

**Институт проблем рынка РАН
Институт экономики РАН
Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»**

ISSN 2309-2076

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

ECONOMIC SYSTEMS

**Научный журнал
Scientific Journal**

Том 13 № 1 (48) – 2020
Vol. 13 No 1 (48) – 2020



Москва
2020

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Научный журнал

ISSN 2309-2076

DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1

Том 13. № 1 (48). 2020 г.

Издается с 2008 г.

Выходит 4 раза в год

Учредители

Институт проблем рынка РАН

Институт экономики РАН

Издатель

Издательско-торговая корпорация

«Дашков и К^о»

Согласно рекомендациям президиума ВАК, распоряжением Минобрнауки России от 2 декабря 2019 г. № 524-р издание «Научный журнал «Экономические системы» включено в перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук, по трем научным специальностям и соответствующим им отраслям науки:

- 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности) (экономические науки);
- 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит (экономические науки);
- 08.00.14 – Мировая экономика (экономические науки).

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-48713 от 28.02.2012 г.

Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering — ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN.

Включен в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

Статьи регистрируются в CrossRef и имеют уникальный идентификатор DOI.

Цели научного рецензируемого журнала:

- доведение до широкой научной общественности, государственных и предпринимательских структур результатов научно-исследовательской, научно-практической и экспериментальной деятельности российских и зарубежных ученых в области экономических наук;
- предоставление ученым и практикам возможности публиковать результаты собственных исследований;
- развитие научной полемики, способствующей открытости науки, широкому обсуждению опубликованных научных результатов и повышению качества проводимых научных исследований;
- привлечение внимания к наиболее актуальным проблемам и перспективным направлениям развития экономических наук;
- налаживание научных связей и обмена мнениями между исследователями различных регионов России, а также в рамках международного сотрудничества;
- поиск новых идей, научно обоснованных концепций и инновационных проектов для ускорения социально-экономического развития России и субъектов Российской Федерации.

Журнал распространяется по подписке. Подписной индекс: 41049 – каталог «Пресса России».

Публикуемые материалы прошли процедуру рецензирования и экспертного отбора.

Категория информационной продукции «16+».

Авторские права на публикуемые материалы принадлежат редакции журнала и авторам статей.

Позиция редакции не обязательно совпадает с мнением авторов.

Перепечатка материалов без разрешения редакции запрещена. При использовании материалов ссылка обязательна.

© Оформление, корректура, верстка, подготовка оригинал-макета: ООО «ИТК «Дашков и К^о», 2020

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор:

Ларионов И.К. – председатель редколлегии, доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, руководитель Центра системных исследований.

Заместители главного редактора:

Герасина О.Н. – доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Центра системных исследований;

Дашков Л.П. – доктор экономических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, академик РАН, генеральный директор Издательско-торговой корпорации «Дашков и К°».

Члены редакционной коллегии:

Антипов К.В. – доктор экономических наук, профессор, заместитель директора Российской книжной палаты по развитию;

Бунич Г.А. – доктор экономических наук, профессор, директор Института мировой экономики и международных финансов, Финансовый университет при Правительстве РФ;

Буров М.П. – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и финансов, Российская академия туризма;

Зиядуллаев Н.С. – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, главный научный сотрудник Института проблем рынка РАН;

Новичков А.В. – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономической теории, Академия труда и социальных отношений;

Павленко Ю.Г. – доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Института экономики РАН;

Солодуха П.В. – доктор экономических наук, профессор, декан экономического факультета, Российский государственный социальный университет;

Федорова И.Ю. – доктор экономических наук, профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ;

Цветков В.А. – член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор, директор Института проблем рынка.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Председатель редакционного совета:

Сильвестров С.Н. – доктор экономических наук, профессор, заслуженный экономист РФ, академик РАН, директор Института экономической политики и проблем экономической безопасности, Финансовый университет при Правительстве РФ.

Заместители председателя редакционного совета:

Беляева И.Ю. – доктор экономических наук, профессор, заслуженный работник высшей школы РФ, Финансовый университет при Правительстве РФ.

Члены редакционного совета:

Авдокушин Е.Ф. – доктор экономических наук, профессор, руководитель Центра азиатских исследований Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова;

Анопченко Т.Ю. – доктор экономических наук, профессор, почетный работник сферы образования РФ, советник ректора, Смоленский государственный университет;

Брагин Н.И. – доктор экономических наук, профессор, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;

Ващенко А.Н. – доктор экономических наук, профессор, главный редактор научного журнала «Бизнес. Образование. Право»;

Ведуга Е.Н. – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой стратегического планирования и экономической политики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова;

Герасина Ю.А. – доктор экономических наук, профессор, Московский гуманитарно-экономический университет;

Голов Р.С. – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой производственного менеджмента и маркетинга, НИУ «Московский авиационный институт»;

Жуков Б.М. – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента, маркетинга и предпринимательства, Южный институт менеджмента;

Иванов Г.Г. – доктор экономических наук, профессор, член Вольного экономического общества России и Международного союза экономистов, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова;

Иванова Е.А. – доктор социологических и экономических наук, Департамент устойчивого управления, Университет Кайзерслаутерна, Германия;

О’Флинн Мэри – профессор, руководитель кафедры корпоративных финансов, Дублинский институт технологии, г. Дублин, Ирландия;

Патласов О.Ю. – доктор экономических наук, профессор, почетный работник высшего профессионального образования РФ, проректор Омской гуманитарной академии, федеральный эксперт научно-технической сферы;

Сеттлз Александр – Ph.D., профессор Рутгерского университета, г. Ньюарк, США;

Толмачев П.И. – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой мировой экономики, Дипломатическая академия МИД России;

Ткач А.В. – доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, главный редактор научно-теоретического журнала «Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики»;

Шарков Ф.И. – доктор социологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ;

Шкляр В.В. – Государственный советник РФ 1-го класса, исполнительный директор Центра повышения квалификации «Синергия корпоративного управления».

Шутков А.А. – академик РАН, заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Института проблем рынка РАН.

Ответственный секретарь:

Хончев М.А. – кандидат экономических наук, доцент, Московский гуманитарно-экономический университет.

Шеф-редактор:

Ларионова И.И. – член Союза писателей РФ, ведущий научный сотрудник Центра системных исследований.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

Федорова И.Ю.

Концептуальные подходы финансового обеспечения социальной сферы..... 12–21

МАРКЕТИНГ И ИННОВАЦИИ

Шевченко Д.А.

Личные продажи в системе интегрированных коммуникаций:
традиции и современность..... 22–33

Синяева И.М.

Значение коммуникаций маркетинга в развитии инновационного бизнеса 34–39

Санталова М.С., Соклакова И.В., Балаханова Д.К.

Емкость рынка как показатель эффективной деятельности организации..... 40–47

Симакина М.А., Колобов С.В., Кожина О.М.

Влияние поставщика на маркетинговый аспект разработки ассортиментной
матрицы розничной компании..... 48–56

Кореньков А.О.

Креативные индустрии как двигатель экономики XXI века 57–61

ТРУД И СОЦИАЛЬНАЯ СФЕРА

Маслова В.М.

Актуальные подходы к подбору и отбору персонала в организации 62–66

Иванкина Е.В., Поляков Ф.А.

Оценка выполнения госпрограммы «Обеспечение доступным и комфортным
жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» 67–76

Надточий Ю.Б., Гурова М.Е.

Портфолио как инструмент оценки интеллектуального капитала 77–85

ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ И ГОСРЕГУЛИРОВАНИЕ

Федорова И.Ю.

Первоочередные меры нормативно-правового регулирования системы
государственных и муниципальных закупок..... 86–94

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Кузьмина Е.Ю., Жернакова М.Б.

Организационные аспекты цифровизации управления 95–101

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Крылова Е.Б., Подсветова Т.В.

Проблемы и особенности функционирования малых и средних предприятий
в агропромышленном комплексе 102–107

ЛОГИСТИКА

Мушина И.И., Смирнова А.В.

Логистический подход к принятию решения о строительстве склада
на основе финансовых показателей 108–113

ЭКОНОМИКА ТОПЛИВНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОМПЛЕКСА

Шаркова А.В., Храпочкина В.М.

Управление формированием прибыли в организациях газовой отрасли 114–121

Шаркова А.В., Зеленин В.А.

Процесс регулирования репатриации доходов российскими нефтегазовыми
компаниями 122–126

Лебедева Н.Е., Демидова Е.В.

Интеграция российской классификации запасов и ресурсов нефти
и горючих газов с международными стандартами: факторы и условия 127–134

Ременцов А.А.

Внедрение системы экологического менеджмента (ИСО 14001; ИСО 14005)
на предприятиях ТЭК, основные преимущества и сопутствующие риски 135–142

Катюха П.Б., Мердеева М.И.

CIF или FOB: какое условие выгоднее на срочном и спотовом
нефтяных рынках? 143–147

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Орлова Н.Л.

Трансформация роли сырьевого ресурса в глобальной экономике:
новые возможности для России 148–159

Магомедов М.Д., Строев В.В., Карабанова О.В., Домарев И.Е.

Факторы и резервы увеличения экспорта пшеницы и продуктов
ее переработки из Российской Федерации 160–169

Черняев М.В., Агеев Е.Н.

Опыт зарубежных стран в применении инноваций в угольной
промышленности 170–175

Стуканова С.С., Стуканова И.П.

Интеграция международных образовательных проектов в отечественную
систему образования 176–184

ECONOMIC SYSTEMS

Scientific Journal

ISSN 2309-2076

DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1

Volume 13. No. 1 (48). 2020

Published since 2008

(4 issues a year)

Founders

Market problems Institute of RAS

Institute of Economy (RAS)

Publisher

Publishing and Trading Corporation

«Dashkov & Co.»

According to the recommendations of the Presidium of the HAC, the order of the Ministry of education and science of the Russian Federation dated December 2, 2019 No. 524-R edition «Scientific journal «Economic systems» is included in the list of peer-reviewed scientific publications, which should be published the main scientific results of dissertations for the degree of candidate of Sciences, for the degree of doctor of Sciences, in three scientific specialties and their respective branches of science:

- 08.00.05 – Economy and management of national economy (by branches and spheres of activity) (economic sciences);
- 08.00.10 – Finance, money circulation and credit (economic sciences);
- 08.00.14 – World economy (economic sciences).

The journal is registered by the Federal Service for Supervision in the Sphere of Telecom, Information Technologies and Mass Communications (ROSKOM-NADZOR).

PI certificate number FS77-48713 from 02.28.2012.

Registered by the International Standard Serial Number International Centre and awarded with international standard number of ISSN.

The journal is included in the data bases of the Russian Index of Scientific Citation (RSCI).

Articles are registered in CrossRef and have unique identifiers (DOI).

Goals of the scientific peer-reviewed journal:

- conveying results of the scientific-research, scientific-practical and experimental activity of Russian and foreign scientists in economics (main trends) to the broad scientific community, government and business structures;
- providing scientists and practitioners with the possibility of publication of the results of researches;
- developing an open scientific disputes contributing to the openness of science, wide discussion of published scientific results and increase of dissertation researches quality;
- attracting of attention to the most urgent issues and perspective trends of development of the economic sciences;
- searching for new ideas, science-based concepts and innovative projects to accelerate social-economic development of Russia and the entities of the Russian Federation.

Copyrights to the published materials belong to the editors of the journal and the authors of articles.

The editorial position does not necessarily coincide with the opinion of the authors.

Reprinting without permission of the publisher is prohibited. Using materials reference is obligatory.

The journal is distributed by subscription. Subscription index: 41049, in the union catalog «Press of Russia».

Published materials have undergone peer review procedure and expert recruitment.

Information product category «16+».

© Page make-up: LC «Publishing and Trading Corporation «Dashkov & Co.», 2020

EDITORIAL BOARD OF THE JOURNAL

Chief Editor:

Larionov I.K., chairman of the editorial board, doctor of economic sciences, professor, honored science worker of RF in the Center for System Studies.

Deputy of the editor-in-chief:

Gerasina O.N., doctor of economic sciences, professor, main researcher in the Center for System Studies.

Dashkov L.P., doctor of economic sciences, professor, honored worker of the higher school of the Russian Federation, academician of RANS, general director of Publishing and Trading Corporation «Dashkov & Co.».

Editorial board:

Antipov K.V., doctor of economic sciences, professor, deputy Director of the Russian book chamber for development;

Bunich G.A., doctor of economic sciences, professor, Director of the Institute of world economy and international Finance, Financial University under the government of the Russian Federation;

Burov M.P., doctor of economic sciences, professor, the head of the Department of Economics and Finance, Russian Academy of Tourism;

Ziyadullaev N.S., doctor of economic sciences, professor, honored scientist of the Russian Federation, main researcher in the Market problems, Institute of RAS;

Novichkov A.V., doctor of economic sciences, professor, head of the Department of economic theory, Academy of labor and social relations;

Pavlenko Yu.G., doctor of economic sciences, professor, chief researcher of the Institute of Economics, RAS;

Solodukha P.V., doctor of economic sciences, professor, dean of the faculty of economics, Russian State Social University;

Fedorova I.Yu., doctor of economic sciences, professor of the Public Finance Department, Finance University under the Government of the Russian Federation;

Tsvetkov V.A., corresponding member of the Russian Academy of Sciences, doctor of Economics, professor, Director of the Institute of market problems.

EDITORIAL COUNCIL

Chairman of editorial council:

Silvestrov S.N., doctor of economic sciences, professor, academician of RANS, honored economist of the Russian Federation, Director of the Institute of economic policy and economic security.

Deputy chairmen of editorial council:

Belyaeva I.Yu., doctor of economic sciences, professor, honored worker of the Higher School of RF, Financial University under the government of the Russian Federation.

Members of editorial council:

Avdokushin E.F., doctor of economic sciences, professor, head of the Center for Asian Studies, Lomonosov Moscow State University;

Anopchenko T.Yu., doctor of economics, professor, honorary worker of education of the Russian Federation, adviser to the rector, Smolensk State University;

Bragin N.I., doctor of economic sciences, professor, Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President of the Russian Federation;

Vaschenko A.N., doctor of economic sciences, professor, chief editor of the scientific journal «Business. Education. Right»;

Veduta E.N., doctor of Economics, Professor, head of the Department of strategic planning and economic policy, Lomonosov Moscow State University;

Gerasina Yu.A., doctor of economic sciences, professor, Moscow University of Humanities and Economics;

Golov R.S., doctor of economic sciences, professor, head of the Department of Production Management and Marketing, NIU "Moscow Autonomous Institute";

Zhukov B.M., doctor of economic sciences, professor, head of the Department of Management, Marketing and Entrepreneurship, Southern Management Institute;

Ivanov G.G., doctor of Economics, Professor, member of The free economic society of Russia and the International Union of economists, Plekhanov Russian University of Economics;

Ivanova E.A., doctor of social and economic sciences, assistant professor at the Department of Sustainability Management, University of Kaiserslautern, Germany;

O'Flynn Mary, professor, Head of Corporate Finance department, Dublin Institute of Technology, Dublin, Ireland.

Patlasov O.Yu., doctor of economic sciences, professor, honored worker of Higher Professional Education of RF, vice-rector of the Omsk Humanitarian Academy, Federal expert of the scientific and technical sphere;

Settles Alexander, Ph.D., professor of Rutgers University, Newark, USA;

Tolmachev P.I., doctor of economic sciences, professor, head of the Department of World Economy, Diplomatic Academy of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation;

Tkach A.V., doctor of economic sciences, professor, honored worker of Science of the Russian Federation, chief editor of the scientific and theoretical Journal «Fundamental and Applied Studies of the Cooperative Sector of the Economy»;

Sharkov F.I., doctor of sociology, professor, head of the Department of Public Relations and Media Policy of the Institute of Public Service and Management of the Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation, honored scientist of Russia;

Shklyar V.V., state advisor of the Russian Federation of the 1st class, executive director of the Center for advanced training «Synergy of corporate governance».

Shut'kov A.A., academician of RAS, honored scientist of RF, doctor of economic sciences, professor, chief researcher of the Institute for Market Problems of RAS.

Executive secretary:

Honchev M.A., candidate of economic sciences, associate professor, Moscow University of Humanities and Economics.

Editor-in-chief:

Larionova I.I., member of the Union of Russian Writers, leading researcher in the Center for System Studies.

CONTENTS

THEORY AND METHODOLOGY

Fedorova I. Yu.

Conceptual approaches to financial support of the social sphere 12–21

MARKETING AND INNOVATION

Shevchenko D. A.

Personal sales in the integrated communications system: traditions and modernity 22–33

Sinyaeva I. M.

The importance of marketing communications in the development of innovative business 34–39

Santalova M. S., Soklakova I. V., Balahanova D. K.

Market capacity as an indicator of an organization's effective performance 40–47

Simakina M. A., Kolobov S. V., Kozhina O. M.

The influence of the supplier on the marketing aspect of developing the assortment matrix of a retail company 48–56

Korenkov A. O.

Creative industries as the engine of the economy of the XXI century 57–61

LABOR AND SOCIAL SPHERE

Maslova V. M.

Current approaches to recruitment and selection of personnel in organizations 62–66

Ivankina E. V., Polyakov F. A.

Assessment of the implementation of the state program "Providing affordable and comfortable housing and utilities to citizens of the Russian Federation" 67–76

Nadtochiy Yu. B., Gurova M. E.

Portfolio as a tool for evaluating intellectual capital 77–85

ECONOMIC MECHANISM AND STATE REGULATION

Fedorova I. Yu.

Priority measures of legal regulation of the system of state and municipal procurements 86–94

DIGITAL ECONOMY

Kuzmina E. Yu., Zhernakova M. B.

Organizational aspects of digitalization of management 95–101

BUSINESS

Krylova E.B., Podsvetova T.V.

Problems and features of functioning of small and medium enterprises
in agro-industrial complex 102–107

LOGISTICS

Mukhina I.I., Smirnova A.V.

Logistics approach to making a decision about building a warehouse based
on financial indicators 108–113

ECONOMY OF THE FUEL AND ENERGY COMPLEX

Sharkova A.V., Khrapochkina V.M.

Management of formation of profit in the gas industry 114–121

Sharkova A.V., Zelenin V.A.

The process of regulating the repatriation of income by Russian oil and gas
companies 122–126

Lebedeva N.E., Demidova E.V.

Integration of the Russian oil and gas reserves classification with international
standards: factors and conditions 127–134

Rementsov A.A.

Implementation of an environmental management system (ISO 14001; ISO14005)
at energy companies, the main advantages and associated risks 135–147

Katyukha P.B., Merdeeva M.I.

CIF or FOB: which condition is more profitable on the futures and spot
oil markets? 143–147

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL EXPERIENCE

Orlova N.L.

Transformation in the role of raw materials in the global economy:
new opportunities for Russia 148–159

Magomedov M.D., Stroyev V.V., Karabanova O.V., Domarev I.E.

Factors and reserves for increased exports of wheat and wheat products
processing from the Russian Federation 160–169

Chernyaev M.V., Ageev E.N.

Experience of foreign countries in applying innovations in the coal industry 170–175

Stukanova S.S., Stukanova I.P.

Integration of international educational projects into national educational
system 176–184

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Федорова И.Ю.

ФЕДОРОВА Ирина Юрьевна – доктор экономических наук, профессор Департамента общественных финансов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: fedorovaiu1@gmail.com

Аннотация. В статье представлены основные концептуальные подходы к трактовке определения социальной сферы и механизма ее финансового обеспечения; даны взгляды российских и зарубежных ученых на характер и содержание исследуемой экономической категории, рассмотрены имеющиеся проблемы при решении социальных вопросов в условиях рыночных экономических отношений, модели и особенности финансового механизма социального обеспечения, применяемого в России и за рубежом, оценивается роль социальной сферы в развитии экономики.

Ключевые слова: социальная сфера, финансовое обеспечение, концептуальные подходы, механизм финансового обеспечения, инструменты.

Для цитирования: Федорова И.Ю. Концептуальные подходы финансового обеспечения социальной сферы // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 12–21. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-12-21.

Термин «социальная сфера» вошел в практический обиход в 1970-х гг. При этом необходимо отметить, что в экономической науке вопросам предоставления услуг населению внимание уделялось еще в XVIII–XIX вв., а в фундаментальных трудах ученых-экономистов Ф. Кене, А. Маршалла, К. Маркса, А. Смита и других нашли отражение отдельные подходы в вопросах социального обеспечения [1, 2, 3]. Затем в 1930–1940-х гг. ученые предлагали варианты обособления направлений социального обслуживания с учетом трансформации концептуальных подходов, вызванных изменением политических и экономических условий в мировом развитии. Основные из них были разработаны К. Кларком, У. Ростоу, Д. Белл и др. [4].

Например, А. Дж., Б. Фишер и К. Кларк предлагали разделить все общественное производство на три сектора, включая сектор, который охватывает отрасли, связанные с получением первичных ресурсов: сельское хозяйство, добыча природных ископаемых; сектор, включающий строительство, промышленное производство; сектор, охватывающий отрасли, оказывающие услуги [4]. По мнению ученых, все эти сектора относятся либо к инфраструктурным, т. е. создающим условия для жизнедеятельности населения, либо к отраслям, непосредственно оказывающим услуги социального характера, включая финансовое обеспечение социальной сферы.

Поскольку качество, ассортимент и доступность услуг – важная составная часть формирования достойного уровня жизни населения, функциональная роль

социальной сферы в жизни общества заключается в ее существенном влиянии на процесс воспроизводства главной производительной силы общества – человеческого потенциала, который является одним из факторов создания общественно необходимых продуктов и обеспечивает социально-экономическое развитие, способствует созданию благоприятных условий для духовного совершенствования и материального обеспечения общества.

Развитие социальной сферы должно рассматриваться не только как основной инструмент повышения уровня и качества жизни населения, но и как важный фактор ускорения экономического прогресса, который обусловлен влиянием в том числе и такого фактора, как социальные изменения в обществе. В современных экономических условиях эффективное функционирование государства в значительной мере обеспечивается стабильным развитием социальной сферы, требует такого уровня финансового обеспечения, который позволил бы социальной сфере стать одним из важных факторов перехода к устойчивому развитию экономики.

Общепринятая или широко используемая трактовка определения социальной сферы в современной экономической литературе отсутствует. Содержание каждый раз приобретает разноплановый характер в зависимости от предлагаемой цели и направленности характеристики исследуемой категории, факторов влияния и используемых инструментов. В то же время определяемая категория обладает самостоятельностью, отражает характерные признаки и специфические закономерности развития и направленности применения.

Проведенный анализ существующих подходов к экономической трактовке социальной сферы в трудах отечественных и зарубежных ученых позволяет сделать вывод, что исследуемая категория понимается с учетом следующих концептуальных подходов:

– *первый подход* выделяет «совокупность отраслей жизнедеятельности (нематериальное производство)» в работах отечественных и зарубежных ученых, включая Э. Фахрутдинову, А. Чухно и др. Например, А. Чухно определяет категорию социальной сферы как нематериальное производство, что создает нематериальные формы богатства, которые играют огромную роль в развитии работника [5, 6];

– *второй подход* особо выделяет сферу общественных отношений. Сторонник этого определения ученый В. Иванов рассматривает социальную сферу как специфическую область общественных отношений, которая охватывает систему социально классовых, национальных отношений, связи общества и личности, и особо выделяет совокупность социальных условий и факторов жизнедеятельности общественных групп и личности, их развитие и совершенствование [8];

– *третий подход* выделяет сферу (пространство) жизнедеятельности человека (общества), при этом считается, что социальная сфера широко охватывает социальное пространство – от условий труда, быта, здоровья до социально-классовых, национальных и семейно-брачных отношений [7];

– *четвертый системный подход* характеризует социальную сферу как комплексную систему, объединяющую виды деятельности по предоставлению общественно значимых социальных услуг, которые определяют возможности развития человеческого капитала, направлены на уровень и качество жизни населения страны, нацелены на снижение уровня бедности и соответствуют конкретным стандартам общества [11]. Выделяются две составляющие указанной системы – социально-культурная и материально-бытовая;

– *пятый системный подход* определяет социальную сферу как сектор (подсистему) экономики. Под социальной сферой понимается сектор экономики, в котором осуществляются производство, распределение и потребление материальных и нематериальных благ, а также происходит обеспечение расширенного воспроизводства человеческого капитала с участием государства как гаранта повышения уровня и качества жизни населения [13]. Социальная сфера относится к сектору экономики, который охватывает области, предоставляющие услуги социального характера;

– *шестой подход* рассматривает социальную сферу как часть других сфер жизнедеятельности человека (общества), являющуюся самостоятельной подсистемой общества. Считая такой подход неправомерным, отдельные авторы стремятся доказать, что социальная сфера занимает промежуточное положение между экономической и политической системами и выступает в роли «передающего звена». Не разделяя их мнение, считаем, что социальная сфера – это отдельная сфера жизнедеятельности, которая в отличие от других сфер выполняет функцию социально-экономического воспроизводства.

Проведенный анализ различных точек зрения ученых в отношении трактовки социальной сферы позволил обобщить определенные характерные признаки, раскрывающие содержание и особенности ее функционирования. Социальная сфера – одна из основных сфер общественной жизни. Результатом ее функционирования являются полученные материальные и нематериальные блага и услуги, удовлетворяющие потребности общества и отдельных его членов.

Обобщив наиболее характерные черты социальной сферы, предлагается рассматривать ее как социально-экономическую категорию с учетом узкой и более широкой трактовок. В более узком экономическом смысле социальная сфера отражает совокупность всех отраслей и видов жизнедеятельности общества, взаимосвязанных с государственным и коммерческим секторами экономики, включая предприятия, учреждения, организации, домохозяйства. Их деятельность направлена на удовлетворение жизненных потребностей населения в материальных и нематериальных благах и услугах, на развитие человеческого потенциала как воспроизводящего экономического фактора.

В более широком смысле социальную сферу предлагается рассматривать как одну из основных сфер общественной жизни, основой которой выступает система социальных ценностей и отношений, возникающих в процессе жизнедеятельности людей, связанных с удовлетворением жизненных потребностей и обеспечением более высокого уровня жизни граждан. Это связано с ростом их

благополучия, а также с влиянием на создание оптимальных условий для самореализации личности и с достижением собственных и общественных интересов на основе формирования социальной справедливости в обществе.

Особо значимым в создании таких условий является механизм финансового обеспечения социальной сферы. Теоретико-прикладные аспекты финансового обеспечения освещены в работах отечественных ученых в области теории финансов. С учетом актуальности и необходимости систематизации и углубления исследований в этом направлении вопросы финансового обеспечения социального сектора экономики являются постоянной темой для современных научных исследований.

