоровья во многих странах, включая Россию. Согласно данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), заболеваемость ожирением в России увеличивается из года в год. Факторы, способствующие увеличению заболеваемости ожирением, включают в себя изменения в образе жизни, увеличение потребления высококалорийных продуктов, снижение уровня физической активности и другие, социально-экономические и культурные изменения.

Проблема ожирения имеет серьезное влияние на здравоохранение и экономику. Увеличение медицинских расходов, связанных с ожирением, является одной из основных проблем, с которыми сталкиваются системы здравоохранения по всему миру. Это вызвано увеличением числа людей, страдающих от ожирения, и связанных с ним заболеваний, таких как диабет, сердечно-сосудистые заболевания, деменция и рак. Поэтому важно проводить меры по предотвращению ожирения и связанных с ним заболеваний, а также обеспечивать доступ к эффективным программам лечения и реабилитации для тех, кто уже страдает от этой проблемы. Профилактика ожирения и связанных с ним заболеваний может существенно снизить медицинские расходы и улучшить общее здоровье населения.

Снижение нагрузки на здравоохранение может оказать положительное влияние

на экономический рост за счет освобождения финансовых ресурсов, повышения

производительности труда и снижения расходов на медицинское обслуживание.

Список литературы

1. Белова А. Ю., Жукова И. В. Оценка рациональности питания населения регионов России // Экономика и управление. 2018. № 4. С. 40–47.
2. Абасова З. У. К вопросу о рациональном питании // Молодой ученый. 2021. № 12 (354). С. 40–42.
3. Бухарбаева Л. Я., Каримова Л. А., Франц М. В. Эконометрическое обоснование концепции здоровья как детерминанты экономического благосостояния // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. 2010. Т. 14, № 1 (36). С. 178–182.
4. Klugman J. Poverty in Russia: public policy and private responses // The World Bank. 1997. N 1. P. 1.
5. Новосёлова Е. Н. Рациональное питание как фактор здоровья: реалии и перспективы // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2023. № 29(1). С. 127–147. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-1-127-147>.
6. Машкова А. Л., Неволин И. В., Савина О. А. Прогнозная оценка доступности сбалансированного рациона питания для жителей регионов России: агент-ориентированный подход // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2021. Т. 14, № 6. С. 107–125. <https://doi.org/10.15838/esc.2021.6.78.6>.
7. Bloom David I., Canning David, Jamison Dean T. Health. Wealth and well-being // Finance and Development. 2004. Is. 41, no. 1. P. 10–15.
8. Минина В. Н., Иванова М. С., Ганскау Е. Ю. Здоровое питание в контексте повседневной жизни россиян // Журнал социологии и социальной антропологии. 2018. № 21(4). С. 182–202. <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.4.8>.
9. Снижение заболеваемости сахарным диабетом 2 типа при соблюдении средиземноморской диеты: результаты рандомизированного исследования PREDIMED-Reus nutrition intervention / Дж. Салас-Сальвадо, М. Булл, Н. Бэби [и др.] // Лечение диабета. 2011. № 34 (1). С. 14–19.
10. Теппер Б. Дж., Трейл А. С. Вкус или здоровье: исследование потребительского восприятия кукурузных чипсов // Качество еды. Предпочитаю. 1998. № 9. С. 267–272.
11. Baum Charles L., Chou Shin-Yi. The Socio-Economic Causes of Obesity. Cambridge, MA: Working Paper, 2011. 47 p.
12. Dobson Paul W., Chakraborty Ratula, Seaton Jonathan S. Containing big soda: Countering inducements to buy large-size sugary drinks // Journal of Business Research. 2017. Vol. 75. P. 185–191.
13. Сирковская Т. В. Гендерные аспекты изучения нарушений пищевого поведения // Молодой ученый. 2020. № 21 (311). С. 454–458.
14. Шабалина М. В., Касьянова О. В. Рациональное питание населения России: состояние и проблемы // Вестник Национального медико-хирургического центра им. Н. И. Пирогова. 2015. № 10(4). С. 93–98.
15. Янушевска Р., Пьениак З., Вербеке У. Пересмотр вопросника по выбору продуктов питания в четырех странах. Измеряется ли он по-прежнему так же? // Аппетит. 2011. № 57. С. 94–98.
16. Манак Т. Н., Редер А. С., Кривонощенко В. В. Воздействие кислотности напитков на твердые ткани зубов // Современная стоматология. 2022. №4 (89). С. 54–57.
17. Стейнметц К. А., Поттер Дж. Д. Овощи, фрукты и профилактика рака: обзор // Журнал Американской диетической ассоциации. 1996. № 96 (10). С. 1027–1039.
18. OECD. URL: <https://www.oecd.org> (дата обращения: 17.01.2024).
19. Drewnowski A., Darmon N. The economics of obesity: dietary energy density and energy cost // Am. J. Clin. Nutr. 2005. N 82. P. 265S–273S.

20. Hu F. B. Analysis of the diet: a new direction in the epidemiology of nutrition // *Modern Opinion in Lipidology*. 2002. N 13(1). P. 3–9.