Отметим, что в современной экономической литературе нет единого подхода к трактовке исследуемой категории с точки зрения единства взглядов на роль механизма финансового обеспечения социальной сферы. В большинстве научных исследований финансовое обеспечение рассматривается именно в контексте финансового механизма, но по-разному позиционируется относительно методологии, понимается как «метод», «структурная подсистема», «элемент». Кроме этого, существуют и другие подходы, трактующие данную категорию как «совокупность денежных фондов», «систему организации финансовых отношений», «совокупность мероприятий», «метод финансового влияния на социально-экономическое развитие», «метод покрытия расходов» и др.

Определению сущности финансового обеспечения социальной сферы как экономической категории посвящено значительно меньшее количество трудов. В частности, финансовое обеспечение социальной сферы предлагается рассматривать как целостную систему организации финансовых отношений, включающих соответствующие формы, методы и инструменты их реализации, в процессе мобилизации и распределения финансовых ресурсов. Такой подход к трактовке исследуемой категории носит системный характер, поскольку конкретизирует составляющие финансового обеспечения социальной сферы, а также определяет цели и задачи, положенные в основу его организации.

Достижение поставленной цели требует решения задач, включающих: 1) определение источников финансового обеспечения; 2) выявление приоритетных направлений финансирования выбранных социальных направлений; 3) определение наиболее эффективных методов финансового обеспечения; 4) соответствие финансовых мероприятий уровню социально-экономического развития регионов и др.

В мировой практике финансовое обеспечение социальной сферы осуществляется в формах бюджетного финансирования на безвозвратной основе, внебюджетного и донорского финансирования. Каждая из этих форм имеет особенность практического применения. Например, ключевую роль в финансировании таких отраслей социальной сферы, как здравоохранение, образование и наука, социальная защита и социальное обеспечение, духовное и физическое развитие, играет бюджетное финансирование, осуществляемое на безвозвратной и безвозмездной основе за счет средств бюджетов различных уровней.

Хозяйствующими субъектами (государственными унитарными предприятиями, муниципальными унитарными предприятиями, федеральными, региональными и муниципальными бюджетными учреждениями и организациями социальной направленности) соблюдаются принципы целевого характера, результативности и эффективности, публичности и прозрачности, постоянно проводимого мониторинга и контроля использования полученных бюджетных средств. Это обусловлено тем, что сеть учреждений социальной сферы (преимущественно государственной и муниципальной форм собственности) функционально сохраняет по большей части структуру советской модели, рассчитанную на всеобщий охват населения социальными услугами, предоставляемыми государством. Музеи, клубы, библиотеки, дошкольные, общеобразовательные, профессионально-технические и высшие учебные заведения, больничные и амбулаторно-поликлинические учреждения в основном по своему типу являются государственными и муниципальными организациями. Такая организационная структура предопределяет существенный уровень расходов со стороны государства и муниципальных органов на содержание социальных учреждений.

Отечественная школа представлена большим количеством ученых-экономистов и социологов. Ее представители: Л.Н. Овчарова, С.С. Бирюкова, Д.О. Попова, Е.Г. Варданян и др. Так, например, Л.Н. Овчарова считает, что превалирование бюджетного финансирования социальной сферы обусловлено следующими особенностями ее функционирования [10]:

- социальная сфера как составляющая воспроизведенной системы общества охватывает жизнедеятельность всего населения и обеспечивает реализацию государственных социальных гарантий, а следовательно, нуждается в стабильном финансовом обеспечении;

- потребление социальных услуг напрямую связано с социальной стабильностью и социальной справедливостью, а низкий уровень и неравномерность распределения семейных доходов не позволяют всему населению самостоятельно оплачивать социальные услуги;

- социальная сфера оказывает услуги и характеризуется низкой эффективностью, поскольку производство социальных услуг направлено на удовлетворение потребностей широкого круга потребителей, а не на получение прибыли. С учетом наличия конкурентных отношений в системе общественных финансов в социальной сфере предусматривается участие и предпринимательских структур. Однако в этом случае финансирование имеет нерегулярный характер, ограничивается предоставлением дорогостоящих услуг и учитывает только спрос отдельных платежеспособных потребителей на общественные социальные услуги, при этом не обеспечивая справедливого распределения социальных услуг в отношении всего населения;

- рыночные регуляторы не способны решить существующие социально-экономические проблемы, поскольку рынок не расположен к производству общественных благ, бесплатных для конечных потребителей из-за отсутствия механизма возмещения расходов, связанных с их производством.

Расходы бюджетов, направляемые на финансирование социальной сферы, выполняют различную роль в воспроизводственном процессе. Они разделяются по содержанию (текущие и капитальные), имеют разные источники финансирования (федеральный, региональные и местные бюджеты), подразделяются по срокам реализации (текущие, среднесрочные и долгосрочные), а также имеют разные назначения: функциональное, ведомственное и целевое.

По функциональному назначению выделяются следующие бюджетные расходы на финансирование социальной сферы: на социальную защиту и социальное обеспечение; образование; здравоохранение; духовное и физическое развитие и др. [9].

Наиболее проблемным аспектом бюджетного финансирования социальной сферы можно считать использование межбюджетных трансфертов (дотаций из федерального бюджета на бюджетное выравнивание, субвенций, средств, передаваемых в местные бюджеты из других бюджетов), так как такой финансовый инструмент недостаточно эффективен при его использовании в условиях усиливающейся децентрализации бюджетных расходов. Тут снижается степень финансовой самостоятельности нижестоящих бюджетов по уровням бюджетной системы, а на фоне разнообразия подсистем происходит дублирование одних функций и неисполнение других.

Ныне действующая система расходования бюджетных средств создавалась с позиции результативного и эффективного распределения ограниченных финансовых ресурсов, а расходы распределяются на основе программно-целевого подхода. Однако с учетом значительной бюджетной дифференциации по регионам одни и те же социальные потребности населения удовлетворяются не в полном объеме и различаются по регионам, хотя и соблюдается гарантируемый государством принцип минимальной финансовой обеспеченности социальных норм. Перераспределяемые из федерального и региональных бюджетов значительные объемы межбюджетных трансфертов не решают в полной мере задачи обеспечения социальных нужд населения, не способствуют улучшению финансирования социально ориентированных учреждений, определенным образом делают их финансово зависимыми. Это, в свою очередь, усложняет решение поставленных задач и выполнение общегосударственных социальных функций.

С учетом социально-экономической и военно-политической ситуации в последние годы в России остаются нерешенными на должном уровне проблемы финансового обеспечения социальной сферы, а именно: 1) наблюдаются недостаточный уровень и невыполнение плановых показателей бюджетного финансирования части регионов в таких отраслях социальной сферы, как здравоохранение, образование, наука, духовное и физическое развитие, и, как следствие, сокращение или прекращение программного финансового обеспечения при решении вопросов социального развития; 2) обеспечение социальных выплат осуществляется на минимальном уровне; 3) отсутствуют необходимые практические меры углубления социальных преобразований в обществе, в частности не решается задача повышения реального уровня доходов населения; 4) от-

существует равный доступ к гарантированному государством уровню потребления социальных услуг вне зависимости от места проживания граждан с учетом неравномерного развития регионов; 5) большинство населения на фоне низкого уровня доходов и коммерциализации не в состоянии реализовать свои социально-экономические интересы, в том числе получить качественное образование, квалифицированную медицинскую помощь и др.

Усиление внимания к обозначенным проблемам связано с увеличением влияния проводимой социальной политики на экономический рост, включая снижение социальной напряженности, улучшение инвестиционного и предпринимательского климата.

Внебюджетное финансирование социальной сферы включает самофинансирование, кредитование и обеспечение за счет средств фондов обязательного социального страхования. Самофинансирование как исходная форма финансового обеспечения предусматривает процесс возмещения текущих расходов деятельности субъектов хозяйствования в социальной сфере и их развитие за счет собственных финансовых источников (прибыли унитарных предприятий и собственных средств бюджетных и автономных учреждений и организаций, получаемых за счет иной приносящей доход деятельности).

Мировой опыт и отечественная практика показывают, что собственные средства предназначены для покрытия расходов на минимально допустимом уровне. Основное финансирование осуществляется за счет бюджетного или государственного внебюджетного финансирования. У отдельных хозяйствующих субъектов (автономных учреждений) финансовые поступления могут осуществляться на основе использования заемных средств. Главное преимущество такой системы финансового обеспечения – достижение максимально эффективного использования имеющихся в обществе временно свободных финансовых ресурсов, что способствует ускорению оборачиваемости, а следовательно, обеспечивает повышение эффективности их использования.

Кредитование как ведущую форму финансового обеспечения в рыночных условиях целесообразно рассматривать в качестве процесса получения органами государственной власти необходимых денежных средств в результате проведения международных валютно-финансовых операций на условиях срочности, возвратности, платности из иностранных источников, обеспечения (под гарантии правительства) и целевого использования хозяйствующими субъектами социальной сферы.

Важный внебюджетный источник финансирования социальной сферы – средства федеральных фондов обязательного социального страхования. Финансовый механизм предполагает предоставление материального обеспечения и социальных услуг застрахованным лицам в результате наступления законодательно установленных страховых случаев (временной нетрудоспособности, беременности и родов, инвалидности, болезни, достижения пенсионного возраста, в случае профессионального заболевания и др.), финансовое обеспечение за счет общественных целевых фондов обязательного социального страхования.

Учитывая опыт финансирования системы социального обеспечения в странах с развитой рыночной экономикой, целесообразно рассмотреть такую форму финансового обеспечения социальной сферы, как донорское финансирование (международные гранты, меценатство, спонсорство, волонтерство). В этом случае финансовый механизм предусматривает использование правительствами, специальными международными фондами и организациями, общественными и благотворительными организациями, как правило, на безвозвратной основе инструментов в виде грантов в рамках международной технической и финансовой помощи, в форме добровольных поступлений от общественных и благотворительных организаций.

Социальная сфера обеспечивает снижение давления социально-экономических потрясений на человека и общество. Ей принадлежит существенная роль в повышении эффективности общественного воспроизводства, экономии живого труда, в осуществлении рыночных преобразований. Рассматривая социальную сферу в качестве катализатора научно-технического и цивилизационного развития и фактора формирования духовно зрелого, компетентного, социально активного человека, необходимо обеспечивать постоянное ее развитие за счет увеличения финансового обеспечения и создания условий для предоставления достаточного уровня и спектра востребованных социальных услуг, что является основой для развития социально ориентированной рыночной экономики.

Источники

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2019.
2. Кенэ Ф. 100 великих экономистов до Кейнса. СПб.: Экономикс, 2008. С. 128–130.
3. Кларк Дж. Б. Распределение богатства: теория заработной платы, процента и прибыли. М.: Гелиос АРВ, 2000.
4. Люксембург Р. Анализ процесса воспроизводства у Кенэ и у Адама Смита // Накопление капитала. В 2 т. 5-е изд. М.-Л.: Соцэкгиз, 1934. Гл. 2. С. 18–30.
5. Чухно А.А., Юхименко П.И., Леоненко П.М. Современные экономические теории: Учебник / Под ред. А.А. Чухно. М.: Знание, 2007.
6. История социальной работы: Документы и практикумы / М.Н. Коныгина [и др.]. М.: ИТК «Дашков и К°», 2018.
7. Хайруллина Н.Г., Щербакова Г.А. Детерминанты устойчивой региональной социальной политики // Современные проблемы науки и образования. 2017. № 1–1. С. 15–22.
8. Иванов В.Н. Социальные технологии в современном мире. М.-Н. Новгород: Изд-во Волго-Вятской академии гос. службы, 1996.
9. Налбандян А.А. Проблема бедности в России в условиях многофакторного экономического кризиса // Вестник Российского университета дружбы народов. 2017. № 3. С. 343–353. Серия: Экономика.
10. Уровень и профиль бедности в России: От 1990-х годов до наших дней / Л.Н. Овчарова [и др.]. М.: НИУ ВШЭ, 2014.
11. Кравцов Д.И., Понкратьев В.В. Проблемы бедности в России 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-bednosti-v-rossii/viewer> (дата обращения: 08.02.2020).
12. Безуглова М.Н., Воронина А.В., Охотников А.В. Преодоление бедности как фактор роста качества трудовых ресурсов в России 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/>

preodolenie-bednosti-kak-faktor-rosta-kachestva-trudovyh-resursov-v-rossii/viewer (дата обращения: 08.02.2020).

13. Иванов Н., Гоффе Н., Монусова Г. Бедность в России и пути ее преодоления // Мировая экономика и международные отношения. 2010. № 9. С. 29–42.

14. Росстат, Независимый институт социальной политики, ВЦИОМ. URL: <http://kommersant.ru/doc/2767503>

CONCEPTUAL APPROACHES TO FINANCIAL SUPPORT OF THE SOCIAL SPHERE

Fedorova I. Yu.

FEDOROVA Irina Yur'evna – doctor of economics, professor, Department of Public Finances, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

E-mail: fedorovaiu1@gmail.com

Abstract. The article presents the basic conceptual approaches to the interpretation of the definition of the social sphere and the mechanism of its financial support, gives the views of Russian and foreign scientists on the nature and content of the studied economic category, considers the existing problems in solving social issues in the conditions of market economic relations, models and features of financial The social security mechanism used in Russia and abroad assesses the role of the social sphere in the development of the economy.

Keywords: social sphere, financial support, conceptual approaches, financial support mechanism, tools.

For citation: Fedorova I. Yu. Conceptual approaches to financial support of the social sphere. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 12–21. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-12-21.

References

1. Smith A. A Study on the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Moscow: Eksmo, 2019.
2. Quesnay F. 100 Great Economists before Keynes = Great Economists before Keynes: An introduction to the lives & works of one hundred great economists of the past. St. Petersburg: Economics, 2008. P. 128–130.
3. Clark J.B. The Distribution of Wealth: A Theory of Walth: A Theory of Wages, Interest and Profits. Moscow: Helios ARV, 2000.
4. Luxembourg R. Analysis of the reproduction process by Quesnay and Adam Smith // Capital Accumulation: Vol. I and II. 5th ed. M.-L.: Sotsekgiz, 1934. Chapter Two. P. 18–30.
5. Chukhno A.A., Yukhimenko P.I., Leonenko P.M. Modern economic theories: a textbook / Ed. by A.A. Chukhno. Moscow: Znanie, 2007.
6. History of social work: Documents and workshops / M.N. Konygina [et al.]. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2018.
7. Khayrullina N.G., Scherbakova G.A. Determinants of sustainable regional social policy. *Modern problems of science and education*. 2017. No. 1–1. P. 15–22.
8. Ivanov V.N. Social technologies in the modern world. Moscow-Nizhny Novgorod: Publishing House of the Volga-Vyatka State Academy Service, 1996.

9. Nalbandyan A.A. The problem of poverty in Russia in a multifactorial economic crisis. *Bulletin of Peoples' Friendship University of Russia*. 2017. No. 3. P. 343–353. Series: Economics.
10. The level and profile of poverty in Russia: From the 1990s to the present day / L.N. Ovcharova [et al.]. M.: HSE, 2014.
11. Kravtsov D.I., Ponkratiev V.V. Poverty problems in Russia 2018. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-bednosti-v-rossii/viewer> (accessed: 08.02.2020).
12. Bezuglova M.N., Voronina A.V., Okhotnikov A.V. Overcoming poverty as a factor in the growth of the quality of labor resources in Russia 2017. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preodolenie-bednosti-kak-faktor-rosta-kachestva-trudovyh-resursov-v-rossii/viewer> (accessed: 08.02.2020).
13. Ivanov N., Goffe N., Monusova G. Poverty in Russia and ways to overcome it. *World Economy and International Relations*. 2010. No. 9. P. 29–42.
14. Rosstat, Independent Institute for Social Policy, VTsIOM. URL: <http://kommersant.ru/doc/2767503> (accessed: 08.02.2020).

ЛИЧНЫЕ ПРОДАЖИ В СИСТЕМЕ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: ТРАДИЦИИ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Шевченко Д.А.

ШЕВЧЕНКО Дмитрий Анатольевич – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой маркетинговых коммуникаций Московского политехнического университета, почетный член Гильдии Маркетологов, эксперт АКАР, академик Академии имиджологии, Москва, Российская Федерация. E-mail: shevm49@gmail.com

Аннотация. Личные продажи рассматриваются в контексте интегрированных коммуникаций, частью которых они являются. Автор раскрывает суть и особенности личных продаж по сравнению с другими элементами коммуникаций, такими как реклама, связи с общественностью, прямой маркетинг. В статье делается попытка рассмотреть традиции, которые сложились в научной литературе, посвященной этому виду коммуникаций. Автор рассматривает специфику стратегий личных продаж в системе коммуникаций секторов рынка B2C и B2B. Затронуты проблемы использования телефонного маркетинга, развития электронного маркетинга, в частности значение и перспективы развития электронной почты как вида персональной коммуникации. Особое место отводится характеристике деятельности специалистов в сфере персональных продаж с использованием интернет-технологий. Рассматриваются роль сайта, контентной стратегии, методика оценки сайта профессора Д. Шевченко, социальных сетей, современные тренды и тенденции в развитии профессии специалистов личных продаж.

Ключевые слова: личные продажи, интегрированные коммуникации, реклама и PR, прямой маркетинг, рынки B2C и B2B, электронная почта, социальные сети, сайт, методика оценки сайта Д. Шевченко, тренды личных продаж.

Для цитирования: Шевченко Д.А. Личные продажи в системе интегрированных коммуникаций: традиции и современность // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 22–33. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-22-33.

Личная продажа – один из инструментов комплекса интегрированных коммуникаций, любая активная деятельность по вовлечению в коммуникацию потенциальных и реальных потребителей товара и получению обратной связи и информации об их желаниях, потребностях, интересах с ориентацией на долгосрочные отношения.

Личная продажа включает выявление перспективных покупателей и личное знакомство с ними, регулярное индивидуальное общение, выявление мнений об усовершенствованных и новых товарах¹.

В контексте изучения комплекса интегрированных коммуникаций рекламы и связей с общественностью личные продажи – это не встреча покупателя с продавцом и не передача товара или услуги одного другому, это – коммуника-

¹ Шевченко Д.А. Маркетинговая деятельность вуза: структура, управление и содержание // Практический маркетинг. 2013. № 9 (199). С. 5.

ции, общение, в том числе виртуальное, конечная цель которой – продажа, но не сама продажа.

Личная продажа – это непосредственная презентация товара или идеи потенциальному покупателю представителем компании или организации. Это определение высвечивает ключевое различие между личной продажей и другими средствами маркетинговых коммуникаций.

Личные продажи применяют коммуникацию один на один, а массовые коммуникации характеризуются использованием медийных средств рекламы, стимулированием сбыта и связей с общественностью.

Личные продажи отличаются и от прямого маркетинга, который использует неличностные средства информации для побуждения к ответной реакции.

В личных продажах информация предоставляется индивидуально, с немедленной обратной связью, а необходимые коррективы могут быть внесены в обращение прямо на месте.

Назовем еще некоторые отличия личных продаж от других элементов маркетинговых коммуникаций. Во-первых, коммуникации, связанные с продажей, подразумевают главным образом межличностные отношения. При персональной продаже основная задача – это построение отношений между торговым агентом и клиентом, между торговым агентом и его руководителями, а также между торговым агентом и другими сотрудниками организации.

Во-вторых, в других областях маркетинговых коммуникаций, например в рекламе, стоит задача создания собственно сообщения, разработки рекламного продукта. Известно вечное противостояние отделов продаж и маркетинга в отношении приоритета полезности бизнесу. Вместе с тем отделы по маркетинговым коммуникациям и отделы торгового персонала организационно отделены друг от друга. Специалисты отдела рекламы рассылают сообщение о товаре множеству людей за пределами целевого рынка, например в СМИ. При личных продажах торговые агенты действуют точно в рамках целевого рынка. Поэтому измерение эффективности и определение доходности вложения являются здесь гораздо более прямыми, чем для других средств маркетинговых коммуникаций, где часто измерению поддается лишь изменение отношения к продукту, компании или степень запоминаемости. В конечном счете поведение продавца и избранная им стратегия передачи информации – определяющие при выборе стратегии продажи¹.

Персональная продажа может осуществляться по двум разным каналам – через розничную торговлю и прямой канал. *По розничному каналу* продавец взаимодействует с потенциальными клиентами, которые приходят сами, чтобы узнать о продукте. Работа продавца заключается в том, чтобы убедиться, что он понимает потребности клиентов и, соответственно, демонстрирует различные продукты, которые имеются в этой категории.

¹ См.: Бернет Дж. и Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. СПб.: Питер, 2004.

По прямому каналу продавец посещает потенциальных клиентов, пытаясь сообщить им о новом продукте, запускаемом компанией, когда у него есть новое предложение, которое клиенты могут не получить с публичного рынка.

Стратегия личных коммуникаций в В2С относится к продажам между клиентами – компания продает товары или услуги отдельному клиенту.

Например, к продажам В2С относится деятельность:

- торгового представителя, продающего членство в фитнес-клубе;
- продуктового магазина по продаже продуктов питания;
- интернет-магазина модной одежды, продающего одежду частным лицам;
- розничных магазинов по продаже товаров.

По сути, покупатель товара или услуги является конечным пользователем товара.

Личным продажам посвящено достаточно внимания со стороны исследователей коммуникационного бизнеса¹.

Стратегии продаж В2С могут включать в себя использование: 1) маркетинговых кампаний, чтобы вызвать эмоциональный отклик у покупателя; 2) социальных сетей для установления связи с покупателем; 3) проведение конкурсов.

Не каждая встреча приведет к продаже. Это – огромное искусство. Указанный феномен очень близок деятельности «сейлзов» и телефонного маркетинга. Личная продажа – это разновидность директ-маркетинга, прямого маркетинга (DM).

Стать специалистом по персональным продажам, «сейлзам» сложно. Кажется, что работа на выставках, днях открытых дверей, конференциях заключается в том, чтобы улыбаться, вовремя подсказать, куда пройти и где получить информацию. Это, скорее, работа для указателей. Настоящий «сейлз», продажник каждую беседу заканчивает скрытым предложением стать клиентом или последователем, адвокатом бизнеса.

Стратегии личных коммуникаций В2В – это деятельность торговых представителей компаний, реализующих товары производственного назначения. Деловой рынок компаний, организаций – это рынок, где приобретаются товары и услуги, используемые в производстве других продуктов и услуг, которые

¹ См.: Наумова А.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи. Новосибирск, 2007; Денни Р. Есть контакт! Приемы деловых коммуникаций. Продажа ради успеха. СПб.: Питер, 2002; Денни Р. Продажа ради успеха. М.: Лори, 1998; Джей Э. Эффективная презентация. Мн.: Амалфея, 2004; Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. М.: Финансы и статистика, 2000; Салий В.В., Наумова А.В. Маркетинг отношений. Новосибирск: Изд. во СибУПК, 2005; Стивенс Н. Дж. при участии Б. Адамса. Эффективные продажи, ориентированные на покупателя. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2002; Шнаппауф Р.А. Практика продаж. М.: Интерэксперт, 1998; Энджел Дж. Ф., Блэкуэлл Р.Д., Миниард П.У. Поведение потребителей. СПб.: Питер, 2003; Толкачев А. Личные продажи. М.: Эксмо, 2010. Парабеллум А.А., Белановский А.С., Мрочковский Н. Личные продажи: от А до Я. М.: Омега-Л, 2017; Марк Дж., Грэг М. Управление отделом продаж: исчерпывающее руководство. М.: Эксмо, 2017; Шевченко Д.А. Состояние рынка высшего профессионального образования России и перспективы его развития // Маркетинг в России и за рубежом. 2013. № 3. С. 109–121.

потом продаются, сдаются в аренду и поставляются другим организациям-покупателям¹.

Продажи B2B относятся к продаже бизнеса бизнесу: одна компания продает товары или услуги другой компании. Это – деловой маркетинг, где обе стороны обмена представлены организациями. Это – разработка маркетинговых программ компании, цель которых – работа с другими производителями для формирования узнавания или инициирования покупки.

Продажа бизнеса бизнесу часто представляет собой сложный процесс, требующий от нескольких лиц, принимающих решения, закрыть сделку.

Принимать решения в процессе продажи B2B могут торговые представители, старшие руководители, совет директоров, финансовый отдел, юридические службы, исследователи, генеральные директора и многие другие. Путь к принятию решений в пользу коммуниканта имеет сложную форму препятствий и проблем, а потому требует от представителя продающей компании высокого уровня не только *hard skills*, но в большей степени *soft skills*.

Существует два типа продаж B2B:

1. Бизнес, продающий товары или услуги компании, которая затем может использовать их для производства или продажи своей продукции. Пример: оптовый продавец продуктов питания продает ингредиенты для пекарни, чтобы та могла производить свою собственную выпечку.

2. Бизнес, продающий товары или услуги, которые соответствуют потребностям компании. Пример: компания продает услуги программного обеспечения, такие как электронная почта или платформа электронной коммерции.

Работа специалистов по личным продажам требует от них отличного знания сути бизнеса и главных достоинств брендов продукции, чтобы показать и продемонстрировать это в своих красочных презентациях.

Презентации никогда не должны быть шаблонными. Для этого надо использовать информацию, которая собрана в ходе исследований и прослушивания, чтобы адаптировать ее конкретно к целям компании и к тому, как ваш продукт или услуга вписываются в их стратегию.

В наши дни торговым представителям приходится увеличивать свою ценность на встречах, демонстрируя, что они оказывают полезную помощь, клиенту.

Знание конкретных аспектов, которые необходимо изучить с помощью телефонного звонка или по электронной почте, позволит вам создать индивидуальную конверсию. Для этого следует изучить:

- каковы ваши перспективы, миссия и ценности;
- сколько сотрудников у компании;
- что они предлагают;
- масштаб бизнеса компании.

Здесь помощь могут оказать сайт компании, ее аккаунты в социальных сетях. Страница контактов также может содержать информацию о том, к кому об-

¹ См.: Шевченко Д.А. Реклама. Маркетинг. PR: Учебно-справочное пособие. М.: МГОУ, 2009.

ращаться в случае принятия решения о покупке, например имя контакта в конкретном отделе.

Прежде чем обращаться к своему потенциальному клиенту, вам необходимо знать, как ваш продукт или услуга «решают его болевые точки». Используют ли они в настоящее время еще какие-либо продукты или услуги, которые им можно предложить, вследствие чего они получают лучшую альтернативу? Можно включить эту информацию в свой разговор с потенциальным клиентом.

Например, если ваш потенциальный клиент использует рекламу в социальных сетях для привлечения трафика на свой веб-сайт, вы можете спросить его, соответствует ли этот метод целям компании. Это дает вам возможность предложить альтернативу, которая может быть дешевле, более рентабельной, дает улучшенные результаты.

Анализ конкурентов потенциального клиента позволяет определить, что они делают лучше. Правда, лицам, принимающим решения, не нравится слышать о том, какие аспекты их бизнеса не так эффективны и каким образом их конкуренты действуют лучше. Но эту информацию можно использовать в своих интересах, демонстрируя, как предлагаемый продукт или услуга дает большее преимущество перед конкурентами.

Необходимо создать свой эффективный веб-сайт. Можно утверждать, что 97% покупателей B2B проводят онлайн-исследования, прежде чем принять решение о покупке. Веб-сайт помогает выделиться среди конкурентов, позволяя представить миссию и ценности вашей компании.

Известна формула УТП (уникальное торговое предложение). Каково ваше УТП?

Контент играет ключевую роль в генерации лидов. Дизайн веб-сайта должен быть ориентирован на то, чтобы быть доступным и помогать достижению бизнес-целей.

Удобная навигация, страницы контактов, ссылки на социальные сети, оптимизация сайта для мобильного приложения и другие коммуникации непременно сыграют свою положительную роль в продвижении продукции. Иными словами, коммуникация теперь осуществляется не только из уст в уста в живом контакте, а из уст в уста в виртуальном контакте благодаря информационным технологиям улучшения своего положения в сети Интернет. Более подробно о требованиях к сайту изложено в методике профессора Д.А. Шевченко¹.

Следует уделить внимание СТА². Основная цель СТА – помочь посетителю принять решение о покупке, скачивании, регистрации или подписке. Побудить его к этому могут тексты, изображения, баннеры и другие элементы сайта – все зависит от фантазии маркетолога и тематики ресурса.

¹ Шевченко Д.А. Сайт вуза: методика оценки // Социологические исследования. 2014. № 5 (361). С. 143–152.

² СТА на сайте (*call to action*) – в широком смысле призыв к действию, который подразумевает все элементы, побуждаемые посетителя приобрести товар или услугу, хотя чаще всего речь идет о кнопках заказа.

Но дальше начинается очное общение, и оно не всегда заканчивается покупкой или откладыванием для обдумывания. Часто все кончается неявно выраженным конфликтом, когда после общения с представителем компании клиент остается недовольным.

Для того, чтобы СТА сработал, тексты в электронных письмах, СМС-сообщениях, рассылках должны быть убедительными. Более 50% электронных писем отбрасываются на основании тематики.

Контентная стратегия сайта требует внимания к текстам, посвященным продукции компании. Эффективный контент (текст) называется продающим контентом (текстом).

Приведем три самых неэффективных слова для включения в темы: «пригласить», «присоединиться» и «подтвердить».

Максимальная персонализация сюжетных линий может увеличить скорость открытия писем и сообщений на 50%. Включение вопросов в электронные письма увеличивает количество ответов также на 50%. Откровенная (по-детски) письменность «на уровне третьего класса» увеличивает количество ответов более чем на 30%.

По мнению специалистов маркетинга Гильдии Маркетологов, рекомендуется отправлять письма с предложениями по электронной почте между 8:00 и 10:00, после обеда – в 15:00–16:00. Лучший день для отправки писем – вторник. Практически 80% предпочитают общаться с торговыми представителями, рассматривать предложения по электронной почте или другому каналу, через мессенджер.

Присутствие в социальных сетях существенно помогает вам проводить исследования клиентов, а также получать дополнительную информацию о конкурентах.

Практика свидетельствует, что 90% лиц, принимающих решения, никогда не реагируют на холодные звонки, подчеркивая важность заботы о ваших перспективах перед закрытием продажи.

Использование социальных сетей как части персональной стратегии контент-маркетинга помогает утвердиться в качестве эксперта в своей отрасли, способствуя доверию со стороны клиента. Для этого можно поделиться контентом, который уже опубликован на веб-сайте, или эксклюзивным контентом, таким как интересная статистика, важная, «инсайдерская» информация или истории от довольных клиентов.

Электронная почта почти в 40 раз эффективнее для привлечения новых клиентов, чем Facebook или ВК.

Есть еще один аспект проблемы продвижения продукции посредством персонального контакта. Речь идет о значении и распространении образцов продукции компании в маркетинговой практике.

Компании, желающие продвигать продукт (особенно новый), сталкиваются с конкурентным рынком, и здесь не обойтись без образцов. Предоставление образцов продукции потенциальным потребителям имеет сильный эффект, так как увеличивает экспозицию, дает понимание того, что предстоит, и позволяет им почувствовать себя уверенно при покупке.

Закладывая в маркетинговый бюджет расходы на образцы продукции и ее предоставление, бизнес получает преимущество, когда дело доходит до конкуренции. Предоставление образцов продукции устраняет фактор страха, что позволяет потенциальным потребителям тестировать продукт без риска, а компании – получить их отзывы о продукте.

Когда потребители тестируют новый продукт, они часто делают заметки о том, что им нравится или не нравится в новом продукте, сравнивают предлагаемый им продукт с продуктом конкурента. Это дает возможность узнать больше о целевом рынке, о том, как можно улучшить продукт, чтобы он превзошел ожидания потребителей и дал конкурентное преимущество.

Это особенно важно, когда речь идет об услугах. Продвижение услуги – более сложная задача, чем продвижение товара, который сам по себе образец!

Потенциальные клиенты должны иметь четкое представление о преимуществах, прежде чем решат попробовать или «купить» услугу. Огромную положительную роль здесь оказывают рекламные материалы, которые являются образцом предоставляемой услуги. Рекламные материалы должны определять потребности клиента и объяснять, как приобретаемая услуга (например, высшее или дополнительное образование) сможет удовлетворить потребности и предоставить преимущества. Более подробно о продвижении образовательных услуг средствами рекламы и связей с общественностью можно прочитать в книге профессора Д.А. Шевченко «Маркетинг образования в России»¹.

Еще один коммуникационный контакт – участие в выставках, ярмарках. Маркетинговый план выставочного мероприятия может включать в себя участие одного из менеджеров по продажам, выступающего на торговой выставке. Это может быть и спонсирование мероприятия или совместное проведение мероприятия с компанией, не имеющей прямой конкуренции с вами.

Приведем «пять цилиндров двигателя профессиональной торговли»:

1. Знание бизнеса.

Профессиональный продавец должен быть прекрасно информирован о современной ситуации в сфере бизнеса. Высоко ценятся начитанность, образованность, грамотность и способность вести с клиентом беседу о тенденциях развития маркетинга, изменениях климата в сфере бизнеса, о внутренней и международной политике.

2. Знание производства.

Профессиональные продавцы должны хорошо знать производство, к которому они причастны, быть знакомы с продуктами, ценами и рейтингами конкурентов. Они должны знать людей, работающих в сфере этого производства, а также пункты продажи и реализации новой продукции своих конкурентов.

3. Знание компании.

Профессиональный продавец должен быть достойным представителем своей компании, т. е. хорошо знать ее политику: товарную, сбытовую, коммуника-

¹ Шевченко Д.А. Маркетинг образования в России. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.

ционную. Он должен быть полностью информирован о маркетинге своей компании, ее рекламных программах, а также знать необходимых для контакта людей и связи между отделами организации, чтобы в случае необходимости направить своего покупателя или клиента в нужном направлении для получения помощи или продолжения дела.

4. Знание продукта.

То, что продавец должен знать свой продукт досконально, кажется очевидным. Однако удивительно, как много продавцов недостаточно знакомы с тем, что они пытаются продать. Для покупателя нет более обескураживающей вещи, чем продавец, плохо знающий свой товар. Но еще важнее то, что без глубокого знания своего продукта вы не сможете научиться искусству убеждать. Продавец обязан вызывать доверие. Он должен уметь убедить клиента, что тому подходит продаваемый товар.

5. Навыки продажи.

Со временем даже те, кто работает в сфере торговли долгие годы, забывают основные правила профессиональной продажи. Они могут их знать, но всегда ли применяют на практике? Высокое давление современного делового климата вынуждает многих хороших продавцов выбирать проторенную колею или «зону комфорта». Они забывают о творческом подходе к продажам, а ведь покупатели меняются так быстро¹.

Среди основных ожидаемых трендов на перспективу ближайших лет заметен рост креативной пропаганды с целью пробиться со своим предложением сквозь плотный клаттер на рынке².

¹ См.: Денни Р. Продажа, ради успеха. Искусство завершения сделки. М.: Лори, 1998. С. 11–24.

² Клаттер (*clatter*) – отражает уровень рекламного шума, объем рекламных сообщений в товарной категории на одного потребителя. Уровень клаттера может быть большим, малым или отсутствовать. Уровень клаттера определяется на основе анализа присутствия рекламных кампаний конкурентов посредством анализа частоты и охвата кампаний. Если клаттер большой (т. е. в момент рекламной кампании продукта рекламируется много рекламодателей с высокой частотой и охватом кампаний), то запоминаемость рекламы снижается. В этом случае рекомендуется повышать частоту контакта рекламного сообщения с целевой аудиторией, использовать разнообразные креативные решения для повышения заметности сообщения, использовать другие медиа-каналы, в которых уровень клаттера низкий. Если клаттер небольшой, то необходимо максимально использовать низкий уровень конкуренции для формирования и укрепления лидерства компании, товара или услуги. Максимально нарастить знание, сформировать отношение к товару, при этом основываясь на разумной частоте сообщения. Если клаттер вообще отсутствует, то рекомендуется оценить причины отсутствия конкурентов в данном сегменте. При этом возможно несколько вариантов: рынок небольшой по размеру, а требуемый уровень рекламных инвестиций высок и не позволяет окупить вложения; потребитель практически не восприимчив к рекламе продуктов в данном сегменте; рынок стагнирует или падает; рынок перспективный и новый (или продукт – это *first mover* на рынке), а уровень конкуренции низкий. См.: Шевченко Д.А. Маркетинговые коммуникации. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2019.

Становится очевидным, что клиенты должны обслуживаться по каналам, которые они предпочитают. Многоканальный подход будет более распространен не только в сфере обслуживания клиентов, но и в начале воронки продаж вместо традиционной частоты продаж, связанной с телефонными звонками и электронными письмами. Чем меньше шума в канале, тем легче будет выделиться.

Такие каналы, как службы обмена сообщениями, личные видео и даже прямая почтовая рассылка, увидят рост популярности. Первые компании уже даже посылают награды и подарки своим потенциальным клиентам в рамках продаж.

Персонализированный канал продаж объединяет все соответствующие сообщения о продукте в один легко потребляемый, действенный канал для продаж в реальном времени.

Эффективной платформой персонифицированных продаж на ближайшее время остаются и системы CRM (облачные системы CRM)¹.

Дополненная реальность меняет традиционные презентации продукта. До сих пор продавцу, продающему физические продукты, приходилось тащить свои предложения с собой на встречи с покупателями или приглашать людей в удаленный демонстрационный зал, находившийся в глуши, чтобы фактически показать, что они продают.

Технология демонстрации продуктов существует уже несколько лет, и мы считаем, что она станет основным трендом в будущем. Например, менеджеру компании, продающей офисную мебель, не нужно привозить с собой каталоги, он легко может оперировать трехмерным изображением мебели в существующем пространстве на основе высококачественных изображений или видео. Покупатель, видя такие визуализации, уверен в том, что принимает правильное решение о покупке.

Оmnikanальный маркетинг становится ведущим трендом личных продаж на ближайшую перспективу. Omnikanальная торговля подразумевает сочетание не только онлайн- и офлайн-торговли, но и включает в себя все возможные виды ретейла. Это и продажи через социальные сети, и продажи по телефону. Важным аспектом интегрированного типа торговли является то, что клиент не ощущает разницы, выбирая тот или иной канал: он может купить товар любым понравившимся ему способом, в том месте, где ему удобно, при этом получая гарантию и сохраняя возможность возврата.

¹ CRM (*customer relationship management*, система управления взаимоотношениями с клиентами) — прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации взаимодействия с клиентами (заказчиками), в частности, для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов. Достигается это за счет сохранения информации о клиентах, истории взаимоотношений с ними, улучшения соответствующих бизнес-процессов и последующего анализа результатов. См. подпр.: CRM – система управления взаимоотношениями с клиентами. URL: <https://www.it.ua/ru/knowledge-base/technology-innovation/customer-relationship-management-crm>

Личные продажи – это часть интегрированных коммуникаций, они органично переплетаются с другими элементами комплексных коммуникаций – ATL и BTL, PR, DM, digital¹.

Интегрирование личных продаж с другими элементами маркетинговых коммуникаций может серьезно повлиять на работу торговых агентов. С развитием интернет-технологий клиенты уже разрабатывают свои собственные товары, договариваются о цене с производителями, обсуждают условия поставки и другие вопросы с производителями, а не с торговыми агентами. Но роль и место специалиста по личным продажам не исчезает, она видоизменяется.

Возрастает тенденция маркетинговой персонификации. В списке профессий будущего специалист по личным продажам приобретает черты персонального брендмейкера – персонального бренд-менеджера, который отвечает за создание личного имиджа, персональной «марки». Речь идет не только о внешности. Используя соцсети, блоги и другие инструменты влияния на общественное мнение, он будет помогать достигать цели, которые ставит клиент в карьере, личной жизни и других сферах.

Специалист по личным продажам интегрируется в IT-евангелиста, который продвигает технологии и продукты с помощью написания статей, ведения блогов, проведения семинаров и вебинаров, демонстраций и презентаций, переговоров. Эта специальность требует как навыков продаж и опыта владения технологиями продвижения товаров или услуг, так и умения убеждать потенциального покупателя или пользователя, изменять его взгляды, заставляя переходить от старых стандартов к новым.

Специалист по персональным продажам скоро будет называться бренд-амбассадором. Это представитель компании, который организывает или принимает участие в закрытых дегустациях / тестировании продукта / его презентации, куда приглашаются потенциальные поклонники бренда. Использование бренд-амбассадоров – одно из самых перспективных сейчас направлений маркетинга, PR, трейд-маркетинга.

В перспективе получит свое новое воплощение имейл-маркетолог – специалист по электронному маркетингу через электронную почту. Имейл-почта останется лидером с точки зрения потребления информации о брендах и надежности коммуникации. 90% пользователей читают почту со смартфона. При этом все чаще для чтения писем используются смарт-часы.

Средний пользователь электронной почты проверяет ее около 15 раз в день. 26% пользователей проверяют электронную почту, прежде чем встать с по-

¹ См. подробно о системе интегрированных коммуникаций: *Шевченко Д.А.* Интегрированные маркетинговые коммуникации: модель профессора Д.А. Шевченко // *Маркетинговые коммуникации*. 2019. № 3. С. 176–181; *Шевченко Д.А.* Рынок диджитал-коммуникаций в России: ситуация и основные тренды // *Системные технологии*. 2018. № 1 (26). С. 84–89.

стели, 69% – во время просмотра ТВ, 43% читают письма в ванной комнате, 32% – во время еды¹.

В списке профессий будущего – менеджер по маркетинговым коммуникациям, который посредством интегрированной коммуникации с целевыми аудиториями способствует достижению максимальной эффективности по всем направлениям развития организации в условиях изменяющейся внешней среды².

Источники

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. СПб.: Питер, 2004.
2. Наумова А.В. Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи: Учебное пособие. Новосибирск: СибУПК, 2007.
3. Шевченко Д.А., Локтюшина Ю.В. Эффективность веб-сайтов высших учебных заведений: Методика оценки конкурентоспособности сайта вуза в Интернет. М.: ННОУ «МИПК», 2015.
4. Шевченко Д.А. Состояние рынка высшего профессионального образования России и перспективы его развития // Маркетинг в России и за рубежом. 2013. № 3. С. 109–121.
5. Шевченко Д.А. Сайт вуза: методика оценки // Социологические исследования. 2014. № 5 (361). С. 143–152.
6. Шевченко Д.А. Рынок диджитал коммуникаций в России: ситуация и основные тренды // Системные технологии. 2018. № 1 (26). С. 84–89.
7. Шевченко Д.А. Реклама. Маркетинг. PR: Учебно-справочное пособие. М.: МГОУ, 2009.
8. Шевченко Д.А. Реклама, маркетинг, PR: Учебно-справочное пособие. М.: РГГУ, 2014.
9. Шевченко Д.А. Основы современного маркетинга: Учебник для бакалавров. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2019.
10. Шевченко Д.А. Маркетинговая деятельность вуза: структура, управление и содержание // Практический маркетинг. 2013. № 9 (199). С. 5–12.
11. Шевченко Д.А. Маркетинг образования в России: Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
12. Шевченко Д.А. Интегрированные коммуникации: Энциклопедия. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2019.

PERSONAL SALES IN THE INTEGRATED COMMUNICATIONS SYSTEM: TRADITIONS AND MODERNITY

Shevchenko D.A.

SHEVCHENKO Dmitry Anatolyevich – sincerely, professor of marketing and advertising, Head of the Department Marketing Communications Moscow Polytechnic University, Moscow, Russia. E-mail: shevm49@gmail.com

Abstract. Personal sales are seen in the context of the integrated communications of which they are a part. The author reveals the essence and features of personal sales in comparison with other elements of communication, such as: advertising, public relations, direct marketing. The article attempts to

¹ Эволюция email-маркетинга: от QWERTYUIOP до GDPR. URL: <https://habr.com/ru/company/mailru/blog/447730>

² Профессии будущего: новые и перспективные. URL: <https://hh.ru/article/14969>

consider the traditions that have developed in the scientific literature on this type of communication. The author considers the specifics of personal sales strategies in the communication system of B2C and B2B market sectors. The problems of the use of telephone marketing, the development of electronic marketing, in particular, the importance and prospects of the development of e-mail as a form of personal communication are touched upon. A special place is given to the characteristic of the activities of specialists in the field of personal sales using Internet technologies. The role of the site, content strategy, methodology for assessing the site of Professor D. Shevchenko, social networks. Modern trends and tendencies in the development of the profession of personal sales specialists are considered.

Keywords: personal sales, integrated communications, advertising and PR, direct marketing, B2C and B2B markets, e-mail, social networks, website, methodology for assessing the site of D. Shevchenko, personal sales trends.

For citation: Shevchenko D.A. Personal sales in the integrated communications system: traditions and modernity. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 22–33. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-22-33.

References

1. Burnet J., Moriarty S. Marketing communications: an integrated approach. SPb.: Peter, 2004.
2. Naumova A.V. Integrated marketing communications at points of sale: a tutorial. Novosibirsk: SibUPK, 2007.
3. Shevchenko D.A., Loktyushina Yu.V. Effectiveness of websites of higher educational institutions: Methods of assessing the competitiveness of the University's website in the Internet. Moscow: NNOU «MIPK», 2015.
4. Shevchenko D.A. State of the higher professional education market in Russia and prospects for its development. *Marketing in Russia and abroad*. 2013. No. 3. P. 109–121.
5. Shevchenko D.A. Site of the University: assessment methodology. *Sociological research*. 2014. No. 5 (361). P. 143–152.
6. Shevchenko D.A. Digital communications Market in Russia: situation and main trends. *System technologies*. 2018. No. 1 (26). P. 84–89.
7. Shevchenko D.A. Advertising. Marketing. PR: Educational reference guide. Moscow: Moscow State University, 2009.
8. Shevchenko D.A. Advertising, marketing, PR: Educational reference guide. Moscow: RSUH, 2014.
9. Shevchenko D.A. Fundamentals of modern marketing: a textbook for bachelors. Moscow: PTC «Dashkov & Co.», 2019.
10. Shevchenko D.A. Marketing activities of the University: structure, management and content. *Practical marketing*. 2013. No. 9 (199). P. 5–12.
11. Shevchenko D.A. Marketing of education in Russia: Textbook. Moscow: UNITY-DANA, 2017.
12. Shevchenko D.A. Integrated communications: an encyclopedia. Moscow: PTC «Dashkov & Co.», 2019.

ЗНАЧЕНИЕ КОММУНИКАЦИЙ МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ИННОВАЦИОННОГО БИЗНЕСА

Синяева И.М.

СИНЯЕВА Инга Михайловна – доктор экономических наук, 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством, профессор кафедры логистики и маркетинга Финансового университета при Правительстве РФ, Москва, Российская Федерация. E-mail: i.570@yandex.ru

Аннотация. В данной статье исследуется значение коммуникаций маркетинга в инновационной структуре, направленных на повышение результатов коммерциализации интеллектуального продукта. В исследованиях трансформации национальной экономики правомерно отмечаются тенденции глобализации, концентрации промышленного и финансового капиталов и цифровизации инновационного бизнеса. Автор в логической последовательности освещает авторитет национальной экономики на мировой арене, теоретический вклад отечественных и зарубежных ученых в поступательное развитие коммуникаций маркетинга в инновационном бизнесе. Научная новизна заключена в предложенной модели управления коммуникациями маркетинга в инновационной системе, которая позволит достичь намеченных результатов коммерциализации. Теоретический интерес представляет авторская трактовка необходимости в инновационном бизнесе следовать концепциям кастомизации, холистического и когнитивного маркетинга.

Ключевые слова: инновации, интеллектуальный продукт, коммуникации, концепция, кастомизация, когнитивизм, холистический маркетинг, управление.

Для цитирования: Синяева И.М. Значение коммуникаций маркетинга в развитии инновационного бизнеса // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 34–39. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-34-39.

Все мы являемся свидетелями специфики формирования современного бизнеса с учетом таких факторов, как *экономические санкции, волатильность валюты, наличие коррупции, смена правительства, наконец, китайский коронавирус*. На первом заседании нового правительства председатель Правительства РФ М.В. Мишустин поставил генеральную задачу по достижению намеченных показателей в соответствии с указом Президента России от 7 мая 2018 г. № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» в рамках принятых 12 национальных проектов по трем направлениям: «Человеческий капитал», «Комфортная среда для жизни» и «Экономический рост». Объем выделенных средств на реализацию проектов составил около 25 трлн руб.

Несмотря на многочисленные препятствия, в национальной экономике сохраняется тенденция постепенного роста ВВП. Согласно прогнозным данным Международного валютного фонда и аналитической компании *Focus Economics*, в списке ВВП стран мира в 2019 г. Россия занимала 12-е место с общим объемом

1 754 285 млрд долл. Лидерами по ВВП, как и ранее, были США, Китай, Япония, Германия, Великобритания [1].

Инновационные технологии вносят огромный вклад в повышение эффективности маркетинговых коммуникаций. Согласно открытым данным экспертов международной аналитической компании *Gartner*, рост расходов на ИТ в глобальном масштабе в 2019 г. составил 3,6% и достиг уровня 4,553 трлн долл. [2].

Инновационный бизнес в России формируется под влиянием хорошо известных тенденций:

- *глобализации* (участники рынка постоянно зависят от факторов гиперсвязанности бизнеса в рамках «человек – машина»);
- *концентрации промышленного и финансового капиталов*: в сфере реального сектора, начиная с 2010 г., создаются промышленные кластеры (машиностроение) и межотраслевые пулы; в финансовом секторе наблюдаются слияние финансового капитала (ВТБ, Сбербанк, Альфа-банк) и резкое сокращение общего количества банков – с 1100 в 2010 г. до 414 в 2020 г.;
- *цифровизации* (в 2017 г. была принята программа «Цифровая экономика РФ». В России одним из первых был создан онлайн-банк «Тинькофф». Интернет-банкинг в России достиг почти 80%, мобильный банк – 76%).

Рынок инноваций в мире превысил отметку в 250 трлн долл., вклад России небольшой – 4,2 трлн долл., около 2%. Для авторитета национальной экономики очень важен показатель индекса глобальной конкурентоспособности GCI (GCI — *Global Innovation Index*). Он представляет результаты сопоставительного анализа инновационных систем 141 страны мира [3]. Согласно индексу глобальной конкурентоспособности 2019, лидируют Сингапур, США, Гонконг, Нидерланды, Швейцария. Суть рейтинга заключается в том, что каждая страна оценивается по стобалльной шкале и следующим группам индикаторов: институты; человеческий капитал и исследования; инфраструктура; совершенство рынка; совершенство бизнеса; выходы знаний и технологий; творческие выходы. Согласно GCI, в 2019 г. Россия заняла 43-е место, пропустив вперед Словакию, за Россией расположился Кипр.

Коммуникации маркетинга в инновационном бизнесе функционируют как динамичный комплекс, пронизывающий все структурные подразделения организации с использованием технологий рекламы, PR, массмедиа и инструментов диджитал-маркетинга в целях формирования спроса, увеличения объема сбыта товаров (услуг), позиционирования новинки и создания достойного имиджа организации.

Современный комплекс коммуникаций формирует рыночный спрос с учетом запросов целевых аудиторий покупателей, оптимизирует совокупные затраты на проникновение нового продукта в целевой сегмент сбыта, способствует достижению синергетического эффекта. Для менеджмента инновационной организации в высшей степени важно создать эффективную модель управления маркетинговыми коммуникациями

Модель управления коммуникациями маркетинга в инновационной системе организации приведена на рис. 1.