References

1. Belova A. Yu., Zhukova I. V. Otsenka ratsional'nosti pitaniya naseleniya regionov Rossii [Assessment of the rationality of nutrition of the population of the regions of Russia]. *Ekonomika i upravlenie = Economics and Management*, 2018, no. 4, pp. 40–47.
2. Abasova Z. U. K voprosu o ratsional'nom pitanii [On the issue of rational nutrition]. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2021, no. 12 (354), pp. 40–42.
3. Bukharbayeva L. Ya., Karimova L. A., Frants M. V. Ekonometricheskoe obosnovanie kontseptsii zdorov'ya kak determinanty ekonomicheskogo blagosostoyaniya [Econometric substantiation of the concept of health as a determinant of economic well-being]. *Vestnik Ufimskogo gosudarstvennogo aviatsionnogo tekhnicheskogo universiteta = Bulletin of the Ufa State Aviation Technical University*, 2010, vol. 14, no. 1 (36), pp. 178–182.
4. Klugman J. Poverty in Russia: public policy and private responses. *The World Bank*, 1997, no. 1, p. 1.
5. Novoselova E. N. Ratsional'noe pitanie kak faktor zdorov'ya: realii i perspektivy [Rational nutrition as a health factor: realities and prospects]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya = Bulletin of the Moscow University. Series 18. Sociology and Political Science*, 2023, no. 29(1), pp. 127–147. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2023-29-1-127-147>
6. Mashkova A. L., Nevolin I. V., Savina O. A. Prognoznaya otsenka dostupnosti sbalansirovannogo ratsiona pitaniya dlya zhitelei regionov Rossii: agent-orientirovannyi podkhod [Predictive assessment of the availability of a balanced diet for residents of Russian regions: an agent-oriented approach]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz = Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 2021, vol. 14, no. 6, pp. 107–125. <https://doi.org/10.15838/esc.2021.6.78.6>
7. Bloom David I., Canning David, Jamison Dean T. Health. Wealth and well-being. *Finance and Development*, 2004, is. 41, no. 1, pp. 10–15.
8. Minina V. N., Ivanova M. S., Ganskau E. Yu. Zdorovoe pitaniev kontekste povsednevnoi zhizni rossiyan [Healthy nutrition in the context of everyday life of Russians]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii = Journal of Sociology and Social Anthropology*, 2018, no. 21(4), pp. 182–202. <https://doi.org/10.31119/jssa.2018.21.4.8>
9. Salas-Salvado J., Bull M., Baby N., eds. Snizhenie zaboлеваemosti sakharnym diabetom 2 tipa pri soblyudenii sredizemnomorskoj diety: rezul'taty randomizirovannogo issledovaniya PREDIMED-Reus nutrition intervention [Reducing the incidence of type 2 diabetes mellitus while following the Mediterranean diet: results of a randomized study of the PREDIMED-Reus nutrition intervention]. *Lechenie diabeta = Diabetes Treatment*, 2011, no. 34 (1), pp. 14–19.
10. Tepper B. J., Trail A. S. Vkus ili zdorov'e: issledovanie potrebitel'skogo vospriyatiya kukuruznykh chipsov [Taste or health: a study of consumer perception of corn chips]. *Kachestvo edy. Predpochitayu = The Quality of the Food. I Prefer*, 1998, no. 9, pp. 267–272.
11. Baum Charles L., Chou Shin-Yi. The Socio-Economic Causes of Obesity. Cambridge, MA, Working Paper, 2011. 47 p.
12. Dobson Paul W., Chakraborty Ratula, Seaton Jonathan S. Containing big soda: Countering inducements to buy large-size sugary drinks. *Journal of Business Research*, 2017, vol. 75, pp. 185–191.
13. Sirkovskaya T. V. Gendernye aspekty izucheniya narushenii pishchevogo povedeniya [Gender aspects of the study of eating disorders]. *Molodoi uchenyi = Young Scientist*, 2020, no. 21 (311), pp. 454–458.
14. Shabalina M. V., Kasyanova O. V. Ratsional'noe pitanie naseleniya Rossii: sostoyanie i problemy [Rational nutrition of the Russian population: status and problems]. *Vestnik Natsional'nogo mediko-*

khirurgicheskogo tsentra im. N. I. Pirogova = *Bulletin of the National Medical and Surgical Center named after N. I. Pirogov*, 2015, no. 10(4), pp. 93–98.

15. Januszevska R., Pieniak Z., Verbeke U. Peresmotr voprosnika po vyboru produktov pitaniya v chetyrekh stranakh. Izmeryaetsya li on po-prezhnemu tak zhe? [Revision of the food choice questionnaire in four countries. Is it still measured the same way?]. *Appetit = Appetite*, 2011, no. 57, pp. 94–98.

16. Manak T. N., Reder A. S., Krivonoshchenko V. V. Vozdeistvie kislotnosti napitkov na tverdye tkani zubov [The effect of the acidity of beverages on the hard tissues of teeth]. *Sovremennaya stomatologiya* = *Modern Dentistry*, 2022, no. 4 (89), pp. 54–57.