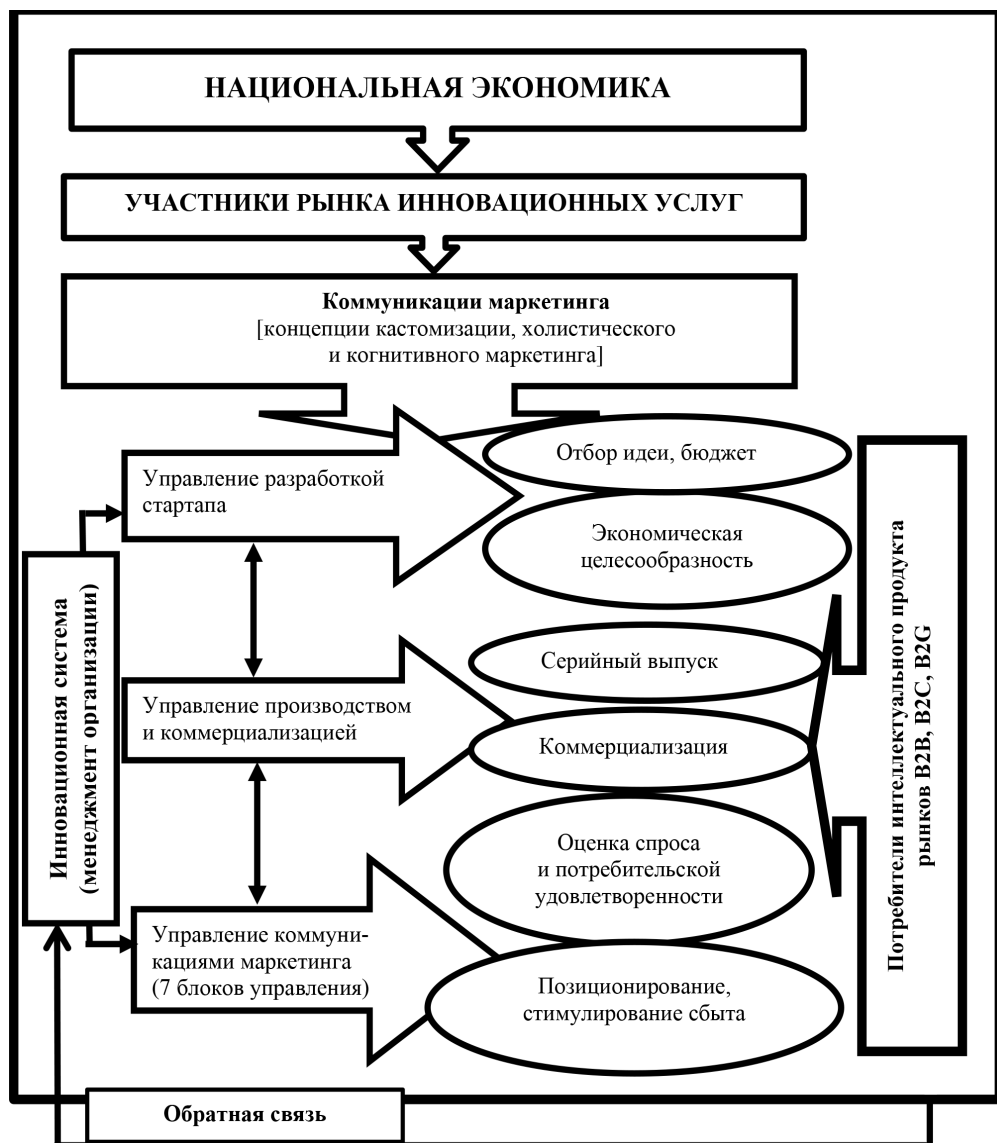


Рис. 1. Модель управления коммуникациями маркетинга в инновационной системе организации

Источник: выполнено автором.

В основе управления маркетингом на уровне самостоятельных структурных подразделений в инновационной организации должен быть учтен блок *управления коммуникациями маркетинга*, который включает маркетинговые уси-

лия по разработке и коммерциализации новинки. Большое значение в данном блоке выполняют: *товарный (продуктовый) блок* (коммуникации формирования латерального спроса и потребительской ценности нового интеллектуального продукта); *стратегический блок* (коммуникации корпоративных, функциональных и инструментальных стратегий); *ресурсный блок* (с включением инвестиций, материально-технических, трудовых и информационных ресурсов); *организационный блок* (коммуникации создания проблемно-целевой структуры для разработки, проектирования и коммерциализации инновационного проекта); *коммуникационный блок* (создание современного комплекса коммуникаций маркетинга для формирования института лояльных потребителей новинки); *потребительский блок* (коммуникации стимулирования новинки еще на стадии разработки продукции).

Существенный вклад в развитие теории коммуникаций маркетинга внесли зарубежные ученые: Нил Борден (концепция 4Р), Джерри Маккарти (концепция 12 Р), Игорь Ансофф (коммуникации развития), Крис Берри (12 форм маркетинговых коммуникаций), Даниел Канеман (коммуникации когнитивного маркетинга), Филип Котлер (коммуникации холистического маркетинга), Дон Пепперс (коммуникации кастомизации), Джек Траут (коммуникации позиционирования), Майкл Портер (конкурентные коммуникации), Теодор Левитт (концепция тотального продукта); отечественные гуру маркетинга: А.М. Годин (коммуникации брендинга), Г.А. Васильев (управление коммуникациями), А.П. Панкрухин (инновационные коммуникации маркетинга) и многие другие ученые.

Сегодня коммуникации инновационного бизнеса формируются под влиянием таких современных концепций маркетинга, как *концепция кастомизации*, *концепция холистического маркетинга*, *концепция когнитивного маркетинга*

На мировой арене исследование аспектов **концепции кастомизации** активизировалось с 1950-х гг. Основное содержание концепции «предприниматель – клиент» заключено в понятии кастомизации. Кастомизация (от англ. *to customize*) – изменение услуг с учетом нужд конкретного потребителя. Она основывается на трех компонентах: сервис + профессионализм + любовь к клиенту.

В 1993 г. Д. Пепперс и М. Роджерс (США) в своей книге «Будущее один на один: построение отношений с каждым клиентом по очереди» предложили схему управления отношениями с клиентами.

Начиная с 2010 г., в России сложились два подхода к изучению кастомизации: как к выполнению инновационного бизнес-процесса и как к философии рыночного участия для получения намеченных результатов коммерциализации с максимальным учетом запросов клиентов.

Второй подход к кастомизации формируется с включением комплекса дополнительных услуг. Научное обоснование этой мысли дал Т. Левитт в предложенном им трактате «Концепции тотального продукта». Левитт представляет структуру каждого продукта как совокупность из набора обязательных и дополнительных услуг, составляющих потребительскую ценность.

Концепция холистического маркетинга была широко представлена маркетингологами Филиппом Котлером и Кевинем Келлером в 12-м издании классического учебника «Маркетинг менеджмент», который был опубликован в 2006 г. (в России – в 2012 г.). В основе концепции холистического маркетинга лежат *системный и целостный подходы* к многогранному процессу планирования, разработке и внедрению маркетинговых программ, продвижению рекламы в целях максимального удовлетворения потребности потребителей с учетом широты и взаимозависимости рыночного участия.

Концепция когнитивного маркетинга – основа, на которой строятся современные маркетинговые коммуникации. Когнитивизм (от лат. *cognitio* – знание, познание) – это научное направление, объектом изучения которого являются человеческий разум, мышление и все ментальные процессы, связанные с ним (когнитивные процессы). Исследованиями влияния когнитивных процессов на поведение человека на рынке в 1970-х гг. начали заниматься Д. Каннеман и А. Тверски. Согласно когнитивизму, потребитель должен изучаться как система переработки информации, а его поведение должно объясняться с точки зрения его внутренних состояний. Н. Хомский, известный американский лингвист, называл эту зависимость когнитивной революцией, в основе которой используется когнитивная психология. Известный психолог Р.Л. Солсо отмечал, что «когнитивная психология охватывает весь диапазон психологических процессов – от ощущений до восприятия, распознавания образов, внимания, обучения, памяти, формирования понятий, мышления, воображения, запоминания, языка, эмоций и процессов развития».

В заключение можно сделать вывод, что использование коммуникаций маркетинга в инновационной политике организации позволит создать не только финансовую устойчивость, но и сформировать институт лояльных клиентов, а также (и это главное) будет способствовать повышению конкурентоспособности и созданию достойного имиджа для любого участника бизнеса.

Источники

1. Рейтинг экономик мира 2019, таблица ВВП стран мира. URL: <https://basetop.ru/rejting-ekonomik-mira-2019-tablitsa-vvp-stran-mira> (дата обращения: 21.01.2020).
2. Анализ рынка IT технологий 2019. URL: <https://icl-services.com/company/news/analiz-rynka-it-tendentsii-2019> (дата обращения: 16.01.2020).
3. Мировой рейтинг глобальной конкурентоспособности GCI. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info> (дата обращения: 29.01.2020).

THE IMPORTANCE OF MARKETING COMMUNICATIONS IN THE DEVELOPMENT OF INNOVATIVE BUSINESS

Sinyaeva I.M.

SINYAEVA Inga Mikhailovna – doctor of economic sciences, 08.00.05 – economy and management of the national economy, professor of logistics and marketing Department, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: i.570@yandex.ru

Abstract. This article examines the importance of marketing communications in the innovation structure aimed at improving the results of commercialization of an intellectual product. Exploring the transformation of the national economy, the author rightly notes the trends of globalization, concentration of industrial and financial capital, and digitalization of innovative business. The author in a logical sequence highlights the authority of the national economy on the world stage, the theoretical contribution of domestic and foreign scientists to the progressive development of marketing communications in innovative business. The scientific novelty lies in the proposed model for managing marketing communications in an innovative system that will allow achieving the intended results of commercialization. The author's interpretation of the need for innovative business to follow the concepts of customization, holistic and cognitive marketing is of theoretical interest.

Keywords: innovation, intellectual product, communication, concept, customization, cognitivism, holistic marketing, management.

For citation: Sinyaeva I.M. The importance of marketing communications in the development of innovative business. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 34–39. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-34-39.

Reference

1. World economy rating 2019, world GDP table. URL: <https://basetop.ru/rejting-ekonomik-mira-2019-tablitsa-vvp-stran-mira> (accessed: 21.01.2020).
2. IT technology market analysis 2019. URL: <https://icl-services.com/company/news/analiz-rynka-it-tendentsii-2019> (accessed: 16.01.2020).
3. Global competitiveness rating GCI. URL: <https://gtmarket.ru/ratings/global-competitiveness-index/info> (accessed: 29.01.2020).

ЕМКОСТЬ РЫНКА КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Санталова М.С., Соклакова И.В., Балаханова Д.К.

САНТАЛОВА Марианна Сергеевна – доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента, Московский экономический институт, Москва, Российская Федерация. E-mail: santalova-m@mail.ru

СОКЛАКОВА Ирина Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента, Московский экономический институт, Москва, Российская Федерация. E-mail: irinasok2011@yandex.ru

БАЛАХАНОВА Дарико Кенжебаевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры организационно-экономических инноваций, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, Москва, Российская Федерация. E-mail: dariko67@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается значение показателя емкости рынка для эффективной деятельности современной организации. Дается определение показателей емкости рынка, используемых в данном исследовании, как реальное либо потенциальное количество товаров, которое продается или может быть продано в будущем за определенный период времени на исследуемом рынке. Показатели емкости рынка оцениваются для предприятия ООО «Мир красок», которое находится в г. Ростове-на-Дону. Исследуются компании-конкуренты по продаже лакокрасочных материалов на строительном рынке Ростовской области, изучаются типы конкурентов и определяется их место по отношению к исследуемой организации. На основе статистических данных изучаются показатели объема выпуска лакокрасочных материалов, анализируется сезонность спроса на данную продукцию, рассчитывается потенциальная, фактическая и доступная емкости рынка, которые охватывают организация, торгующая стройматериалами, и ее основные конкуренты. Выявляется зависимость продаж от времени года, наблюдается рост продаж в весенние месяцы и спад объемов продаж осенью. Анализ проводится на основе такой деятельности, как оптово-розничная торговля строительными материалами, с учетом месторасположения, уровня рынка, ассортимента товаров и вовлеченности потребителей среднего звена в торговые отношения. По результатам анализа выявлено, что исследуемая организация занимает третье место среди своих конкурентов на основе расчета потенциальной, фактической и доступной емкости рынка; сделан вывод о возможности использования показателей емкости рынка для оценки эффективной деятельности организации. Компании ООО «Мир красок» было предложено внедрять новые стратегии развития хозяйственной деятельности организации, чтобы в будущем она смогла опередить экономические показатели фирм-конкурентов.

Ключевые слова: потенциальная емкость рынка, реальная емкость рынка, доступная емкость рынка, топ-менеджмент, ключевые конкуренты, косвенные конкуренты.

Для цитирования: Санталова М.С., Соклакова И.В., Балаханова Д.К. Емкость рынка как показатель эффективной деятельности организации // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 40–47. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-40-47.

Значение показателя емкости рынка играет важную роль в стратегическом развитии фирмы. Совершенно очевидно, что именно эта величина считается ключевым показателем эффективности для руководителей и менеджеров организации.

С теоретической точки зрения емкость рынка – реальное либо потенциальное количество товаров, работ или услуг исследуемого рынка, которое продается или может быть продано в будущем за определенный период времени [1].

В теории и практике существуют несколько вариантов расчета такого показателя, как емкость рынка, которые используем в исследовании:

– *потенциальная емкость рынка* – максимально возможный объем рынка, свидетельствующий о том, что все потенциальные потребители имеют информацию и пользуются товарной категорией определенной продукции [2];

– *фактическая, или реальная, емкость рынка* – размер рынка, на текущем уровне развития спроса опирающийся на определенную категорию товара среди населения. Фактическая емкость рынка определяется на основе текущего уровня имеющейся у населения информации, потребления и использования товара среди потребителей;

– *доступная емкость рынка* – размер рынка, на который может рассчитывать фирма с имеющимся у нее ассортиментом товара и его характеристиками, или уровень спроса, который на рынке способна удовлетворить компания с имеющимися ресурсами.

Перед тем как определить показатели емкости рынка, необходимо изучить продукцию исследуемой организации – лакокрасочные материалы.

На протяжении последних трех лет в России наблюдаются как спад, так и подъем производства лакокрасочных материалов (ЛКМ) на основе полимеров (в водной среде).

В 2018 г. в России было произведено 486,6 тыс. т лакокрасочных материалов на водной основе, что на 6,5% выше объема производства 2017 г. В целом в последние годы прослеживается устойчивая тенденция к росту доли более экологически чистой продукции [3].

Наибольший объем выпуска данной продукции по данным Росстата приходится на Центральный федеральный округ, на втором месте – Северо-Западный федеральный округ, на третьем – Южный федеральный округ [3].

По информационным данным был проведен анализ опросов населения России за последние несколько лет и получены данные о наибольшей и наименьшей частоте таких покупок. По полученным результатам поиска делаем вывод о том, что продукция – сезонная: с марта по октябрь наблюдается активность потребителей по запросу «краски», а в ноябре и декабре наблюдается сокращение спроса на такую категорию товаров, как стройматериалы.

Такое же положение – и у потребителей продукции исследуемой организации, в которой каждый год в определенные месяцы наблюдается рост или спад объемов продаж: весной заинтересованность потребителей в продукции увеличивается, а осенью – зимой спрос падает.

Как видим, следует определиться, насколько сильно влияет сезонность на объемы продаж исследуемой организации и есть ли у нее возможность организовать работу фирмы на более высоком уровне, т. е. повысить эффективность менеджмента [4].

В этих целях проведем расчеты по трем вышеприведенным показателям емкости рынка для предприятия ООО «Мир красок» в г. Ростове-на-Дону и определимся с основными факторами, такими как численность населения Ростовской области, число покупок за год и др.

Для расчета емкости рынка и сравнения позиции организации с позициями конкурентов рассмотрим отдельные из них. Все исследуемые показатели приведем в табл. 1.

Таблица 1

Определение компаний-конкурентов исследуемой организации

Название	Краткое описание	Совпадение поставщиков	Ключевой	Прямой	Косвенный
ООО «ТД Эдельвейс-Дон»	Производитель и крупный поставщик лакокрасочной продукции и других стройматериалов. Имеет более 7000 наименований товаров и самое большее совпадение по поставщикам с ООО «Мир красок»	ООО «Bostik», ООО «ВГТ», ООО «Новбытхим», ООО «Eskaro», ООО «Экокласс», ООО «Bosny», ООО «Оптимист»	+	+	–
ООО «Компания Донской крепеж»	Занимается продажей стройматериалов и имеет свои точки в г. Ростов-на-Дону (10 лет, более 10 000 наименований)	ООО «888», ООО «ABS-farben», ООО «Оптимист», ООО «Eskaro», ООО «Dccomaster», ООО «ТЕКС»	–	+	–
ООО «Дисконт Строй»	Занимается продажей строительных инструментов и электроинструментов (1000 наименований)	ООО «Оптимист», ООО «ВГТ», ООО «Soudal», ООО «ТЕКС», ООО «Eskaro»	–	–	+
ООО «ТД Зеленое»	Специализируется на оптово-розничных продажах лакокрасочных материалов и сопутствующих товаров ведущих производителей. Имеет более 10 000 наименований продукции	ООО «Оптимист», ООО «Текс», ООО «Dulux», ООО «Новбытхим», ООО «Eskaro», ООО «Alpina»	–	+	–

Окончание табл. 1

Название	Краткое описание	Совпадение поставщиков	Ключевой	Прямой	Косвенный
ООО «Центр красок»	Специализируется на продажах отделочных материалов. На Юге России уже 7 лет. Из всех анализируемых фирм имеет меньше всего совпадений по поставщикам с изучаемой компанией	ООО «Dulux», ООО «Текс», ООО «Оптимист», ООО «Eskaro»	–	–	+

Для комплексной оценки определимся с типами изучаемых конкурентов:

- ключевые – компании, деятельность которых существенно влияет на продажи исследуемой организации (ООО «Мир красок») как в сторону увеличения, так и в сторону уменьшения [5];
- прямые – компании, которые продают аналогичную продукцию на рынке и контактируют с целевой аудиторией исследуемой организации;
- косвенные – компании, продающие на рынке продукцию с другими характеристиками или абсолютно другой продукт, но контактирующие с целевой аудиторией исследуемой компании.

Данный анализ проведен на основе такой деятельности, как оптово-розничная торговля строительными материалами, с учетом месторасположения, уровня рынка, ассортимента товаров и вовлеченности потребителей среднего звена в торговые отношения [6].

По данным табл. 1 делаем выводы, что ключевым конкурентом исследуемой организации является компания ООО «ТД Эдельвейс-Дон»; прямыми конкурентами – ООО «Компания Донской крепеж» и ООО «ТД Зеленое»; косвенными – ООО «Центр красок», ООО «Дисконт Строй».

Проведем расчет емкости рынка по данным табл. 2.

Таблица 2

Данные для расчета емкости рынка стройматериалов

Факторы и показатели	Описание
Период, год	2017–2018 гг.
Границы рынка	Ростовская область
Население, чел.	3 522 355
Покупатели (в базе), чел.	1356
Примерное количество покупок в год	10
Средняя цена (покупки), руб.	12 000

Данные по населению были взяты на сайте Росстата; также проведен перерасчет населения путем исключения жителей Ростовской области моложе трудоспособного возраста (709 тыс. чел.).

Для расчета показателя *общей потенциальной емкости* ($\Pi_{\text{емк}}$) рынка строительных материалов в Ростовской области используем формулу

$$\Pi_{\text{емк}} = \text{КА} \times \text{ЧП} \times \text{СЦ}, \quad (1)$$

где КА – количество аудитории региона;

ЧП – частота потребления в год;

СЦ – средняя цена покупки.

С учетом этих данных рассчитаем примерную величину показателя потенциальной емкости рынка:

$$\Pi_{\text{емк}} = 3\,522\,355 \times 10 \times 12\,000 = 422\,682\,600\,000 \text{ руб.}$$

Средняя цена покупки рассчитана, исходя из бухгалтерских документов исследуемой организации. Полученная сумма характеризует потенциальную емкость рынка, т. е. такая сумма может быть выручена всеми компаниями, которые занимаются продажей строительных материалов, при условии, что все совершеннолетнее население Ростовской области будет максимально заинтересовано в покупке строительных материалов именно в этих компаниях. Теперь необходимо приблизить указанные цифры к коммерческим реалиям.

Рассчитываем *фактическую емкость рынка* – сумму собственного объема продаж и доли продаж всех конкурентов (данные взяты с сайтов компаний). А так как общую емкость рынка по южному региону с учетом информационных обстоятельств невозможно точно рассчитать, то будем вести статистику по близким конкурентам исследуемой организации [7]:

- исследуемая организация – 1356 чел. (17,90% от общего объема);
- ООО «ТД Эдельвейс-Дон» – 1700 чел. (22,44%);
- ООО «Компания Донской крепезж» – 1425 чел. (18,81%);
- ООО «ТД Зеленое» – 1140 чел. (15,05%);
- ООО «Дисконт Строй» – 1109 чел. (14,64%);
- ООО «Центр красок» – 845 чел. (11,16%).

Итого покупателей: 7575 чел. (показатель потребителей – $\Pi_{\text{всего}}$). Формулой расчета показателя фактической емкости ($\Phi_{\text{емк}}$) рынка является

$$\Phi_{\text{емк}} = \Pi_{\text{всего}} \times \text{СЦ}. \quad (2)$$

С учетом этих данных рассчитаем величину показателя фактической емкости рынка:

$$\Phi_{\text{емк}} = 7575 \times 12\,000 = 90\,900\,000 \text{ руб.}$$

Данный результат показывает фактический месячный охват емкости рынка строительных материалов в Ростовской области.

В последнем расчете фактического месячного охвата емкости рынка строительных материалов исследуемой компании определим третий вид емкости рынка – *доступную емкость рынка строительных материалов* Ростовской области. Для этого используем предыдущие данные о долях рынка и количестве потре-

лей в базе конкурентов исследуемой организации и умножим их друг на друга. В итоге получим:

$$1356 \times 12\,000 = 16\,272\,000 \text{ руб.}$$

Это месячная доступная доля рынка в процентном соотношении составляет всего 17,90%. В списке конкурентов исследуемая организация занимает третье место, что показывает неплохой экономический результат, но по сравнению, например, с показателем организации ООО «ТД Эдельвейс Дон», у которой доля рынка составляет 22,44%, исследуемая компания отстает на 4,54%. Это означает, что в компании необходимо внедрять инновационные стратегии развития хозяйственной деятельности организации [8], чтобы в будущем она смогла опередить экономические показатели фирмы ООО «ТД Эдельвейс-Дон» и ООО «ТД Зеленое».

В результате было выявлено, что исследуемая организация по такому показателю, как емкость рынка, занимает третье место среди своих конкурентов. Для подтверждения данного результата были рассчитаны потенциальная, фактическая и доступная емкости рынка, которые соответственно равны 422 млрд руб. (с учетом совершеннолетних жителей Ростовской области), 90 млн руб. (месячный охват всех изучаемых организаций) и 16 млн руб. (приблизительный расчет месячного охвата организации на рынке стройматериалов Ростовской области).

Источники

1. Information hindrances and communication barriers in project interactions / M.S. Santalova [et al.] // *The Future of the Global Financial System: Downfall or Harmony*. Cham, Switzerland, 2019. P. 273–281. Series: *Lecture Notes in Networks and Systems*.
2. Антикризисное управление социально-экономическими системами / А.В. Борщева [и др.]. 2-е изд. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2019.
3. Жигарева Г.В. Лакокрасочная подотрасль: состояние и проблемы, требующие решения. URL: <http://vestkhimprom.ru/posts/lakokrasochnaya-podotrasl-sostoyanie-i-problemy-trebuyushchie-resheniya> (дата обращения: 02.03.2020).
4. Соклакова И.В., Бор В.Н. Оценка эффективности управления маркетинговой службой на предприятии // Актуальные проблемы развития экономики и управления в современных условиях: Материалы Международной научно-практической конференции. М., 2019. С. 531–537.
5. Родинов Е.В., Санталова М.С. Стратегический менеджмент: Учебное пособие. Воронеж, 2012.
6. Concept of creation of E-platforms as part of support for small innovational business / S.S. Morkovina [et al.] // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015. Vol. 6. No. 6. P. 57–66.
7. Сурат В.И., Соклакова И.В., Санталова М.С. Управление конкурентоспособностью производственной компании на региональном рынке // Научный журнал НИУ ИТМО. 2019. № 4 (39). С. 142–152. Серия: Экономика и экологический менеджмент.
8. Инновационный менеджмент в российском бизнесе: Монография / А.В. Борщева [и др.]. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2019.

MARKET CAPACITY AS AN INDICATOR OF AN ORGANIZATION'S EFFECTIVE PERFORMANCE

Santalova M.S., Soklakova I.V., Balahanova D.K.

SANTALOVA Marianna Sergeevna – doctor of economics, professor, Department of management, Moscow economic Institute, Moscow, Russia. E-mail: santalova-m@mail.ru

SOKLAKOVA Irina Vladimirovna – Ph.D., associate professor, head of the Department of management, Moscow economic Institute, Moscow, Russia. E-mail: irinasok2011@yandex.ru

BALAHANOVA Dariko Kenzhebaevna – Ph.D., associate professor of the Department of organizational-economic innovations, Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia. E-mail: dariko67@mail.ru

Abstract. The article considers the value of the market capacity indicator for the effective operation of a modern organization. The definition of market capacity indicators that will be used in this study is given as the actual or potential number of products that are sold or may be sold in the future for a certain period of time in the market under study. Market capacity indicators are estimated for the company Mir Kraski LLC, which is located in Rostov-on-don. We study competitor companies selling paint and varnish materials in the construction market of the Rostov region, study the types of competitors and determine their place in relation to the organization under study. Based on statistical data, we study the performance of the production volume of paints, analyzes the seasonality of demand for these products, calculated potential, actual, and available market capacity covered by the organization that sells building materials and its main competitors. The dependence of sales on the season is revealed, there is an increase in the spring months and a decline in sales in the fall. The analysis will be carried out on the basis of activities such as wholesale and retail trade in building materials, taking into account the location, market level, assortment of goods and the involvement of middle-level consumers in trade relations. According to the results of the analysis, it was revealed that the organization under study occupies the third place among its competitors on the basis of calculating the potential, actual and available market capacity, and it is concluded that it is possible to use market capacity indicators to assess the organization's effective activity. The company "World of Colors" was invited to introduce new strategies for the development of the organization's economic activity so that in the future it could outperform the economic indicators of competing firms.

Keywords: potential market capacity, real market capacity, available market capacity, top management, key competitors, indirect competitors.

For citation: Santalova M.S., Soklakova I.V., Balahanova D.K. Market capacity as an indicator of an organization's effective performance. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 40–47. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-40-47.

References

1. Information hindrances and communication barriers in project interactions / M.S. Santalova [et al.] // *The Future of the Global Financial System: Downfall or Harmony*. Cham, Switzerland, 2019. P. 273–281. Series: Lecture Notes in Networks and Systems.

2. Antikrizisnoe upravlenie social'no-ekonomicheskimi sistemami [Anti-Crisis management of socio-economic systems]. 2nd ed. / A.V. Borscheva [et al.]. Moscow: PTC «Dashkov and Co.», 2019.
3. Zhigareva G.V. Lakokrasochnaya podotrasl': sostoyanie i problemy, trebuyushchie resheniya [Paint and varnish sub-sector: state and problems requiring solutions]. URL: <http://vestkhimprom.ru/posts/lakokrasochnaya-podotrasl-sostoyanie-i-problemy-trebuyushchie-resheniya> (accessed: 02.03.2020).
4. Soklakova I.V., Bor V.N. Ocenka effektivnosti upravleniya marketingovoj sluzhboj na predpriyatii [Evaluating the effectiveness of marketing service management at the enterprise]. Aktual'nye problemy razvitiya ekonomiki i upravleniya v sovremennyh usloviyah: Materialy Mezhdunarodnoj nauchno– prakticheskoy konferencii [Actual problems of economic development and management in modern conditions: Materials of the International scientific and practical conference]. M., 2019. P. 531–537.
5. Rodinov E.V., Santalova M.S. Strategicheskij menedzhment: Uchebnoe posobie [Strategic management: Textbook]. Voronezh, 2012.
6. Concept of creation of E-platforms as part of support for small innovative business / S.S. Morkovina [et al.]. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2015. Vol. 6. No. 6. P. 57–66.
7. Surat V.I., Soklakova I.V., Santalova M.S. Upravlenie konkurentosposobnost'yu proizvodstvennoj kompanii na regional'nom rynke [Managing the competitiveness of a production company in the regional market]. *Nauchnyj zhurnal NIU ITMO [Scientific journal of ITMO research INSTITUTE]*. 2019. No. 4 (39). P. 142–152. Seriya: Ekonomika i ekologicheskij menedzhment [Series: Economics and environmental management].
8. Innovacionnyj menedzhment v rossijskom biznese: Monografiya [Innovative management in Russian business: Monograph] / A.V. Borscheva [et al.]. M.: PTC «Dashkov and Co.», 2019.

ВЛИЯНИЕ ПОСТАВЩИКА НА МАРКЕТИНГОВЫЙ АСПЕКТ РАЗРАБОТКИ АССОРТИМЕНТНОЙ МАТРИЦЫ РОЗНИЧНОЙ КОМПАНИИ

Симакина М.А., Колобов С.В., Кожина О.М.

СИМАКИНА Марина Анатольевна – кандидат экономических наук, 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством, доцент кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета АНО ВО «Московский гуманитарный университет», Москва, Российская Федерация. E-mail: msimakina@mosgu.ru

КОЛОБОВ Станислав Викторович – кандидат технических наук, доцент, 05.18.15 – технология и товароведение продуктов функционального и специализированного назначения и общественного питания, профессор кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета АНО ВО «Московский гуманитарный университет», Москва, Российская Федерация. E-mail: 97rus@mail.ru

КОЖИНА Ольга Михайловна – доцент кафедры статистики, маркетинга и бухгалтерского учета АНО ВО «Московский гуманитарный университет», Москва, Российская Федерация. E-mail: olgamanord@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются практические подходы к формированию ассортиментной матрицы розничной компании. Дается краткое описание сущности ассортиментной матрицы, определяются различные факторы, влияющие на ее формирование. Среди факторов авторы отмечают особое влияние, которое оказывают поставщики на формирование ассортиментных матриц компаний-дискаунтеров. При рассмотрении видов компаний-дискаунтеров авторы выделяют особые подходы к обслуживанию клиентов, существующие в аутлетах, off-price-компаниях, темпорари-шопах.

Ключевые слова: ассортимент, ассортиментная матрица, розничная торговля, дискаунтеры, off-price-компании, аутлеты, стоки.

Для цитирования: Симакина М.А., Колобов С.В., Кожина О.М. Влияние поставщика на маркетинговый аспект разработки ассортиментной матрицы розничной компании // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 48–56. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-48-56.

Существует достаточно много подходов к формированию ассортимента современной розничной компании. В большинстве из них какой-либо фактор, влияющий на процесс формирования ассортимента, считается наиболее значимым и определяет весь процесс. В работах ряда авторов даже вводится классификация таких методов формирования ассортимента, а именно:

1. Маркетинговый – ассортимент основывается на предпочтениях потребителей.

2. Логистический – учитываются показатели товародвижения и материального обеспечения.

3. Нормативный – приоритетным в формировании ассортимента является соблюдение нормативов государства по номенклатуре ассортимента.

4. Конкурентный – формирование и корректировка ассортимента происходят за счет влияния конкурентов.

5. Исторический – рассматривает влияние на ассортимент жизненного цикла товаров, предприятия, сезонность.

6. Финансово-экономический – рассматривает вопросы анализа издержек и создания товарных запасов [1. С. 183].

На основе каждого из этих методов можно выстроить ассортиментную матрицу розничной торговой точки. Обычно ассортиментную матрицу определяют как перечень продаваемых компанией товаров, удовлетворяющий потребностям целевых потребителей данной компании. Иногда используют термин «товарная матрица» (*product grid*). Ассортиментная матрица составляется в виде таблицы или сетки на некую временную перспективу.

Поскольку товарный ассортимент характеризуется такими параметрами, как широта, глубина (длина), насыщенность, рациональность и гармоничность, то и при составлении ассортиментной матрицы рассчитываются ее широта, глубина, а на рациональность и гармоничность построения обращают особое внимание.

Считается, что эффективно построенная ассортиментная матрица должна:

- максимизировать продажи, прибыль, АКБ, долю рынка;
- полностью соответствовать ожиданиям клиентов;
- поддерживать оптимальный производственный цикл и складской запас (закупки-поставки «точно в срок», особое влияние поставщиков на работу с ассортиментной матрицей);
- положительно воздействовать на доходность бизнеса и способствовать снижению убытков компании.

Перенасыщенный и негармоничный ассортимент мешает потребителю сделать выбор из множества аналогов и несовместимых между собой товаров. Более того, слишком широкий и негармоничный ассортимент приносит компании массу проблем: увеличение товарных запасов, снижение оборачиваемости, рост потребностей в площадях для хранения, усложнение организации закупок, рост штата коммерческой службы и т. д. Но главное – это усложнение контроля и учета товарной номенклатуры, а следовательно, общее увеличение издержек обращения в компании [2. С. 51–55].

При формировании ассортиментной матрицы каждый розничный торговец задумывается о тех конкурентных преимуществах, которые могут возникнуть благодаря ее эффективному построению. Каждый товар, входящий в ассортимент торговой точки, в состоянии удовлетворить определенную потребность клиентов. Следовательно, необходимо при построении ассортиментной матрицы выделить эти потребности и выбрать те товары, которые наиболее полно и эффективно их удовлетворяют.

Вариантов построения таких уникальных торговых предложений внутри матрицы может быть достаточно много. Самый логичный вариант – это выделить в товарном ассортименте:

- уникальные товары, которые обеспечили бы запоминаемость магазина в глазах покупателя;
- приоритетные товары, которые наиболее востребованы покупателями и могут одновременно генерировать для торговой компании максимум оборота и прибыли;
- базовые товары, т. е. те, ради которых потребители заходят в данную торговую точку и без которых не могут обойтись в повседневной жизни;
- периодически приобретаемые товары, которые могут привлечь в магазин новую аудиторию, так как присутствуют не у всех компаний-конкурентов;
- удобные товары, которые способны в выгодном свете представить качество сервиса в торговой точке и тем самым вызвать доверие и лояльность потребительской аудитории.

Однако для ряда компаний наиболее значимыми показателями при построении товарного ассортимента могут стать вопросы собственного развития и возможностей для управления. Тогда внутри товарной матрицы будут выделены следующие группы товаров:

- основная – товары, приносящие предприятию основную прибыль и находящиеся в стадии роста;
- поддерживающая – товары, стабилизирующие выручку от продаж и находящиеся в стадии зрелости;
- стратегическая – товары, призванные обеспечить будущую прибыль предприятия;
- тактическая – товары, призванные стимулировать продажи основных товарных групп и находящиеся, как правило, в стадии роста и зрелости.

Деление товаров внутри ассортиментной матрицы во многом зависит от применяемого при анализе групп товаров метода. При ABC-анализе происходит ранжирование товаров по степени влияния на выручку и объемы продаж. В матрице BCG к объему продаж добавляются показатели темпа роста. Анализ по методу Дибба – Симкина осуществляется для определения направлений развития товарных групп и их оптимизации с точки зрения доходности (т. е. учитывается также себестоимость товара).

При усложнении и усилении конкуренции на рынке расширяется и список факторов, определяющих ассортимент торгового предприятия. Для построения более диверсифицированной ассортиментной матрицы значимыми становятся:

- развитие научных исследований и разработок;
- изменения, происходящие в товарном ассортименте компаний-конкурентов;
- изменения спроса и вкусов потребителей;
- рост доверия потребителей к определенным компаниям и брендам;
- оптимизация логистики как самого торгового предприятия, так и его поставщиков;

- развитие новых форм торговли;
- поиск наиболее оптимальных моделей представления товара внутри торговых точек;
- развитие решений в области информирования потребителей и учета продаваемой продукции.

Данный список факторов можно расширять почти до бесконечности, что существенно усложняет работу современных розничных компаний. Например, А.В. Мажара и Т.Н. Батова предлагают следующую классификацию факторов, влияющих на формирование ассортимента и построение ассортиментной матрицы:

- *факторы внешней среды*: социальные и демографические, политические, экономические, рыночные, технологические;
- *факторы внутренней среды*: кадровые, технологические, финансово-экономические, инфраструктурные, сбытовые [3. С. 4–5].

В данной работе для нас был важен вопрос влияния формата торговли на построение эффективной ассортиментной матрицы, а именно, наличие особенностей в построении ассортиментной матрицы в компаниях, работающих на специфическом рынке off-price.

Прежде всего, определим место off-price-компаний среди розничных магазинов. В классической работе Ж.-Ж. Ламбена была предложена классификация розничных магазинов по двум параметрам: уровню валовой прибыли от реализации (наценки) и типу выгод, искомых потребителями (символических или функциональных). В зависимости от этого все существующие форматы розничной торговли могут быть отнесены к одной из четырех групп: 1) магазины, реализующие функциональные товары с большой наценкой; 2) магазины, реализующие функциональные товары с низкой наценкой; 3) магазины, реализующие престижные товары с высокой наценкой; 4) магазины, реализующие фирменные товары с низкой наценкой [4. С. 578–579].

Естественно, что у каждого формата розничной торговли будут свои специфические запросы к построению ассортиментной матрицы. Например, магазины престижных товаров будут уделять особое внимание представленности наиболее узнаваемых брендов на своих полках. Магазины, реализующие товары с минимальной наценкой, они же дискаунтеры, как правило, обладают площадью от 500 до 1500 м² и работают с узким ассортиментом товаров (от 1000 до 3000 наименований), без предоставления каких-либо дополнительных услуг покупателям, с достаточно низкими ценами, которые достигаются за счет правильного построения логистической цепочки [5. С. 41].

Модель off-price может быть частично отнесена к дискаунтерам, это – один из форматов торговли по специальным ценам, при котором компания продает в одном магазине широкий ряд оригинальных товаров известных брендов с выгодой для покупателя по ценам, существенно более низким, чем цены на такие же товары в других местах продаж. От других видов дискаунтеров off-price-бизнес отличают широта ассортимента и ориентация на рынок fashion.

Многие участники fashion-ритейла сомневаются в необходимости использовать отдельный термин для такого вида торговли. Однако указанный термин достаточно часто встречается в зарубежной розничной торговле, к тому же отличия off-price-ритейлеров четко выражены в их профессиональной деятельности.

При формировании своего ассортимента off-price-ритейлеры, во-первых, стремятся к максимально широкому ассортименту (количество товаров измеряется миллионами единиц). Во-вторых, данные компании ориентированы на популярные и узнаваемые бренды, которых также может быть очень много. В-третьих, off-price-ритейлеры реализуют товары популярных брендов, закупленные напрямую у владельцев торговых марок, их дистрибьюторов и производителей, что позволяет предоставлять конечным потребителям скидки до 90% от первоначальной цены схожих товаров в мультибрендовых бутиках.

Off-price-ритейлеры часто выкупают у владельцев брендов и производителей излишки произведенной продукции, нереализованный товар, остатки коллекций из шоу-румов, фирменных магазинов и дистрибьюторских сетей на специальных условиях. Они совершают закупки у владельцев брендов до 40 раз в год, тогда как обычные розничные торговые точки закупают брендовые коллекции 4 раза в год. Такой подход к формированию потока товаров в торговые точки приводит к ряду ограничений в формировании ассортиментной матрицы. Партии поступающих товаров сильно разнятся между собой, невозможно установить жесткие требования к глубине модельного ряда и полноте коллекций. Это позволяет добиться наиболее выгодных условий у поставщиков, но не гарантирует конечным потребителям хотя бы частичную предсказуемость ассортимента в торговой точке.

Во многом не правомерно приравнивать off-price-ритейл к дискаунтерам. Основное преимущество off-price-ритейла с точки зрения потребителя не в установлении минимальной цены, как это возможно в компаниях-дискаунтерах, а в «нахождении сокровища», т. е. в покупке брендированного оригинального товара по цене ниже, чем в магазине бренда. При этом совершенно не обязательно, чтобы цена была именно минимальной, достаточно, чтобы она отличалась в меньшую сторону от цены в фирменном магазине. К тому же покупатель в off-price-ритейле готов мириться с несовершенством и неполнотой ассортимента (отсутствием всей коллекции в продаже, недостаточным размерным рядом и т. п.), тогда как покупатель дискаунтера настаивает на полноте ассортимента (например, полном размерном ряде) и принимает его полным, даже если часть недостающих брендовых товаров компенсирована товарами-заменителями (иногда даже репликами).

Важным в сотрудничестве с off-price является выстраивание почти симбиотических отношений, когда ошибки в производстве [9. С. 139–149], в формировании товарных запасов, стоки из-за резкого изменения экономической ситуации берут на себя off-price-компании. Также off-price-ритейлеры помогают при ошибках в дизайне, цветовой гамме, модных тенденциях. В этих случаях наличие налаженных отношений с розничным продавцом дает владельцу бренда

возможность сэкономить часть, если не все свои производственные затраты, и даже получить прибыль, и это несмотря на то, что маржа может быть ниже, чем она была бы в розничной торговле по полной цене [6].

Особенностью современной ситуации розничной торговли является «размывание» статуса «нормальной» цены. Закрываются многие универмаги, торговля переходит в онлайн. В связи с этим становится сложно понять, что такое «нормальная цена бренда», а следовательно, сложно установить уровень дисконта для компаний off-price. Также владельцы брендов вообще не в восторге от идеи дисконта на брендированные товары (ценность бренда для потребителя, сохранение образа бренда), поэтому постоянно находятся в поиске обходных маневров, которые позволяют, с одной стороны, поддерживать с off-price-сегментом деловые отношения, с другой – уменьшить их давление на ценность и конечную стоимость брендированной продукции. Одним из таких маневров является разработка специальных бюджетных линий товаров, которые изначально предназначены именно для представления в off-price-ритейле.

В свою очередь, из-за особенностей организации взаимодействия с владельцами брендов сетевые off-price-ритейлеры начали активно разрабатывать собственные торговые марки для компенсации недостающих элементов получившейся ассортиментной матрицы.

Следует помнить, что естественными конкурентами off-price-ритейла являются аутлеты. Аутлет – это формат дисконта, специализирующийся на продаже брендов одежды со значительными скидками. Основой концепции данного формата является возможность для потребителя приобретать качественную одежду известных брендов со скидками от 30 до 80%. Классические аутлеты, как правило, представлены на 50% марками самого высокого уровня, на 30% – выше среднего, остальные марки – среднего и нижнего ценового сегмента.

В практике аутлеты подразделяются на два типа: фэктори аутлет (центры распродаж залежавшегося на фабриках товара) и аутлет-молл (центры распродаж залежей товара из бутиков и брендовых магазинов).

Преимуществами в работе с аутлетами для владельцев брендов являются: 1) возможность исключить промежуточное складирование; 2) продажа второсортных (например, выбракованных контролем качества) изделий, избавление от переизбытка вещей; 3) генерация большого потока клиентов за счет расположения множества магазинов на одной территории.

Еще одной конкурирующей с off-price-ритейлом формой торговли является темпорари-шоп. Темпорари-шоп (от англ. *temporary shop* – временные магазины) – магазины распродаж, в которых продается качественный брендовый товар прошлых сезонов. Темпорари-шоп отличаются большими площадями (500–1000 м²) и обязательным центровым расположением – на главных торговых улицах. Принцип функционирования таких магазинов близок к поп-ап-сторам, т. е. они появляются неожиданно и работают достаточно непродолжительное время [8. С. 79].

Более широким термином является термин «сток» – торговая точка или склад для реализации остатков и излишка товара производителей или дилеров. Как

правило, сток является почти конечной точкой движения товара в случае неликвидности изделия [7. С. 186–195]. Невостребованная продукция из стандартных магазинов, аутлетов и дисконтов попадает на склад и в случае неуспеха ее реализации в стоке подлежит ликвидации или утилизации.

Не сложно заметить, что у компаний-дискаунтеров, off-price-компаний, аутлетов формирование ассортиментной матрицы находится в прямой зависимости от поставщиков [Там же]. Собственно, основное конкурентное преимущество аутлетов и off-price-компаний строится на промахах в ассортиментной матрице и сбытовой политике компаний-поставщиков. Следовательно, для формирования своей эффективной ассортиментной матрицы дискаунтеры и аутлеты должны, во-первых, четко представлять себе основные правила и формы создания ассортиментных матриц поставщиков; во-вторых, четко понимать, какие промахи и ошибки поставщика формируют стоки, попадающие в дискаунтер; в-третьих, научиться использовать такие промахи как собственную рыночную силу и возможность; в-четвертых, научиться компенсировать недостатки стоковых потоков товаров при формировании собственной ассортиментной матрицы.

Одним из способов компенсации недостатков собственной стоковой ассортиментной матрицы является принудительное расширение пула поставщиков [10. С. 1114–1121], которое может реализовываться в таких трех основных формах, как:

- 1) прямые закупки товаров у сторонних поставщиков с возможностью возврата нераспроданного товара (например, консигнация) [11. С. 274–277];
- 2) работа на выкупленном товаре (могут формироваться собственные стоки);
- 3) заказ у производителя (с возможностью формирования собственной торговой марки).

Источники

1. *Шохирева Е.Г.* Категорийный подход к управлению ассортиментом в зависимости от формата торговли // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2018. № 1 (97). С. 180–188.
2. *Степанов В.Г., Юрищева Н.А.* О подходах к управлению ассортиментом предприятия торговли // Концепт. 2015. Т. 7. С. 51–55.
3. *Мажара А.В., Батова Т.Н.* Классификация основных показателей товарного ассортимента предприятия // Международный студенческий научный вестник. 2015. № 1. С. 4–5.
4. *Ламбен Ж.-Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок. СПб.: Питер, 2005. С. 578–579.
5. *Козлова К.А., Ламбина Д.В.* Дискаунтер как одно из перспективных направлений развития розничной торговли в России // Актуальные вопросы экономических наук. 2011. № 23. С. 40–44.
6. *Leung S.* Off-price Retailers: What Wholesalers Need to Know. URL: <https://www.handshake.com/blog/off-price-retailers> (дата обращения: 06.11.2019).
7. *Ибраева А.К., Хасенова К.Е., Федорова И.Ю.* Методы диверсификации бизнеса и формирование конкурентоспособного продуктового портфеля промышленных предприятий // Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2018. Т. 17. № 1. С. 186–195.
8. *Мирошниченко В.В.* Форматы торговли, зарождающиеся в России // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2013. № 3. С. 78–79.

9. Федорова И.Ю., Калашникова О.В., Сеницына Е.В. Финансовый механизм реализации инновационных проектов на основе взаимодействия государства, бизнеса и науки // Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2015. Выпуск XLV. С. 139–149.

10. Planar dynamic model of public interaction between official and hidden economy / И.Ю. Федорова [и др.] // International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET). 2018. Т. 9. № 13. С. 1114–1121.

11. Федорова И.Ю. Особенности государственных и муниципальных закупок с участием субъектов малого и среднего предпринимательства // Российское предпринимательство: история и современность: Сборник научных трудов XIII. М.: РАП, 2017. С. 274–277.

THE INFLUENCE OF THE SUPPLIER ON THE MARKETING ASPECT OF DEVELOPING THE ASSORTMENT MATRIX OF A RETAIL COMPANY

Simakina M.A., Kolobov S.V., Kozhina O.M.

SIMAKINA Marina Anatolievna – candidate of economic sciences, 08.00.05 – economics and national economy management, associate professor of the Department of Statistics, Marketing and Accounting, Moscow University for the Humanities, Moscow, Russia. E-mail: msimakina@mosgu.ru

KOLOBOV Stanislav Viktorovich – candidate of Technical Sciences, associate professor, 05.18.15 – technology and merchandising of functional and specialized products and public catering, professor of the Department of Statistics, Marketing and Accounting, Moscow University for the Humanities, Moscow, Russia. E-mail: 97rus@mail.ru

KOZHINA Olga Mikhailovna – associate professor of the Department of Statistics, Marketing and Accounting, Moscow University for the Humanities, Moscow, Russia. E-mail: olgamanord@mail.ru

Abstract. The article discusses practical approaches to the formation of the assortment matrix of a retail company. A brief description of the essence of the assortment matrix is given, various factors affecting its formation are determined. Among the factors, the authors highlight the special influence that suppliers have on the formation of assortment matrices of discounter companies. When considering the types of discounter companies, the authors highlight the special approaches to customer service that exist in outlets, off-price companies, and temporary shops.

Keywords: assortment, assortment matrix, retail, discounters, off-price companies, outlets, stocks.

For citation: Simakina M.A., Kolobov S.V., Kozhina O.M. The influence of the supplier on the marketing aspect of developing the assortment matrix of a retail company. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 48–56. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-48-56.

References

1. Shokhireva E.G. Kategorijnyj podhod k upravleniyu assortimentom v zavisimosti ot formata trgovli [Category approach to managing the product range depending on trade format]. *Vestnik Rossijskogo Ekonomicheskogo Universiteta im. G.V. Plekhanova* [Bulletin of the Plekhanov Russian University of Economics]. 2018. No. 1 (97). P. 180–188.

2. Stepanov V.G., Yurishcheva N.A. O podhodah k upravleniyu assortimentom predpriyatiya trgovli [About approaches to managing the assortment of a trade enterprise]. *Koncept [Koncept]*. 2015. T. 7. P. 51–55.
3. Mazhara A.V., Batova T.N. Klassifikatsiya osnovnykh pokazatelej tovarnogo assortimenta predpriyatiya [Classification of the main indicators of the company's product range]. *Mezhdunarodnyj studencheskij nauchnyj vestnik [International student scientific bulletin]*. 2015. No. 1. P. 4–5.
4. Lamben J.-J. Menedzhment, orientirovannyj na rynek [Market-oriented management]. SPb.: Peter, 2005. P. 578–579.
5. Kozlova K.A., Lambina D.V. Diskaunter kak odno iz perspektivnykh napravlenij razvitiya roznichnoj trgovli v Rossii [Discounter as one of the perspective directions of retail trade development in Russia]. *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk [Actual issues of economic Sciences]*. 2011. No. 23. P. 40–44.
6. Leung S. Off-price Retailers: What Wholesalers Need to Know. URL: <https://www.handshake.com/blog/off-price-retailers> (accessed: 06.11.2019).
7. Ibraeva A.K., Khasenova K.E., Fedorova I.Yu. Metody diversifikatsii biznesa i formirovanie konkurentosposobnogo produktovogo portfelya promyshlennykh predpriyatij [Methods of business diversification and the formation of a competitive product portfolio of industrial enterprises]. *Uchenye zapiski Rossijskoj akademii predprinimatel'stva [Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship]*. 2018. Vol. 17. No. 1. P. 186–195.
8. Miroshnichenko V.V. Formaty trgovli, zarozhdayushchiesya v Rossii. [Trade formats, emerging in Russia]. *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ekonomiki [Scientific-theoretical journal]*. 2013. No. 3. P. 78–79.
9. Fedorova I.Yu., Kalashnikova O.V., Sinitsyna E.V. Finansovyj mekhanizm realizatsii innovatsionnykh proektov na osnove vzaimodejstviya gosudarstva, biznesa i nauki. [The financial mechanism for the implementation of innovative projects based on the interaction of the state, business and science]. *Uchenye zapiski Rossijskoj akademii predprinimatel'stva [Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship]*. 2015. Is. XLV. P. 139–149.
10. Planar dynamic model of public interaction between official and hidden economy / I.Yu. Fedorova [i dr.]. [I.J. Fedorova [et al.]. *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET)*. 2018. Vol. 9. No. 13. P. 1114–1121.
11. Fedorova I.Yu. Osobennosti gosudarstvennykh i municipal'nykh zakupok s uchastiem sub»ektov malogo i srednego predprinimatel'stva. [Features of state and municipal procurements with the participation of small and medium-sized enterprises]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo: istoriya i sovremennost': Sbornik nauchnykh trudov [Russian Entrepreneurship: History and Present. Collection of scientific papers XIII]*. M.: RAP, 2017. P. 274–277.

КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ КАК ДВИГАТЕЛЬ ЭКОНОМИКИ XXI ВЕКА

Кореньков А.О.

КОРЕНЬКОВ Алексей Олегович – аспирант, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: alexeykorenkov@yandex.ru

Аннотация. В данной статье рассматривается понятие креативных индустрий, подчеркивается, что данный сектор экономики остается размытым. Однако, несмотря на ряд существующих проблем и особенности функционирования, креативные индустрии остаются одним из ключевых ресурсов инновационного развития территорий. Как фактор активного роста рассмотрено образование креативных кластеров, а также уделено внимание вкладу креативных индустрий в ВВП и ВРП.

Ключевые слова: креативные индустрии, инновационное развитие, креативная экономика, креативные кластеры.

Для цитирования: Кореньков А.О. Креативные индустрии как двигатель экономики XXI века // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 57–61. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-57-61.

Актуальность данной статьи преимущественно определяется потребностью в поиске новых возможностей и ресурсов инновационного развития территорий. В начале XXI в. передовые страны находятся на пути к постиндустриальной экономике, которая, в свою очередь, подразумевает использование интеллектуального ресурса, информационных технологий и внедрение научно-технических инноваций.

В конце XX в. деятельность, представляющая собой производство и распространение товаров и услуг, основываясь на интеллектуальном капитале, а также на творческой составляющей, объединяющая инновации в экономической, политической и социально-культурной сферах, стала называться «креативные индустрии».