17. Steinmetz K. A., Potter J. D. Ovoshchi, frukty i profilaktika raka: obzor [Vegetables, fruits and cancer prevention: an overview]. *Zhurnal Amerikanskoi dieticheskoi assotsiatsii* = *Journal of the American Dietetic Association*, 1996, no. 96 (10), pp. 1027–1039.

18. OECD. Available at: <https://www.oecd.org>. (accessed 17.01.2024)

19. Drewnowski A., Darmon N. The economics of obesity: dietary energy density and energy cost. *Am. J. Clin. Nutr.*, 2005, no. 82, pp. 265S–273S.

20. Hu F. B. Analysis of the diet: a new direction in the epidemiology of nutrition. *Modern Opinion in Lipidology*, 2002, no. 13(1), pp. 3–9.

Информация об авторе / Information about the Author

Мастерова Светлана Николаевна, аспирант кафедры народонаселения, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, e-mail: pavelchuk.sveta@yandex.ru, ORCID: 0009-0002-9521-9576

Svetlana N. Masterova, Post-Graduate Student of the Department of Population, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, e-mail: pavelchuk.sveta@yandex.ru, ORCID: 0009-0002-9521-9576

К СВЕДЕНИЮ АВТОРОВ

1. К публикации в журнале «Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент» принимаются актуальные материалы, содержащие новые результаты научных и практических исследований, соответствующие профилю журнала, не опубликованные ранее и не переданные в редакции других журналов.

2. Авторы статей должны представить в редакцию журнала:

- статью, оформленную в соответствии с правилами оформления статей, представляемых для публикации в журнале;

- разрешение на опубликование в открытой печати статьи от учреждения, в котором выполнена работа.

- сведения об авторах (фамилия, имя отчество, место работы, должность, ученая степень, звание, почтовый адрес, телефон, e-mail);

- лицензионный договор.

3. Бумажный вариант статьи подписывается всеми авторами.

4. Редакция не принимает к рассмотрению рукописи, оформленные не по правилам.

5. **Публикация бесплатная.**

6. Основной текст рукописи статьи (кроме аннотации и ключевых слов) набирают в текстовом редакторе MS WORD шрифтом «Times New Roman» размером 14 пт с одинарным интервалом, выравнивание по ширине. Поля с левой стороны листа, сверху и снизу – 2,5 см, с правой стороны – 2 см. Абзацный отступ – 1,5 см.

7. Схема построения публикации: УДК (индекс по универсальной десятичной классификации), фамилия и инициалы автора(ов), места работы (полностью), почтового адреса места работы, электронного адреса (телефона), название (полужирный), аннотация и ключевые слова, текст с рисунками и таблицами, список литературы. Авторы, название, аннотация и ключевые слова, список литературы приводятся на русском и английском языках.

Перед основным текстом печатается аннотация (200–250 слов), отражающая краткое содержание статьи. Аннотация должна быть рубрицирована (актуальность, цель, задачи, методология, результаты, выводы). Текст статьи должен иметь следующую структуру: введение, материалы и методы, результаты и их обсуждение, выводы (рекомендации).

Например:

УДК 004.9:519.8

**Построение модели прогнозирования обеспеченности кадрами
градообразующего предприятия**

А.Л. Иванов¹ ✉

¹ Юго-Западный государственный университет

ул. 50 лет Октября 94, г. Курск, 305040, Российская Федерация

✉ e-mail: ivanov@gmail.com

Актуальность. В статье рассматривается агентная модель прогнозирования обеспеченности кадрами градообразующего предприятия, основанная на структуризации поведения агента и определения влияния его внутреннего представления об окружающем мире на его деятельность.

...

Ключевые слова: агентное моделирование; градообразующее предприятие; событие.

В конце статьи приводятся сведения об авторе(ах) на русском и английском языках: фамилия, имя, отчество полностью, ученое звание, ученая степень, должность, организация, город, страна, e-mail, ORCID, ResearcherID и т.д.

8. При формировании текста не допускается применение стилей, а также внесение изменения в шаблон или создание собственного шаблона. Слова внутри абзаца следует разделять одним пробелом; набирать текст без принудительных переносов; не допускаются разрядки слов.

12. **Список литературы к статье обязателен** и должен содержать все цитируемые и упоминаемые в тексте работы (не менее 10). Пристатейные библиографические списки оформляются в соответствии с ГОСТ Р 7.0.5-2008. «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления». Ссылки на работы, находящиеся в печати, не допускаются. При ссылке на литературный источник в тексте приводится порядковый номер работы в квадратных скобках.

13. В материале для публикации следует использовать только общепринятые сокращения.

Все материалы направлять по адресу: 305040, г.Курск, ул. 50 лет Октября, 94. ЮЗГУ, редакционно-издательский отдел.

Тел.(4712) 22-25-26, тел/факс (4712) 50-48-00.

E-mail: rio_kursk@mail.ru

Изменения и дополнения к правилам оформления статей и информацию об опубликованных номерах можно посмотреть на официальном сайте журнала: <https://swsu.ru/izvestiya/serieconom/>.