Как уникальное явление, способное сочетать взаимодействие политики, экономики и культуры, креативные индустрии на сегодняшний день вызывают огромный интерес с точки зрения способа территориального развития и новой инновационной стратегии, ускоряющей процесс наступления постиндустриального общества. В данном ключе представляются актуальными анализ и рассмотрение особенностей понимания креативных индустрий как ресурса инновационного территориального развития.

К началу XXI в. концепция креативных индустрий является «одной из самых популярных инновационных идей, имеющих отношение как к культуре, так и к экономике» [2]. В самом широком смысле – это «деятельность, в основе которой лежат индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая может создавать добавленную стоимость и рабочие места путем производства и

эксплуатации интеллектуальной собственности» [4]. Данное определение сформулировано Департаментом культуры, медиа и спорта Правительства Великобритании в 1998 г. и является сегодня общепринятым.

В России инновационное развитие территорий имеет свои особенности, в частности это касается привлечения креативных индустрий в качестве ресурсной базы. В основном пристальное внимание уделяется высокотехнологичному индустриальному развитию. Однако, если учитывать определение инновации, данное в проекте Федерального закона «Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике», – «конечный результат творческого труда, получивший реализацию в виде новой или усовершенствованной продукции либо нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в экономическом обороте» [6], – то креативные индустрии являются важным ресурсом инновационного стратегического развития [1].

Сегодня определение сектора креативных индустрий остается размытым, отсутствуют формулировки и в стратегии социально-экономического развития, и в инновационной сфере, и на уровне законодательных актов; помимо всего прочего, сам сектор находится в процессе становления.

Однако творческие индустрии растут более интенсивными темпами по сравнению с традиционными секторами экономики. Даже во время экономического спада объем креативного сектора вырос на 14%. Как отмечают эксперты, это связано с высокой долей добавленной стоимости и отсутствием естественных барьеров с точки зрения как потребления, так и производства. То есть создание продукта не требует больших материальных затрат, поэтому потреблять его можно повсеместно без ограничений.

Так, вклад креативных индустрий в валовый внутренний продукт (ВВП) в России составил около 6%. К тому же стоит отметить появление сотен новых бизнесов, которые находятся на пересечении творчества и предпринимательства. Таким образом, при создании рабочих мест доля занятости населения России составляет около 4% от общей численности трудоспособного населения. По-прежнему передовыми городами в этом отношении остаются Москва и Санкт-Петербург. По состоянию на 2017 г. доля креативного сектора Москвы составила 9,5% от валового регионального продукта (ВРП) и 17% – от рабочих мест, в Санкт-Петербурге – около 7% от ВРП и 10% от рабочих мест.

Активный рост возможен за счет образования креативных кластеров. Так, например, в 2005 г. в Москве создан Центр дизайна ARTPLAY – первый творческий кластер, расположившийся в здании бывшей фабрики «Красная Роза», вслед за ним – дизайн-квартал «Флакон», «Винзавод», «Фабрика» на Бауманской и т. д. По словам мэра Москвы Сергея Семеновича Собянина, развитие общественных пространств становится стандартом крупных городов: «Строительством жилья всегда занимались, занимались всегда офисами, торговыми центрами. Общественные пространства выпадали из поля зрения. Если первое ушло вперед, то второе катастрофически отставало. Для того чтобы это отставание нивелиро-

вать, нужны новые креативные идеи, новые подходы. Это очень важно» [7]. Что касается России в целом, то с 2003 г. осуществляется совместная программа Совета Европы, Министерства культуры РФ и Института культурной политики «План действий для России»; в феврале 2004 г. при участии института был создан Координационный совет по развитию творческих индустрий [3].

Несмотря на достаточное количество положительных аспектов, существует ряд проблем. К базовым социально-экономическим проблемам можно отнести слабое развитие малого и среднего бизнеса, теневую экономику, высокие социальные взносы, отсутствие честной конкуренции. Что же касается специфических проблем, то можно отметить относительно недавнее образование отраслевых рынков, входящих в сектор креативной экономики, приоритетность импортных продуктов и услуг (например, в сфере образования около 70% продукта произведено зарубежными производителями, объем рынка товаров для хобби-творчества и ремесел в России – в 22 раза меньше, чем в США), неразвитое профессиональное образование и дефицит кадров. В дополнение необходимо отметить, что специфика креативных индустрий в России заключается в том, что они представлены малым и средним бизнесом, доля которых составляет 15–20%, в то время как в странах ЕС она доходит до 70%.

Несмотря на все перечисленные проблемы, креативные индустрии в России развиваются, и в своих научных трудах эксперты и специалисты сходятся во мнении, что при должной инвестиционной, государственной, политической поддержке возможно успешное развитие данного сектора креативной экономики в России, что положительно скажется на социально-экономическом и инновационном уровне развития территорий.

Источники

1. Белокрылова О.С., Дубская Е.С. Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России // *Terra Economicus*. 2013. Т. 11. № 4.2. С. 5–11.
2. Гнедовский М. Творческие индустрии: политический вызов для России // *Отечественные записки*. 2005. № 4 (25). URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii> (дата обращения: 08.02.2020).
3. Гончарик А. Политика в области творческих индустрий: зарубежный опыт и российские реалии // Агентство «Творческие индустрии». URL: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/6> (дата обращения: 17.01.2020).
4. Зеленцова Е. На пути к творческой экономике // Агентство «Творческие индустрии». URL: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/2> (дата обращения: 18.01.2020).
5. Новосельская В.В. Креативные индустрии в инновационном развитии территорий: особенности функционирования // *Вестник Московского государственного университета культуры и искусств*. 2017. № 4 (78). С. 164–174.
6. Петрухина Е.В. Основные факторы инновационного развития регионов // *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: История. Политология. Экономика. Информатика*. 2012. № 7 (126). Вып. 22/1. С. 56–65.
7. Креативная индустрия столицы: как развиваются творческие пространства города // Официальный сайт Мэра Москвы. URL: <https://www.mos.ru/mayor/themes/3299/5563050> (дата обращения 19.01.2020).

8. Шаркова А.В. Развитие инновационно-технологического бизнеса и факторы, его определяющие // Предпринимательство и бизнес: финансово-экономические, управленческие и правовые аспекты устойчивого развития: Коллективная монография. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2016.
9. Кунанбаева К.Б. Методика формализации статуса градообразующих организаций // Экономические системы. 2017. Т. 10. № 1 (36). С. 55–61.
10. Развитие предпринимательства: концепции, цифровые технологии, эффективная система: Монография / Под общ. ред. М.А. Эскиндарова. 2-изд. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2019.
11. Шаркова А.В., Ахметшина Л.Г. Экономика организации: Учебное пособие. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2014.
12. Шаркова А.В. Человеческий капитал как фактор экономического роста // Предпринимательство. 2006. № 2. С. 118–122.
13. Теоретические аспекты формирования стратегий развития градообразующих организаций / Н.А. Харитонов [и др.] // Экономика в промышленности. 2017. Т. 10. № 3. С. 196–206.

CREATIVE INDUSTRIES AS THE ENGINE OF THE ECONOMY OF THE XXI CENTURY

Korenkov A.O.

KORENKOV Alexey Olegovich – postgraduate, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: alexeykorenkov@yandex.ru

Abstract. The article examines the definition of creative industries and emphasizes that this sector of the economy remains blurred. However, despite a number of existing problems and peculiarities of functioning, creative industries remain one of the key resources for innovative development of territories. The formation of creative clusters is considered as a factor of active growth, and attention is paid to the contribution of creative industries to GDP and GRP.

Keywords: creative industries, innovation development, creative economy, creative clusters.

For citation: Korenkov A.O. Creative industries as the engine of the economy of the XXI century. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 57–61. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-57-61.

References

1. Belokrylova O.S., Dubskaya E.S. World experience in the formation of a creative economy and the possibility of its use in Russia. *Terra Economicus*. 2013. Vol. 11. No. 4.2. P. 5–11.
2. Gnedovsky M. Creative industries: a political challenge for Russia. *Otechestvennye Zapiski*. 2005. No. 4 (25). URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/tvorcheskie-industrii-politicheskiy-vyzov-dlya-rossii> (accessed: 08.02.2020).
3. Goncharik A. Policy in the field of creative industries: foreign experience and Russian realities. Agency «Creative industries». URL: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/6> (accessed: 17.01.2020).
4. Zelentsova E. On the way to a creative economy. Agency «Creative industries». URL: <http://creativeindustries.ru/rus/publications/2> (accessed: 18.01.2020).
5. Novoselskaya V.V. Creative industries in innovative development of territories: features of functioning. *Bulletin of the Moscow state University of culture and arts*. 2017. No. 4 (78). P. 164–174.

6. Petrukhina E.V. Main factors of innovative development of regions. *Scientific Bulletin of the Belgorod state University*. Series: History. Political science. Economy. Computer science. 2012. No. 7 (126). The release of 22/1. P. 56–65.
7. Creative industry of the capital: how the city's creative spaces are developing. Official website of the Mayor of Moscow. URL: <https://www.mos.ru/mayor/themes/3299/5563050> (accessed: 19.01.2020).
8. Sharkova A.V. Development of innovative and technological business and factors that determine it. Entrepreneurship and business: financial, economic, managerial, and legal aspects of sustainable development: Collective monograph. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2016.
9. Kunanbayeva K.B. Method of formalization of the status of city-forming organizations. *Economic systems*. 2017. Vol. 10. No. 1 (36). P. 55–61.
10. Development of entrepreneurship: concepts, digital technologies, effective system: Monograph / Ed. by M. A. Eskinov. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2019.
11. Sharkova A.V., Akhmetshina L.G. Economy of the organization (textbook). Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2014.
12. Sharkova A.V. Human capital as a factor of economic growth. *Entrepreneurship*. 2006. No. 2. P. 118–122.
13. Theoretical aspects of forming strategies for the development of city-forming organizations / N.A. Kharitonova [et al.]. *Economics in industry*. 2017. Vol. 10. No. 3. P. 196–206.

АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОДБОРУ И ОТБОРУ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ

Маслова В.М.

МАСЛОВА Валентина Михайловна – кандидат экономических наук, доцент кафедры «Управление персоналом и психология» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: acdcn@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные направления развития технологий подбора и отбора персонала в современных условиях развития общества. Выделены внутренние и внешние факторы, влияющие на процессы подбора и отбора персонала в организации. Представлены примеры компаний СК «МАКС», торговых сетей «Пятерочка» и «Перекресток», *HeadHunter*, которые демонстрируют свои индивидуальные основные технологии подбора и отбора персонала. Предлагается шире использовать систему *Smart talent search*, которая является первой в России эффективной бесплатной системой поиска талантов. Рассматривается прескрининг, который приходит на смену резюме. Даются выводы и рекомендации по рассмотренным примерам подбора и отбора в организациях.

Ключевые слова: подбор и отбор персонала, рекрутинг, хэдхантинг, джоб-оффер, прескрининг, видеоинтервью.

Для цитирования: Маслова В.М. Актуальные подходы к подбору и отбору персонала в организации // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 62–66. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-62-66.

Каждый руководитель организации желает работать с квалифицированными работниками, способными грамотно решать поставленные задачи. Чтобы компания находилась в постоянном развитии бизнеса, она должна учитывать тренды развития HR-рынка. Однако находить кандидатов становится все легче, сложным же становится их мотивация и привлечение. Продвижение бренда работодателя является главным в современных условиях для привлечения классных специалистов и выживания компании на рынке.

Подбор и отбор персонала – важная функция управления человеческими ресурсами в организации, которая регулируется сочетанием различных факторов, индивидуальных для каждой компании. Проактивные HR-специалисты должны понимать эти факторы, влияющие на процессы подбора и отбора, и предпринимать необходимые действия для улучшения качественного состава организации. Существуют внутренние (влияющие на процессы подбора и отбора персонала) и внешние (не контролируемые организацией) факторы воздействия на процессы подбора и отбора персонала, представленные в табл. 1.

Сложность функции рекрутинга персонала заключается в том, что при ее реализации требуются большие трудозатраты. Российские компании начали внедрять в практику подбора и отбора персонала элементы искусственного интел-

Таблица 1

**Основные внутренние и внешние факторы подбора
и отбора персонала организации**

Внутренние	Внешние
Размер (в том числе численность персонала) организации	Демографические (возраст, пол, религия и др.)
Политика подбора и отбора	Рынок труда
Имидж организации	Уровень безработицы
Наличие кадрового резерва	Трудовое законодательство
Бюджет затрат на персонал	Конкуренция со стороны компаний равного профиля

лекта [1. С. 56]. Стоимость неправильного подбора и отбора персонала достаточно высока, включая временные и денежные издержки. Любая организация индивидуальна и, следовательно, в ней применяются удобные и эффективные источники подбора, привлечения и методы отбора новых работников.

В компании СК «МАКС» в основном применяются четыре технологии подбора персонала:

1. Массовый рекрутинг – подбор большого количества персонала, как правило, линейного уровня.
2. Рекрутинг – поиск и отбор квалифицированных специалистов, как правило, находящихся в поиске работы.
3. Прямой поиск – поиск редких специалистов или управленцев с конкретным опытом и навыками.
4. Хэдхантинг – переманивание конкретного интересующего компанию (работодателя) работающего специалиста.

Современными технологиями, методами привлечения кандидатов являются социальные сети, а также специализированные форумы. Внутренний источник заполнения вакансий в организации – кадровый резерв, который используется для замещения руководителей среднего и высшего звена.

Неэффективно использовать только один метод поиска персонала: 1) разместить объявление о свободной вакансии в СМИ и ждать, когда кандидат проявится; 2) при поиске на должность руководителя можно столкнуться с такой ситуацией, что данный человек не хочет размещать свое резюме на работных сайтах. Здесь используются рекомендации от разных организаций (вышестоящих, финансовых, налоговых и др.).

Разные по сфере деятельности организации применяют такое новшество, как чат-бот, но по-своему. Из новейшей российской практики можно рассмотреть недавний проект массового найма на работу X5 Retail в магазинах «Пятерочка» и «Перекресток». Весь процесс происходит благодаря чат-боту XOR, который является уникальным массовым рекрутинговым проектом на вакансии X5 Retail в магазинах «Пятерочка» и «Перекресток». Данный бот способен подбирать ва-

кансии рядом с домом, так как он использует местоположение кандидата или адрес, который был использован как ответ на вопрос бота. Далее он записывает кандидатов на собеседования. За четыре месяца проекта более 20 000 кандидатов в тестовом режиме смогли пообщаться с чат-ботом.

Заслуживает внимания пример применения чат-бота в крупной российской компании интернет-рекрутмента *HeadHunter*. В компании существует дружелюбный бот *Helper HH*. По запросу соискателя он присылает несколько подходящих вакансий и предлагает подписки на обновления. Чат-бот способен искать вакансии по запросу, например, в зависимости от города, размера заработной платы, по определенной должности или ключевым словам. Получив результаты поиска, пользователь может просмотреть еще пять объявлений, изменить запрос или оформить подписку на вакансии, а бот будет присылать их ежедневно. Чат-бот поддерживает работу с такими популярными мессенджерами, как *Telegram*, *Viber*, *Facebook Messenger* [2. С. 21].

Для достижения нужного результата работник кадровой службы должен на постоянной основе отрабатывать различные контакты, базы, проводить аналитику компаний-конкурентов, откуда в ближайшее время может начаться отток работников (например, сокращение штата) и собирать информацию о специалистах нужного профиля и направления. На помощь кадровым специалистам пришла новая система ***Smart talent search*** — первая в России эффективная бесплатная система поиска талантов, предлагающая уникальные возможности. Вести поиск людей вы можете по семи различным социальным сетям. Эта система поможет тем компаниям, у которых невысокий бюджет на подбор и отбор работников.

Компаниям при отборе персонала следует правильно выстраивать коммуникации, а именно: подготовить структуру-план встречи, четко обозначить задачи, перспективы работника и компании, после каждого этапа прорабатывать обратную связь. При принятии решения по данной кандидатуре необходимо отправить официальный джоб-оффер (предложение о работе, оформленное в письменном виде с указанием конкретных данных о вакансии и условиях работы), который подчеркивает заинтересованность в специалисте и говорит об организованности компании.

Многие работодатели считают, что людям творческих профессий и работающим в системе «человек – человек» видеорезюме может помочь выделиться из множества кандидатов. Учитывая основную цель создания видеорезюме – привлечение внимания работодателя своей креативностью и неординарностью, – следует помнить и о специфике профессии. Несмотря на большое количество недостатков нового формата резюме и невозможность использования его без стандартного текстового варианта, видеорезюме – это очень необычный и впечатляющий формат, позволяющий работодателю заметить и выделить ярких, живых и незаурядных личностей, а кандидату – максимально сконцентрировать внимание рекрутера на своих сильных сторонах и презентовать особенности мышления и личности самым лучшим образом.

Несмотря на то, что отбор кандидатов на уровне резюме в нашей стране все еще остается первичным методом отбора кандидатов, все больше компаний применяют прескрининг – короткую первоначальную проверку кандидата. Как правило, это разговор по телефону или входящий тест. Задача прескрининга – подтвердить, что кандидат соответствует базовым требованиям вакансии, и проверить данные его резюме [3]. Прескрининг должен избавить работодателя от собеседований с кандидатами, которые ему не подходят. Чем раньше удастся это выявить, тем меньше временных и денежных средств уйдет на поиск и отбор сотрудника. Однако практика показывает, что телефонного собеседования не всегда достаточно для принятия решения. Видеосвязь помогает обойтись без личной встречи. Многие специалисты по отбору персонала считают, что личные собеседования предпочтительнее, так как дают максимальное понимание кандидатов, к тому же позволяют сэкономить время.

Анализируя подходы разных компаний к процессам подбора и отбора персонала, можно сделать следующий вывод: главным в этих процессах остается индивидуальный подход к выбору инструментов подбора и методик отбора. Индивидуальный подход не должен зависеть от предпочтения других компаний в выборе инструментов подбора и отбора.

На процессы подбора и отбора персонала оказывают влияние внутренние и внешние факторы, которые надо обязательно учитывать, чтобы добиваться эффективности этих процессов для развития бизнеса компании.

Источники

1. *Маслова В.М.* Система рекрутинга с элементами искусственного интеллекта // Экономические системы. 2018. Т. 11. № 1 (40). С. 56–59.
2. *Ионина О.В.* Применение чат-ботов в подборе и отборе персонала: опыт и перспективы // Бизнес и общество. 2020. № 1 (25). URL: http://business-society.ru/2020/num-1-25/2_ionina.pdf (дата обращения: 09.02.2020).
3. *Веринчук А.* Основные тренды в HR на 2020 год. URL: <https://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1991585-osnovnye-trendy-v-hr-na-2020-god> (дата обращения: 09.02.2020).

CURRENT APPROACHES TO RECRUITMENT AND SELECTION OF PERSONNEL IN THE ORGANIZATION

Maslova V.M.

MASLOVA Valentina Mihajlovna – candidate of economic Sciences, associate professor departments of personnel management and psychology of the Financial University under the government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: acdcn@yandex.ru

Abstract. The article discusses current trends in the development of recruitment and selection technologies in modern conditions of society development. Internal and external factors that affect the selection and selection of personnel in the organization are highlighted. Examples of companies such as MAKS, Pyaterochka, Perekrestok, and HeadHunter that demonstrate their individual core

recruitment and selection technologies are presented. It is proposed to use the Smart talent search system more widely, which is the first effective free talent search system in Russia. We consider the prescreening that replaces the resume. Conclusions and recommendations on the considered examples of selection and selection in organizations are given.

Keywords: recruitment and selection of personnel, recruitment, headhunting, job offer, screening, video interview.

For citation: Maslova V.M. Current approaches to recruitment and selection of personnel in organizations. *Economic systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 62–66. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-62-66.

References

1. Maslova V.M. Recruitment System with elements of artificial intelligence. *Economic systems*. 2018. Vol. 11. No. 1 (40). P. 56–59.
2. Ionina O.V. Application of chatbots in recruitment and selection of personnel: experience and prospects. *Business and society*. 2020. No. 1 (25). URL: http://business-society.ru/2020/num-1-25/2_ionina.pdf (accessed: 09.02.2020).
3. Verinchuk A. Main trends in HR for 2020. URL: <https://www.e-xecutive.ru/career/hr-management/1991585-osnovnye-trendy-v-hr-na-2020-god> (accessed: 09.02.2020).

ОЦЕНКА ВЫПОЛНЕНИЯ ГОСПРОГРАММЫ «ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДОСТУПНЫМ И КОМФОРТНЫМ ЖИЛЬЕМ И КОММУНАЛЬНЫМИ УСЛУГАМИ ГРАЖДАН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Иванкина Е.В., Поляков Ф.А.

ИВАНКИНА Елена Владимировна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой управления недвижимостью и ЖКХ, факультет рыночных технологий, Институт отраслевого менеджмента, РАНХиГС, Москва, Российская Федерация. E-mail: ivankina@ranepa.ru

ПОЛЯКОВ Федор Андреевич – аспирант РАНХиГС, ведущий специалист отдела дополнительного образования факультета рыночных технологий, Институт отраслевого менеджмента РАНХиГС, Москва, Российская Федерация. E-mail: polyakov-fa@ranepa.ru

Аннотация. В настоящее время в Российской Федерации развитие экономики во многом зависит от реализации национальных проектов и государственных программ, принимаемых президентом и правительством страны. Федеральные органы исполнительной власти разрабатывают определенные цели и задачи стратегического планирования, затрагивающие практически все сферы экономики, а также комплекс различных мероприятий с установленными показателями сроков их реализации и необходимыми для их выполнения ресурсами. Госпрограммы разделены на пять направлений, каждое из которых отвечает за определенную сферу. Государственная программа «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» – часть крупного направления «Новое качество жизни», в рамках которого реализуются проекты в сфере социальной политики и строительства. В настоящей статье представлена оценка целей и задач, поставленных в государственной программе «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации», проанализированы результаты достижения поставленных целей, рассмотрены примеры зарубежных практик и методик в данной области, а также представлены возможные действия по снижению рисков недостижения целевых показателей программы.

Ключевые слова: государственная программа, национальные проекты, строительство, недвижимость, жилая недвижимость, министерство строительства.

Для цитирования: Иванкина Е.В., Поляков Ф.А. Оценка выполнения госпрограммы «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 67–76. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-67-76.

Развитие экономики в нашей стране во многом зависит от реализации государственных программ. Поставленные президентом и правительством приоритетные задачи основываются на национальных проектах и целях, которые, как правило, отражены в тезисах послания президента Федеральному собранию, в постановлениях правительства, а также в законах, принятых Государственной

Думой РФ. Государственные программы являются фундаментальным механизмом, который создает условия для достижения поставленных целей.

Одна из важнейших государственных программ – программа «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации», входящая в направление «Новое качество жизни», в рамках которого планируется реализовать проекты в сфере строительства и социальной политики.

В анализируемой госпрограмме «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» можно выделить 10 задач:

1. Создание условий для развития массового строительства жилья экономического класса.

2. Развитие ипотечного жилищного кредитования и кредитования жилищного строительства.

3. Содействие формированию рынка арендного жилья и развитие некоммерческого жилищного фонда для граждан, имеющих невысокий уровень дохода.

4. Обеспечение жильем категорий граждан, установленных федеральным законодательством.

5. Предоставление государственной поддержки на приобретение жилья гражданам, нуждающимся в улучшении жилищных условий.

6. Обеспечение качественными жилищно-коммунальными услугами граждан РФ.

7. Привлечение частных инвестиций в сферу жилищно-коммунального хозяйства.

8. Формирование комфортной городской среды.

9. Создание условий для устойчивого функционирования жилищного фонда, основных объектов и систем жизнеобеспечения в сейсмических районах РФ.

10. Обеспечение эффективной деятельности органов исполнительной власти в сфере реализации государственной жилищной политики и организаций жилищно-коммунального комплекса.

В государственной программе выделены пять целей, которые ориентированы на целевые индикаторы и показатели по годам реализации программы.

Цель № 1: «Увеличение годового объема ввода жилья до 120 млн кв. м в 2025 году».

Фактические цифры объема ввода жилья в 2017 г. составили 79,2 млн кв. м, в 2018 г. – 75,3 млн кв. м. Объем ввода жилья в 2017 г. составляет 98% от уровня, предусмотренного государственной программой. В 2018 г. уровень достижения планового показателя снизился до 85,6%. План на 2018 г. составляет 88 млн кв. м.

Отклонение от заданных целей в материалах Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства обосновывается низким количеством новых проектов в 2015–2016 гг. С нашей точки зрения, важным фактором сокращения количества новых проектов стал переход на проектное финансирование. Данный переход был осуществлен в июле 2019 г. По прогнозам аналитиков, при

всех положительных сторонах реформы ожидается негативный эффект по вводу жилья в краткосрочном периоде, так как застройщикам и кредитным организациям требуется адаптация к новым условиям. Переход к проектному финансированию и счетам эскроу (*escrow account*) приводит девелоперов и застройщиков к необходимости банковского кредитования строительного процесса, что, в свою очередь, повышает себестоимость строительства за счет уплаты процентов. По окончании строительства деньги со счетов эскроу перейдут на баланс девелоперов, и далее экономика девелоперского процесса станет более устойчивой. Но сам переход является очень сложным и болезненным для девелоперов и строителей.

Переход к счетам эскроу – одна из крупнейших реформ в строительстве. Реформа приведет в долгосрочной перспективе к формированию прозрачной и эффективной строительной отрасли, которая будет пользоваться доверием населения. В результате это повлечет за собой рост объема средств, привлекаемых на стадии строительства, и увеличение объемов строительства.

На рынке строительства жилья работают частные компании, для которых плановые цифры Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ являются желаемыми, но необязательными для выполнения. В этом нельзя винить само министерство. Недовыполнение плановых показателей – это, скорее, недостаток финансового и налогового регулирования строительного процесса. К сожалению, из практики работы в последние годы исчезли ранее используемые механизмы стимулирования деятельности девелоперских и строительных организаций. Меры по стимулированию заключаются в льготном предоставлении земельных участков, установлении пониженной арендной платы за земельный участок на период строительства, облегчении получения кредитов (в том числе за счет выдачи гарантий администрации регионов), льготного кредитования по пониженной процентной ставке, льготного налогообложения на период строительства вплоть до налоговых каникул. Осуществление даже одной из этих стимулирующих мер позволит сделать привлекательным рынок строительства для девелоперов и строителей и значительно повысить степень достижения плановых показателей.

Цель № 2: «Снижение отношения средней стоимости квартиры площадью 54 кв. м к среднему годовому денежному доходу семьи из трех человек до 2,3 в 2025 году».

Данный показатель является характеристикой доступности жилья, отражающий количество лет, которое потребуется одной семье на покупку стандартной квартиры.

По данным Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства, коэффициент доступности жилья в 2017 г. составил 2,6. Плановым значением в 2018 г. был обозначен показатель в 2,6 года, однако фактически по итогам 2018 г. он составил 2,7. Указывается, что данное отклонение вызвано опережающим ростом цен на жилье в условиях ограниченной динамики среднедушевых доходов населения, обусловленных макроэкономической ситуацией.

На основании Постановления Правительства РФ от 14.11.2018 № 1373 «О методиках расчета показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации» методика расчета коэффициента показателя доступности жилья основывается на расчете количества лет, необходимых семье, состоящей из трех человек, для приобретения стандартной квартиры 54 кв. м с учетом среднегодового совокупного дохода семьи. По результатам расчета Минстроя, доступность жилья в 2017 г. составила 2,6 года. Это означает, что если всю заработную плату двух работающих членов семьи тратить на приобретение квартиры, то за 2,6 года ее можно купить.

Указанный показатель является очень высоким. Однако при попытке рассчитать доступность жилья по данным Федеральной службы государственной статистики за 2018 г. эта цифра никак не получается. Средняя стоимость квадратного метра в 2018 г. составила 61 831 руб. за кв. м, стоимость 54 м такой квартиры составляет 3 338 000 руб. Средняя заработная плата за 2018 г. без подоходного налога составила 36 817 руб. Зарплата двух членов семьи за год составляет 883 608 руб. В этом случае коэффициент доступности жилья составляет 3,7 года, что выходит за пределы понятия высокой доступности жилья (ограничивается тремя годами).

Такой же расчет, выполненный по Москве, показывает, что доступность жилья составляет 5,4 лет (при заработной плате 73 150 руб. и стоимости 175 тыс. руб. за кв. м); в Санкт-Петербурге доступность жилья составляет 5,1 года (при стоимости 119 800 руб. за кв. м и заработной плате 52 498 руб.). Таким образом, мы видим, что ни средний показатель по России, ни показатели по крупнейшим городам миллионникам не соответствуют заданным в программе цифрам доступности жилья.

Методика оценки доступности жилья будет раскрыта далее при анализе рисков достижения поставленных целей. А пока можно констатировать, что утвержденные Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства данные не укладываются в статистические показатели, характеризующие уровень доступности жилья

Цель № 3: «Повышение производительности труда в строительстве на 25% в 2025 году по отношению к уровню 2017 года».

По итогам 2018 г. производительность труда в строительстве составила 104,5% при плановых 103% в отношении 2017 г., принятого за 100%. Оценка произведена на основании сведений Росстата об объемах выполненных работ и количестве замещенных рабочих мест по виду экономической деятельности «Строительство» за 2017 и 2018 г.

Производительность труда отражает плодотворность и эффективность труда в производственном процессе и определяется как количество продукции, произведенной за единицу времени, или как количество рабочего времени, потраченного на единицу продукции. Строительные организации рассчитывают выпуск продукции, исходя не из сметной стоимости работ, а по объему чистой продукции, произведенной за определенный временной период на среднестатистическом уровне.

тистического работника. Более того, стоимость материалов, конструкций, деталей, искажающих производительность труда, исключается из сметной стоимости выполненных работ. В таком случае разделение выполняемых работ на «выгодные» и «невыгодные» из-за стоимости материалов исключается.

Производительность труда может быть повышена только за счет совершенствования технологий и внедрения новых строительных материалов, строительной техники, повышения квалификации работающих. 4,5% в год – это достаточно высокие цифры роста производительности труда, однако они недостаточны для достижения высоких цифр увеличения ввода строительных мощностей.

Как показывает анализ истории развития строительства в нашей стране и за рубежом, производительность труда должна расти не менее чем на 6–7% в год. Только это позволит обеспечить рывок, кардинальные изменения в ситуации со строительством. При темпах роста 3–4% в год достигнуть поставленной задачи строительства – 120 млн кв. м в год – невозможно.

Цель № 4: «Обеспечение качества и доступности услуг жилищно-коммунального хозяйства, выражающееся в увеличении индекса качества жилищно-коммунальных услуг в среднем по Российской Федерации до 23,5 к 2025 году».

В соответствии с Методикой расчета индекса качества жилищно-коммунальных услуг, утвержденной приказом Минстроя России от 18 декабря 2017 г. № 1679/пр, при расчете применяется показатель доли расходов на оплату жилищно-коммунального хозяйства к стоимости фиксированного набора основных потребительских товаров и услуг, который согласно пункту 2.1.3 Федерального плана статистических работ формируется 15 августа года, следующего за отчетным. План показателя индекса качества жилищно-коммунальных услуг в среднем по Российской Федерации на 2018 г. был установлен в 17,33.

Исходные показатели, приведенные в отчете Министерства строительства и жилищно-коммунального хозяйства, не позволяют проверить правильность выполненных расчетов. Для этого необходимо дополнительное исследование и соотношение доли расходов на оплату ЖКХ к стоимости набора основных потребительских услуг, которое не должно являться единственным показателем оценки качества и доступности услуг.

Тщательное изучение динамики стоимости оплаты ЖКХ и основных потребительских товаров и услуг по отношению к уровню инфляции и реальных доходов населения позволит создать систему разнообразных показателей, по которым можно будет судить о сложившейся ситуации.

Цель № 5: «Повышение индекса качества городской среды».

Плановое значение прироста индекса качества городской среды в государственной программе на 2018 г. не установлено. Показатель для цели введен Постановлением Правительства РФ от 30 января 2019 № 62 и на отчетную дату не был предусмотрен.

Далее представлены возможные действия по снижению рисков недостижения целевых значений индикаторов (показателей) госпрограммы в 2019–2020 гг. (кроме пересмотра целевых показателей).

Цель № 1. Необходима разработка, внедрение и использование механизмов по стимулированию деятельности девелоперских и строительных организаций. Как уже говорилось, нужны меры по созданию благоприятных условий деятельности девелоперских компаний и строительных организаций. Наиболее правильно было бы увязать эти меры с применением новых методов строительства, прогрессивных строительных материалов, реализацией по стандартам зеленого строительства. Так, в Индии, при строительстве на условиях государственно-частного партнерства применяются облегченные механизмы получения кредитов, а также льготное кредитование по пониженной процентной ставке. На Тайване все затраты на применение солнечных батарей при установке кровли полностью покрываются субсидиями из государственного бюджета. И таких примеров множество. Наша страна также нуждается в применении льгот для девелоперов и строителей. Использование таких стимулирующих мер позволит повысить привлекательность работы для непосредственных участников рынка, а также темп и эффективность достижения плановых показателей.

Цель № 2. Существуют разные методики расчета доступности жилья. Принятая Всемирным банком, ООН, Институтом экономики РАН методика расчета доступности жилья основывается на отношении медианной стоимости жилья (домовладения) (от англ. *the median house price*) к медианным доходам семьи (двух супругов) (от англ. *the median household income*). Доступность жилья показывает количество лет, которое должна потратить семья, при условии получения определенного медианного дохода на приобретение стандартного домовладения.

В соответствии с мировыми критериями доступности жилье считается доступным, если семья может приобрести домовладение в течение трех лет (4 года – жилье не очень доступно; 5 лет – приобретение жилья существенно осложнено; более 5 лет – считается, что жилье практически недоступно приобрести).

Анализ доступности жилья способен показать более высокую точность при условии, что расчеты будут проводиться для каждой децильной группы населения.

Разница показателей средних и медианных доходов зависит от уровня расслоения населения в стране. Медианные значения особенно важны для заработной платы и расчетов дохода семьи. Они значительно меньше среднего значения, но более правильно характеризуют уровень получаемых доходов. Существуют различные цифры, показывающие соотношение медианных и средних доходов населения. По данным Всемирного банка, медианные доходы на 70% меньше средних; по данным Росстата, в 2010 г. медиана была меньше средних доходов на 40%, в 2018 г. – на 25%. Если мы возьмем для расчета не средние, а медианные значения 2018 г., то доступность жилья в среднем по России составит 4,9, в Москве – 9,1, в Санкт-Петербурге – 6,8 лет.

В России принятый стандарт домовладения составляет 54 кв. м на семью, состоящую из 3 чел. (в Великобритании – 75, США – 100 кв. м).

Методика расчета по среднему уровню доходов применяется не только в России, но и в странах Прибалтики, Грузии и Украине. Однако в развитых странах расчеты всегда ведутся с использованием медианных показателей. Расче-

ты коэффициента доступности жилья являются предметом размышлений и могут явиться основанием для дополнений и изменений принятой методики.

Цель № 3. В целях повышения производительности труда в строительстве требуются изменения в технологиях строительства, внедрение в производство современной строительной техники, модернизация всех сопутствующих отраслей (производства стройматериалов по современным технологиям, электрооборудования, отделочных материалов по инновационным технологиям, эффективной теплоизоляции), внедрение систем мониторинга для снижения нерационального потребления электроэнергии за счет использования современных бытовых приборов. Для этого необходимы меры государственной поддержки предприятий, занимающихся производством новых видов техники и строительных материалов. Среди мер стимулирования этих производств необходимо выделить льготную политику предоставления земельных участков, льготные налоговые и кредитные схемы.

Цель № 4. Для того, чтобы оценивать данную цель, необходим расширенный анализ всех показателей, связанных с предоставлением жилищно-коммунальных услуг. Материалы отчета не дают возможности проверить правильность расчета индекса жилищно-коммунальных услуг. Кроме того, необходимо анализировать не только качество предоставляемых жилищно-коммунальных услуг, но темпы роста цен на них. Необходим жесткий контроль за деятельностью компаний, обеспечивающих население жилищно-коммунальными услугами. Только при этом будет налажен комплексный анализ качества и доступности услуг жилищно-коммунального хозяйства.

Цель № 5. В рамках реализации национального проекта «Жилье и городская среда» Минстрой России разработал и утвердил методику определения индекса качества городской среды. Данный индекс основывается на 36 индикаторах, которые характеризуют состояние благоустройства в каждом отдельно взятом муниципальном образовании, а также определяют уровень комфорта проживания в городе. Их можно подразделить на шесть категорий городских пространств:

1. Жилье.
2. Общественно-деловая инфраструктура.
3. Социально-досуговая инфраструктура.
4. Озеленение территорий.
5. Уличная инфраструктура.
6. Общегородское пространство.

В то же время сами индикаторы распределены по факторам, формирующим городскую среду:

1. Безопасность.
2. Комфортность.
3. Экологичность.
4. Идентичность и разнообразие.
5. Современность среды.
6. Эффективность управления органов власти.

Плановое значение прироста индекса качества городской среды в государственной программе на 2018 г. не установлено. Показатель для цели № 5 введен Постановлением Правительства РФ от 30 января 2019 г. № 62 и на отчетную дату не был предусмотрен. Это дает более широкие основания для анализа качества городской среды, но провести подобный анализ возможно только тогда, когда будут фактические данные за 2019 г.

В целом реализация государственной программы «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» и то внимание, которое уделяется ей со стороны Минстроя, оказывают существенное влияние и инициируют множество положительных изменений в сфере строительства страны. Однако для достижения поставленных президентом и правительством целей необходимо изменить макроэкономическую ситуацию, а также проделать большую работу по разработке и внедрению новых технологий строительства.

Источники

1. Бухвальд Е.М. Национальные проекты в системе стратегического планирования в Российской Федерации // Теория и практика общественного развития. 2019. № 2 (132). С. 50–54.
2. Реализация национальных проектов: оценка готовности управленческого персонала / Н.В. Городнова [и др.] // Экономика труда. 2019. Том 6. № 3. С. 1131–1148.
3. Добролюбова Е.И., Южаков В.Н. Методическое пособие по разработке (коррекции) и организации реализации государственных программ. М.: Дело, 2014.
4. Порфирьев Б.Н. Императивы законодательного обеспечения реализации майского 2018 г. Указа Президента России: пространственный аспект // Эко. 2018. № 9 (531). С. 177–191.
5. Роль государственных программ в развитии моногородов: Монография / Под. ред. А.Н. Ряховской. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2014.
6. Ширинкина Е.В. Человеческий капитал и рынок труда в цифровом развитии российской экономики // Экономика труда. 2019. № 1. С. 103–112.
7. Южаков В.Н., Добролюбова Е.И., Александров О.В. Государственное управление по результатам: старые рецепты или новая модель? // Экономическая политика. 2014. № 5. С. 191–207.
8. Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления: Указ Президента РФ от 07.05.2012 № 601 // Собрание законодательства РФ. 2012. 7 мая. № 19. Ст. 2338.
9. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» на 2011–2015 годы: Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 297 // Собрание законодательства РФ. 2014. 28 апр. № 17. Ст. 2060.
10. О стратегическом планировании в Российской Федерации: Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2014. 30 июня. № 26 (часть I). Ст. 3378.
11. 16th Annual Demographia International Housing Affordability Survey: 2020: Rating Middle-Income Housing Affordability. URL: <http://www.demographia.com/dhi.pdf> (дата обращения: 22.01.2020).
12. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201811190001> (дата обращения: 22.01.2020).
13. <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi> (дата обращения: 03.02.2020).
14. http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/sr-zarplata/t1.docx (дата обращения: 03.02.2020).

15. http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/sr-zarplata/t2.xlsx (дата обращения: 15.01.2020).
16. <http://www.minstroyrf.ru/docs/15815> (дата обращения: 15.01.2020).

ASSESSMENT OF THE IMPLEMENTATION OF THE STATE PROGRAM “PROVIDING AFFORDABLE AND COMFORTABLE HOUSING AND UTILITIES TO CITIZENS OF THE RUSSIAN FEDERATION”

Ivankina E.V., Polyakov F.A.

IVANKINA Elena Vladimirovna – doctor of economics, professor, head of the Department of real estate management and housing, Faculty of market technologies, Institute of industry management, RANHiGS, Moscow, Russia. E-mail: ivankina@ranepa.ru

POLYAKOV Fedor Andreevich – postgraduate student of RANHiGS, a leading specialist of the Department of additional education of Department of market of technology, Institute of industrial management, RANHiGS, Moscow, Russia. E-mail: polyakov-fa@ranepa.ru

Abstract. Currently, in the Russian Federation, economic development largely depends on the implementation of national projects and government programs adopted by the president and government. The federal executive bodies are developing specific goals and objectives of strategic planning affecting almost all areas of the economy, as well as a set of various measures with established indicators for the timing of their implementation and the resources necessary for their implementation. State programs are divided into 5 areas, each of which is responsible for a specific area. The state program “Providing affordable and comfortable housing and utilities for citizens of the Russian Federation” is part of a major area of “New Quality of Life” under which projects are being implemented in the field of social policy and construction. This article presents an assessment of the goals and objectives set in the state program “Providing affordable and comfortable housing and utilities for citizens of the Russian Federation”, analyzes the results of achieving the goals, considers examples of foreign practices and techniques in this area, and presents possible actions to reduce risks failure to achieve program targets.

Keywords: state program, national projects, construction, real estate, residential real estate.

For citation: Ivankina E.V., Polyakov F.A. Assessment of the implementation of the state program «Providing affordable and comfortable housing and utilities to citizens of the Russian Federation». *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 67–76. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-67-76.

References

1. Buchwald E.M. National projects in the strategic planning system in the Russian Federation. *Theory and practice of social development*. 2019. No. 2 (132). P. 50–54.
2. Implementation of national projects: assessment of managerial staff readiness / N.V. Gorodnova [et al.]. *Labor Economics*. 2019. Vol. 6. No. 3. P. 1131–1148.
3. Dobrolyubova E.I., Yuzhakov V.N. Methodological manual on the development (correction) and organization of the implementation of state programs. M.: Case, 2014.

4. Porfiriev B.N. Imperatives of legislative support for the implementation of the May 2018 Decree of the President of Russia: the spatial aspect. *Eco*. 2018. No. 9 (531). P. 177–191.
5. The role of state programs in the development of single-industry towns: Monograph / Ed. by A.N. Ryakhovskaya. M.: Master: INFRA-M, 2014.
6. Shirinkina E.V. Human capital and the labor market in the digital development of the Russian economy. *Labor Economics*. 2019. No. 1. P. 103–112.
7. Yuzhakov V.N., Dobrolyubova E.I., Aleksandrov O.V. Public administration by results: old recipes or a new model? *Economic policy*. 2014. No. 5. P. 191–207.
8. On the main directions of improving the public administration system: Decree of the President of the Russian Federation of 05.07.2012 No. 601. *Collection of the legislation of the Russian Federation*. 2012. May 7. No. 19. Art. 2338.
9. On approval of the state program of the Russian Federation «Accessible environment» for 2011–2015: Decree of the Government of the Russian Federation of April 15. 2014. No. 297. *Collected Legislation of the Russian Federation*. 2014. Apr. 28. No. 17. Art. 2060.
10. On Strategic Planning in the Russian Federation: Federal Law of June 28, 2014. No. 172-FL. *Collection of the Legislation of the Russian Federation*. June 30. 2014. No. 26 (Part I). Art. 3378.
11. 16th Annual Demographia International Housing Affordability Survey: 2020: Rating Middle-Income Housing Affordability. URL: <http://www.demographia.com/dhi.pdf> (accessed: 22.01.2020).
12. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201811190001> (accessed: 22.01.2020).
13. <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi> (accessed: 03.02.2020).
14. http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/sr-zarplata/t1.docx (accessed: 03.02.2020).
15. http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/sr-zarplata/t2.xlsx (accessed: 15.01.2020).
16. <http://www.minstroyrf.ru/docs/15815> (accessed: 15.01.2020).

ПОРТФОЛИО КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА

Надточий Ю.Б., Гурова М.Е.

НАДТОЧИЙ Юлия Борисовна – кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры экономики и инновационного предпринимательства Института экономики и права ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва, Российская Федерация.
E-mail: Yflnjxbq-7e@yandex.ru

ГУРОВА Мария Евгеньевна – студент 3-го курса, направление «Инноватика», ФГБОУ ВО «МИРЭА – Российский технологический университет», Москва, Российская Федерация.
E-mail: marijgurowa@gmail.com

Аннотация. Конкурентоспособность организации (в том числе и образовательной организации) определяется совокупностью различных факторов, в частности, наличием в ее штате высококвалифицированных кадров, осуществлением научно-исследовательской деятельности, использованием и внедрением инноваций и др. Настоящий темп жизни и научно-технического развития предъявляет свои требования к работникам организаций – им необходимо быть высококвалифицированными специалистами. В связи с этим и перед работодателем стоит задача найти такого специалиста. Одно из средств оценки интеллектуального капитала работника или будущего специалиста (студента) – грамотно составленное электронное портфолио.

Ключевые слова: портфолио, интеллектуальный капитал, преподаватель, студент, результаты опроса.

Для цитирования: Надточий Ю.Б., Гурова М.Е. Портфолио как инструмент оценки интеллектуального капитала // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 77–85. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-77-85.

Современный темп жизни и развития (технологий, экономики и др.) предполагает постоянное обучение. Еще совсем недавно говорилось о том, что необходимо каждые четыре – пять лет повышать квалификацию, менять специальность и т. д. для того, чтобы соответствовать изменениям в производстве. Сейчас этот период увеличился. По мнению работодателей, разрыв между необходимым и существующим уровнем компетенций молодых специалистов (выпускников) является существенным. Часто отсутствие умения (способности) у современных выпускников к самостоятельной работе работодателями рассматривается как препятствие к осуществлению эффективной профессиональной деятельности.

Приведем пример из опыта работы: когда студентам на занятиях преподаватель дает практическое задание, те сразу начинают активную поисковую деятельность в интернете по нахождению его готового решения (выполненного кем-то ранее и выложенного в сеть) или примеров выполнения этого задания. Если результат поиска оказывается отрицательным, то большинство студентов оказываются в ситуации растерянности, не зная, как выполнить задание.

Данный пример демонстрирует высказанный ранее постулат о том, что современные студенты мало приспособлены к выполнению самостоятельной (в том числе творческой) работы. Необходимо развивать этот навык и приучать современных студентов самостоятельно решать заданную им работу. Здесь возникает проблема и для преподавателя, так как ему нужно придумать оригинальные задания для закрепления полученных студентами знаний. Однако тут есть и положительные моменты: происходит процесс развития, совершенствования преподавателя в своей профессиональной деятельности, что влечет за собой (способствует) и развитие студентов.

В последнее время активно создаются электронные портфолио представителей различных профессий. Портфолио считается одним из инструментов оценки и анализа приобретаемых знаний, умений и навыков.

В качестве инструмента оценки интеллектуального капитала студентов (который является одной из составляющих интеллектуального капитала образовательной организации) используется электронное портфолио студентов. У каждого студента есть своя «страничка» (личный кабинет) на сайте Российского технологического университета (<https://www.mirea.ru>), на которой могут быть выложены все его достижения за время обучения – курсовые работы (проекты), отчеты о научно-исследовательской работе, статьи, доклады, с которыми он выступал на конференциях, подготовленные доклады и презентации к занятиям, выпускная квалификационная работа и др. Также в портфолио студентов есть сведения об их успеваемости, что может представлять ценность для будущего работодателя [1].

Выделим три составляющих части электронного портфолио (рис. 1).



Рис. 1. Структура электронного портфолио

Приведенное электронное портфолио может быть использовано и для создания (печати) бумажного портфолио с прилагаемыми к нему оригиналами или копиями документов (дипломами, выполненными работами и т. д.). Бумажный вариант можно принести на собеседование с будущим работодателем.

Также предлагается создавать электронные портфолио не только студентов, но и преподавателей (в том числе и для самооценки интеллектуального капитала) [1]. Для наглядности рассмотрим электронное портфолио преподавателя и студента образовательной организации высшего образования на примерах портфолио авторов.

Примерный состав портфолио преподавателя образовательной организации представлен в табл. 1 (приведены профессиональные достижения и образовательные результаты автора за все время трудовой деятельности). Все материалы электронного портфолио могут быть выложены в сети Интернет на личной «страничке» преподавателя [2].

Таблица 1

Примерное портфолио преподавателя образовательной организации

Раздел	Результаты
<i>Надточий Юлия Борисовна</i> , кандидат педагогических наук, доцент по научной специальности «Экономика и управление народным хозяйством», стаж научно-педагогической работы – с октября 1997 г.	
Учебная работа	Подготовка материалов для лекционных и практических занятий (лекции, презентации, деловые игры, кейсы и др.), разработка учебно-методических комплексов для 46 дисциплин ¹ (включая подготовку электронных курсов по дисциплинам для студентов, обучающихся в дистанционном центре университета). Консультации студентов. Руководство практиками. Руководство курсовыми работами. Руководство выпускными квалификационными работами специалистов, магистров и бакалавров. Руководство научно-исследовательской деятельностью студентов

¹ Перечень разработанных учебных курсов с проведением занятий по дисциплинам (бакалавриат, специалитет, магистратура): «Психология», «Социальная психология», «Педагогика», «Предпринимательская этика», «Деловые коммуникации», «Документоведение», «Этика деловых отношений», «Управление персоналом», «Менеджмент», «Организация труда персонала», «Конфликтология» («Управление конфликтами»), «Психология делового общения», «Психология рекламы», «Деловая переписка», «Искусство юридического письма», «Организация и управление рекламной деятельностью», «Поведение потребителей», «Корпоративная социальная ответственность», «Организационная (корпоративная) культура», «Бизнес-риторика», «Деловое общение», «Товароведение потребительских товаров», «Педагогика высшей школы», «Организационное поведение», «Всеобщее управление качеством и стандарты ISO», «Психология маркетинга», «Промышленный инжиниринг», «Теоретическая инноватика», «Управление качеством», «Технологии нововведений», «Экспертиза инновационных проектов и продукции», «Организационное проектирование», «Экономика», «Экономика организации (предприятия)», «Аудит качества», «Национальные инновационные системы», «История управленческой мысли», «Проектирование нового продукта и процесса», «Персональный менеджмент», «Управление имиджем организации», «История экономических учений», «Коммерческая деятельность предприятий наукоемкого сектора», «Принципы и особенности командообразования», «Проектирование организационных структур и организация производственных процессов», «Тестирование нового продукта», «Финансы».

Продолжение табл. 1

Раздел	Результаты
Учебно-методическая работа	<p>Автор и соавтор 22 учебных изданий (учебные, учебно-методические пособия, методические указания).</p> <p>Разработка лекционных курсов, рабочих программ, фонда оценочных средств по 46 дисциплинам (в форме тестов и билетов к зачетам и экзаменам и др.).</p> <p>Тщательная подготовка к лекционным и практическим занятиям (включая обновление, дополнение материалов для занятий со студентами, подготовка презентаций для занятий).</p> <p>Участие в разработке учебных планов по направлениям подготовки кафедры.</p> <p>Аналитическая работа, подготовка отчетов по приему контингента на обучение (заместитель декана факультета заочного и дистанционного обучения) – с октября 2012 г. по ноябрь 2014 г.</p> <p>Организация и ведение документооборота на факультете повышения квалификации (специалист 1-й категории по учебно-методической работе факультета повышения квалификации), 2012–2013 гг.</p> <p>Сопровождение слушателей (студентов), обучающихся в дистанционном центре университета</p>
Научно-исследовательская деятельность	<p>Автор и соавтор более 100 научных работ (научные статьи и главы в монографиях), в том числе в рецензируемых научных изданиях.</p> <p>Участие в международных и всероссийских научно-практических конференциях (в том числе в онлайн-формате).</p> <p>Участие в международных и всероссийских педагогических конкурсах и конкурсах научно-исследовательских работ (всего 11 конкурсов).</p> <p>Подготовка студентов к участию в международных и всероссийских конкурсах и конференциях</p>
Организационно-воспитательная работа	<p>Участие в проведении Дней открытых дверей университета, проведении кафедральных экскурсий для школьников, студентов колледжей. Агитационная работа в приемной комиссии.</p> <p>Куратор студенческих групп.</p> <p>Организационное сопровождение магистрантов кафедры (2014–2015, 2015–2016, 2016–2017 учебные годы – составление расписания занятий, зачетно-экзаменационной сессии, участие в разработке учебных планов по подготовке магистров, составление отчетов о работе, работа с документами, кураторство).</p> <p>Организация и проведение студенческого кафедрального КВН, игры «Брейн-ринг», круглых столов и научных семинаров со студентами</p>
Повышение квалификации	<p>Повышение квалификации по 16 программам обучения, прохождение онлайн-тестирования на знание справочной правовой системы «КонсультантПлюс», обучение по охране труда для руководителей и специалистов. 10 сертификатов и 15 свидетельств об участии в научных семинарах, круглых столах</p>

Окончание табл. 1

Раздел	Результаты
Обучение (и/или дополнительное образование)	Профессиональная переподготовка по двум дополнительным профессиональным программам. Обучение в магистратуре по направлению «Экономика» 2015–2018 гг. (+ портфолио работ магистранта: презентации, курсовые работы, рефераты, практические работы, отчеты по практикам, НИР и др.)
Общественная и другие виды работ	Участие в разработке рекламных материалов кафедры, материалов для агитационной работы, проведении экскурсий. Опыт волонтерской деятельности: участие в организации и проведении XI Паралимпийских зимних игр «Сочи 2014», участие в <i>Startup Village</i> Сколково, волонтер функции «Аккредитация» Международного вещательного центра Чемпионата мира по футболу в России FIFA 2018, волонтер проекта «Университет детей» («Политехнический музей»), волонтер на кубке Первого канала по хоккею 2018
Награды	Почетные грамоты, благодарности за работу и волонтерскую деятельность. 11 дипломов победителя (7 дипломов за 1-е место, 2 – за 2-е место, 2 – за 3-е место) по результатам участия в международных и всероссийских конкурсах

Исходя из опыта заполнения данного портфолио, можно дать такие рекомендации: сразу вносить имеющиеся и актуализировать существующие данные, так как по прошествии времени часть данных теряется (забывается), по возможности сканировать все имеющиеся документы, сохранять в электронном виде работы в отдельной папке на ПК. Даже за такой срок, как пять лет, достаточно трудно вспомнить и учесть все свои разработки и достижения.

Примерный состав портфолио студента образовательной организации представлен в табл. 2 (составлено автором по результатам проделанной работы за время обучения в университете).

Таблица 2

Примерный состав портфолио студента образовательной организации

Раздел	Результаты
<i>Гурова Мария Евгеньевна</i> , студентка 3-го курса РТУ МИРЭА направления «Инноватика», профиль «Управление инновационной деятельностью»	
Участие в научной деятельности	<i>Приняла участие:</i> – в обучении навыкам работы с системой «КонсультантПлюс Технология ТОП», 26.04.2019; – семинаре на тему «Общество с ограниченной ответственностью: от создания до ликвидации». Использование инструментов системы «КонсультантПлюс Технология ТОП» для решения профессиональных задач, 14.05.2019;

Продолжение табл. 2

Раздел	Результаты
	<p>– научном семинаре «Современное состояние и перспективы инновационного развития России» в РТУ МИРЭА. Тема доклада: «Изобретения – в ящик стола. Почему в России так мало инноваций?», 18.04.2019;</p> <p>– международном конкурсе «Современная наука: исследования и разработки». Тема научной работы: «Советы студентам на каждый день», 09.08.2019;</p> <p>– международном научно-исследовательском конкурсе «Студент года 2019», 17.11.2019;</p> <p>– национальной научно-практической конференции «Актуальные вопросы управления персоналом», 03.12.2019.</p> <p><i>Автор и соавтор статей:</i></p> <p>1. Гурова М.Е., Исаев М.В. Разработка студентами авторских учебных кейсов по изучаемым дисциплинам // Вопросы студенческой науки: Сборник научных статей. – Выпуск 12 (28). – СПб., 2018. – С. 211–216.</p> <p>2. Гурова М.Е. Советы студентам на каждый день // Образовательная система в рамках процесса совершенствования современного научного знания: Сборник научных трудов. – Казань, 2019. – С. 95–107.</p> <p>3. Гурова М.Е., Чеканникова А.Д. Формирование управленческих команд: понятие, принципы, роли // Студент года 2019: Сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса (17 ноября 2019 г.). В 3 ч. Часть 3. – Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2019. – С. 235–241.</p> <p>4. Гурова М.Е., Чеканникова А.Д. Принципы и особенности формирования управленческих команд // Актуальные вопросы управления персоналом: Сборник научных статей I Национальной научно-практической конференции (МИРЭА – Российский технологический университет), 3 декабря 2019 г. – М.: Формат, 2019. – С. 46–55.</p> <p>5. Гурова М.Е. Киберграмотность: необходимость или прихоть? // Современные достижения молодежной науки 2019: Сборник статей Международного научно-исследовательского конкурса (8 декабря 2019 г.). – Петрозаводск: МЦНП «Новая наука», 2019. – С. 74–77.</p> <p>6. Гурова М.Е. Проект создания своего бизнеса // Инициатива в науке как новая стратегия развития системы знаний: Сборник научных трудов. – Казань, 2019. – С. 137–163.</p> <p><i>Награды:</i></p> <p>– диплом победителя, 3-е место за победу в XV Международной научно-практической конференции-конкурсе «Мировое научное знание третьего тысячелетия» в номинации «Лучшее научное обоснование». Тема конкурсной работы: «Советы студентам на каждый день», 31.07.2019;</p> <p>– диплом 1-й степени за победу в Международном конкурсе «Современная наука: исследования и разработки».</p>

Раздел	Результаты
	<p>Тема работы: «Советы студентам на каждый день», 17.09.2019; – диплом за 2-е место в I Международной летней научной универсиаде «Время рекордов – 2019» в номинации «Теоретический уровень». Тема конкурсной работы: «Советы студентам на каждый день», 20.08.2019; – диплом I степени в номинации «Высшее профессиональное образование» в Международном научно-исследовательском конкурсе «Студент года – 2019». Тема исследовательской работы: «Формирование управленческих команд: понятие, принципы, роли», 17.11.2019; – диплом за активное участие в Национальной научно-практической конференции «Актуальные вопросы управления персоналом», 03.012.2019; – диплом I степени секции «Технические науки» в Международном научно-исследовательском конкурсе «Современные достижения молодежной науки 2019». Тема исследовательской работы: «Киберграмотность: необходимость или прихоть?», 08.12.2019; – диплом победителя, 1-е место за победу в Международном конкурсе «Лучшая научная работа – 2019» в номинации «Лучшее творческое исследование» с конкурсными материалами «Проект создания своего бизнеса», 28.12.2019</p>
Участие в общественной деятельности	<p><i>Помощь в организации мероприятий в качестве активиста учебно-развивающего подразделения:</i> 1) весенний UPGRADE; 2) день открытых дверей; 3) киноклуб. <i>Организация мероприятий в качестве заместителя руководителя интеллектуально-развивающего подразделения:</i> 1) киноклуб; 2) весенний UPGRADE; 3) speedcubing; 4) вечер настольных игр; 5) экономическая грамотность; 6) спортивно-интеллектуальная игра «Что? Где? Когда?»; 7) посвящение студентов; 8) киновечер. <i>Награды:</i> благодарность за развитие интеллектуально-развивающего подразделения, трудолюбие и творческий подход к делу от 08.11.2019. <i>Написание постов и статей, а также ведение социальных сетей подразделения:</i> https://vk.com/irp_sumirea https://instagram.com/intellectualochka</p>
Работы (учебная деятельность)	Презентации, курсовые работы, рефераты, практические работы, научные доклады и др. (все работы, которые выполнялись в процессе обучения)

Стоит отметить, что каждый может сам определить для себя состав своего портфолио.

В целях выявления обладателей электронного портфолио был проведен опрос, в котором приняли участие 104 человека разных возрастов и профессий. Участникам опроса предлагалось ответить на один вопрос: «Создали ли вы электронное портфолио?»

Результаты опроса показали, что большинство людей (79,9% опрошенных) не создают электронные портфолио (рис. 2).

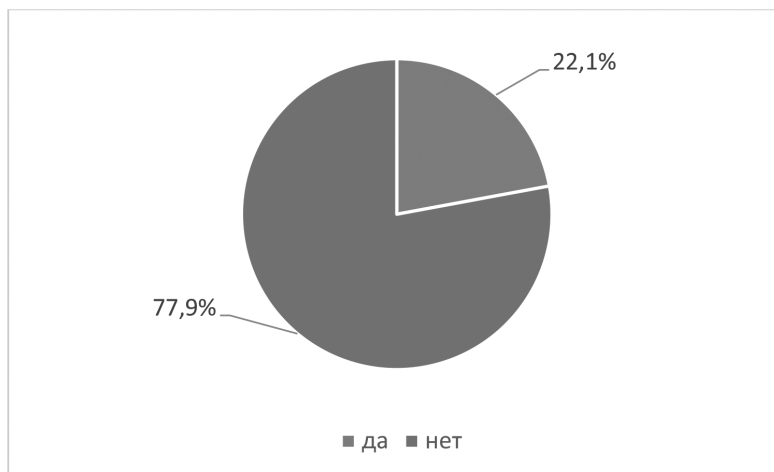


Рис. 2. Результаты опроса об электронном портфолио

В заключение обратим внимание на то, что создание и ведение (регулярное пополнение) портфолио повышает конкурентоспособность как преподавателя, так и студента на рынке труда. Высокая квалификация в любой профессии должна не только поддерживаться, но и постоянно развиваться, при этом любая возможность профессионального развития (совершенствования) должна быть использована. А создание и обновление электронного портфолио могут применяться в качестве средства фиксации своих личных и профессиональных достижений.

Источники

1. Надточий Ю.Б. Интеллектуальный капитал образовательной организации. М.: Горячая линия – Телеком, 2019.
2. Надточий Ю.Б. Интеллектуальный капитал организации // Инновационное развитие как фактор конкурентоспособности национальной экономики: Коллективная монография / под ред. А.А. Сукиасян. Уфа: ОМЕГА САЙНС, 2018. С. 111–128.

PORTFOLIO AS A TOOL FOR EVALUATING INTELLECTUAL CAPITAL

Nadtochiy Yu.B., Gurova M.E.

NADTOCHIY Yuliya Borisovna – Ph.D. (pedagogical), associate professor of the Chair of Economics and Innovative Entrepreneurship, Institute of Economics and Law, MIREA – Russian Technological University, Moscow, Russia. E-mail: YfInjxbq-7e@yandex.ru

GUROVA Maria Evgenievna – 3rd year student, direction «Innovatika», MIREA – Russian technological University, Moscow, Russia. E-mail: marijgurova@gmail.com

Abstract. The competitiveness of an organization (including an educational organization) is determined by a combination of various factors, including: the presence of highly qualified personnel in its staff, the implementation of research activities, the use and implementation of innovations, and others. The real pace of life and scientific and technical development has its own requirements for employees of organizations – it is necessary to be a highly qualified specialist. And one of the tasks of the employer is the task of finding such a specialist. A well-designed electronic portfolio, which is considered one of the tools for assessing the intellectual capital of an employee or future specialist (student), can help in this.

Keywords: portfolio, intellectual capital, teacher, student, survey results.

For citation: Nadtochiy Yu.B., Gurova M.E. Portfolio as a tool for evaluating intellectual capital. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 77–85. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-77-85.

References

1. Nadtochiy Yu.B. Intellectual Capital of an Educational Organization. Moscow: Hotline-Telecom, 2019.
2. Nadtochiy Yu.B. Intellectual capital of an organization // Innovative development as a factor of competitiveness of the national economy: Collective monograph; ed. by A.A. Sukiasyan. Ufa: OMEGA SCIENCES, 2018. P. 111–128.

ПЕРВООЧЕРЕДНЫЕ МЕРЫ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК

Федорова И. Ю.

ФЕДОРОВА Ирина Юрьевна – доктор экономических наук, профессор Департамента общественных финансов Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: fedorovaiu1@gmail.com

Аннотация. В работе рассмотрены нововведения в сфере нормативно-правового регулирования государственных закупок в условиях текущего реформирования системы управления общественными финансами. Основное внимание уделяется ликвидации пробелов в законодательной базе контрактной системы в сфере закупок за счет введения в 2018–2019 гг. более эффективных инструментов; рассматриваются меры, способные повысить эффективность закупочного процесса, делается вывод о влиянии закупок на развитие отдельных секторов экономики.

Ключевые слова: государственные и муниципальные закупки, контрактная система, нормативно-правовая база, государственное регулирование, предлагаемые меры, инструменты, эффективное развитие.

Для цитирования: Федорова И. Ю. Первоочередные меры нормативно-правового регулирования системы государственных и муниципальных закупок // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 86–94. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-86-94.

В Российской Федерации с 2010 г. проводится обширная реформа в системе управления общественными финансами, ключевыми направлениями которой являются:

- развитие внутреннего финансового контроля и аудита;
- обеспечение конкурентности и прозрачности государственных и муниципальных закупок;
- цифровизация управления общественными финансами [1. С. 156–179].

Являясь одной из подсистем в общей системе управления общественными финансами, контрактная система государственных и муниципальных закупок одновременно выступает в качестве инструмента обеспечения наиболее эффективного расходования бюджетных средств [3. С. 30–35] в процессе реализации государственных проектов и программ и отражает направление реформирования в общей системе управления общественными финансами [2. С. 98–105].

Принятие комплексных поправок в Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (далее – Федеральный закон № 44-ФЗ) в период с 2017 по 2018 г., а также соответствующих подзаконных актов создало основу для перехода к новому этапу развития контрактной системы.

Переход к следующему, более качественному этапу развития контрактной системы обеспечивается путем:

- введения новой модели финансового обеспечения для участия в закупках, предусматривающей дифференцированный размер обеспечения заявки;
- предоставления возможности получения банковской гарантии в электронной форме, а также размещения средств на специальных банковских счетах, вносимых участниками в качестве обеспечения заявки на участие в закупке;
- стандартизации информации о закупках посредством применения описания закупаемых товаров, работ, услуг и отражения каждой позиции в соответствующих каталогах товаров, работ, услуг, размещаемых в единой информационной системе (далее – ЕИС);
- в результате упрощения доступа к закупкам для субъектов малого предпринимательства (далее – СМП) и социально ориентированных некоммерческих организаций (далее – СОНКО);
- разработки и принятия регламента государственных закупок товаров, работ, услуг, произведенных в других государствах в целях развития взаимоотношений в рамках межгосударственных экономических союзов, заключенных Россией на основе национального режима, установленного в Федеральном законе № 44-ФЗ.

Необходимые меры по устранению ряда существенных недостатков и ограничений в системе государственных закупок отражают ряд принятых и поэтапно введенных во второй половине 2019 г. изменений в законодательную базу, которые включают:

- введение новых условий обеспечения государственного заказа;
- усовершенствование механизма закупок «без объема» и расширение списка таких закупок;
- введение изменений в части мониторинга, аудита и контроля закупок;
- усовершенствование (расширение) инструментального обеспечения исполнения контракта;
- установление ограничений при внесении обеспечения исполнения контракта и уменьшение его размера с учетом:
 - отсутствия у поставщика неуплаченных неустоек (штрафов, пеней);
 - внесения аванса (в случае если он был предусмотрен контрактом), который должен быть «отработан» (т. е. поставленные товары, работы, услуги должны быть получены заказчиком в не меньшем, чем размер выплаченного аванса, объеме);
 - введение дополнительных антидемпинговых мер, включающих запрещение выплат авансовых платежей при исполнении заключенного с участником закупки контракта, который понизил начальную максимальную цену контракта (далее – НМЦК) или сумму цен единицы товара, работы, услуги более чем на 25%;
 - усовершенствование механизма обеспечения исполнения контракта, а именно определение срока, установленного для заказчика, в течение которого возвращаются денежные средства, внесенные в качестве обеспечения исполнения контракта поставщику, подрядчику, исполнителю. В соответствии с установлен-

ным нормативом этот срок не должен превышать 30 дней, начиная от даты завершения исполнения поставщиком своих обязательств по контракту.

Особое значение приобретают инструменты, обеспечивающие совершенствование условий участия в закупках СМП и СОНКО [4. С. 50]. Реализация стратегии развития СМП и СОНКО была инициирована в результате: 1) введения Федерального закона от 29.06.2015 № 156-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»¹; 2) принятия Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года², цель которой состоит в развитии малого и среднего предпринимательства как фактора инновационного развития страны и улучшения отраслевой структуры экономики. Стратегия направлена на создание конкурентоспособной, гибкой и адаптивной экономики и предполагает обеспечение государственной поддержки в отношении субъектов СМП и СОНКО, включая:

- прямое государственное инвестирование и субсидирование;
- косвенную поддержку, которая выражается в стимулировании развития путем создания объектов инфраструктуры, проведения льготной налоговой политики и, в частности, оптимизацию закупочного процесса с участием СМП и СОНКО [5. С. 93–97].

Преференции для СМП и СОНКО в сфере государственных и муниципальных закупок дополняют установленные налоговые и иные льготы, которые выступают мерой государственной поддержки этого сложного для нас сегмента экономики в Российской Федерации. Необходимо более подробно остановиться на нововведениях Федерального закона № 44-ФЗ в отношении СМП и СОНКО при размещении государственного заказа и в ходе проведения государственных и муниципальных закупок, включающих:

- установление нижнего порога объема закупок заказчиком у СМП и СОНКО в размере не менее 15% от совокупной величины финансового обеспечения, утвержденного заказчику на текущий финансовый год в форме лимитов бюджетных обязательств для оплаты контрактов. Исключение составляют только закупки, предназначенные для обеспечения безопасности и обороны страны, услуги по кредитованию, закупки у единственного поставщика, исполнителя, подрядчика, проводимые закрытыми способами;
- при установлении заказчику объема финансового обеспечения, составляющего минимум 15% от всего объема проведенных конкурсных процедур при закупках у СМП и СОНКО, следует иметь в виду, что:

¹ Федеральный закон от 29.06.2015 № 156-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=191561>

² Распоряжение от 02.06.2016 № 1083-р «Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года». URL: <http://government.ru/docs/23354>

- не ограничен верхний предел по объему таких закупок;
- если нижний предел установленного обязательного уровня закупок в 15% у СМП не выполняется, то в отношении должностного лица государственного заказчика предусматривается административная ответственность.

Перечисленные преференции на данный момент основательно вошли в практику закупок, но их расширение и закрепление в качестве законодательно установленных норм в условиях реформирования системы закупок продолжается.

Введенные за период 2018–2019 гг. новые нормы в отношении закупок у СМП и СОНКО включают:

1. Упрощение для заказчиков условий выполнения установленных норм по закупкам у СМП и СОНКО. В их объем включили суммы контрактов, которые заключены с единственным поставщиком по результатам несостоявшихся процедур, если их проводили с учетом участия СМП и СОНКО.

2. Размер обеспечения считается от цены заключенного контракта с победителем закупки. Размер обеспечения исполнения контракта (в том числе предоставляемого с учетом антидемпинговых мер) в ходе закупок с участием СМП и СОНКО определяется в зависимости от цены, по которой заключается контракт, а не от запланированного НМЦК, как это делается в общеустановленном случае для всех закупочных процедур. При этом меньше, чем вносимый аванс (если контрактом предусматривается выплата аванса), размер обеспечения быть не может. Это дает снижение объема предоставляемого обеспечения, что экономически выгодно для СМП и СОНКО и стимулирует их к более активному участию в государственных и муниципальных закупках. Это же правило действует в закупках со снижением цены на 25% и более, когда «включаются» антидемпинговые меры. Но при этом обеспечение контракта в любом случае должно быть не меньше размера аванса.

3. Участники с опытом выполнения заключенных ранее контрактов могут не обеспечивать контракт. Участники закупки – СМП и СОНКО – могут быть освобождены от уплаты обеспечения исполнения контракта (в том числе с учетом применяемых антидемпинговых мер). Для этого участникам закупок необходимо предоставить из реестра контрактов информацию, подтверждающую исполнение трех контрактов в течение предшествующих трех лет до даты подачи заявки на участие в закупке без взимания неустоек, начисления штрафов или пеней. Сумма цен таких контрактов должна составлять сумму, не меньшую, чем НМЦК для проводимой текущей закупки. Информация о заключенных контрактах должна быть внесена в реестр контрактов. Выписка из такого контракта подтверждает добросовестность каждого участника – потенциального победителя закупок.

4. Корректировка предельного срока возврата обеспечения контракта. Было ранее сказано, что возвращать обеспечение контракта придется не позднее 30 дней с даты исполнения обязательств, а при закупках у СМП и СОНКО этот период ограничен до 15 дней.

Практически реализуемый принцип наибольшего благоприятствования СМП и СОНКО должен способствовать стабилизации и обеспечить дальнейшее раз-

витие сектора малого предпринимательства в России, причем особое внимание уделяется наиболее значимым направлениям, обладающим социально-экономическим эффектом.

Далее необходимо дать оценку внесенных в законодательную базу новаций в отношении динамики закупок с участием СМП и СОНКО за период 2018–2019 гг.

Общее количество размещенных за 2018 г. с преимущественным участием СМП и СОНКО извещений – **899 820**, что на **12,1%** больше, чем за период 2017 г., насчитывающий **802 670** извещений, что составило **39,6%** от общего количества размещенных заказчиками извещений.

За 2018 г. по итогам осуществления закупок с преимуществами для СМП и СОНКО было заключено **1,22 млн** контрактов общим объемом **1,41 трлн** руб. Средняя цена контракта, заключенного с СМП или СОНКО по итогам указанного периода, увеличилась на **51%** от **760,07 тыс.** руб. – показателя за 2017 г. – и составила порядка **1,15 млн** руб.

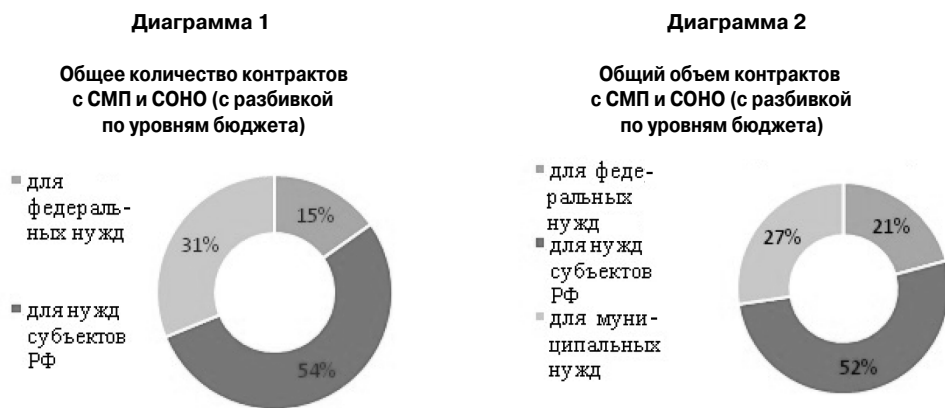


Рис. 1. Количество и объем заключенных контрактов с СМП и СОНКО (СОНКО) по уровням бюджетной системы за 2018 г.

Количество и объем контрактов, заключенных с СМП и СОНКО, с учетом уровня бюджетной системы представлены на диаграммах 1, 2. Видно, что преимущественное число контрактов с участием СМП и СОНКО заключается на региональном уровне, т. е. 54% по количеству всех закупок и 52% от общего их объема; вторым по количеству и объему являются муниципальные закупки.

Информация по итогам 3-го квартала по 2019 г. по закупкам, участниками которых были только СМП и СОНКО. По итогам 1–3-го кварталов 2019 г. в ЕИС размещено 1,04 млн извещений, в которых указана информация о предоставлении преимуществ и установлении ограничений в отношении отдельных участников закупок общим объемом 3,1 трлн руб., из которых 815 244 извещений – о закупках, участниками которых могли быть СМП и СОНКО, на общую сумму 844,1 млрд руб.

Диаграмма 3

Количество извещений, в которых установлено ограничение в отношении участия СМП, СОНО



Диаграмма 4

Объем извещений, в которых установлено ограничение в отношении участия СМП, СОНО, млрд руб.

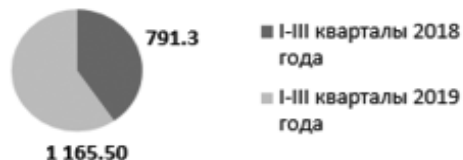


Рис. 2. Динамика по количеству и объему извещений с участием СМП и СОНКО (СОНО) соответственно за 1–3-й кварталы 2017–2018 гг.

Данные диаграмм говорят о том, что при сравнении данных 1–3-го кварталов соответственно 2017 и 2018 г. количество извещений, в которых установлено ограничение в отношении участия СМП и СОНКО, уменьшилось на 63% и составило 899,8 тыс. извещений; объем таких извещений увеличился на 47% и составил 791,3 млрд руб.

Совершенствование финансового механизма государственных закупок и развития финансовых инструментов на основании изменений, принятых в части обеспечения государственного заказа [7]. Одним из способов совершенствования финансовых механизмов на основании Концепции повышения эффективности бюджетных расходов в 2019–2024 гг. является повышение взаимной ответственности заказчиков и исполнителей. Нововведения по обеспечению исполнения обязательств включают три составляющие:

1. До 1 июля 2019 г. гарантию можно было взять только для обеспечения контракта; в настоящий период допускается предоставлять банковскую гарантию на обеспечение заявки в электронных закупках.

2. Победитель закупки может самостоятельно решать, на какой срок предоставлять гарантию, главное, чтобы срок действия банковской гарантии на месяц превышал срок исполнения обязательств по контракту.

3. Поставщик обязан в течение месяца предоставить новое обеспечение, если у банка, где он получал банковскую гарантию, отозвали лицензию. Эти риски должен учитывать сам поставщик.

В течение следующего периода планируется повысить надежность банков, которые имеют право выдавать гарантии для обеспечения заявок и контрактов. Согласно внесенным изменениям в Постановление Правительства Российской Федерации от 12.04. 2018 № 440 «О требованиях к банкам, которые вправе выдавать банковские гарантии для обеспечения заявок и исполнения контрактов» до 2021 г. такие банки должны иметь:

- не меньше 300 млн руб. собственных средств;

• кредитный рейтинг не ниже «B+(RU)» (на три ступени выше текущего требования). На момент публикации статьи из 206 банков этим требованиям соответствуют 147.

Диаграмма 5



Диаграмма 6



Рис. 3. Количество и объем выданных банковских гарантий за 2017–2018 гг.

Общее количество выданных банковских гарантий в 1–3-м кварталах 2018 г. составило 334 176 общим объемом 498,4 млрд руб., что соответственно на 16 и 20,3% меньше, чем в аналогичном периоде 2017 г. (397 783 банковских гарантии общим объемом 625,5 млрд руб.).

В 3-м квартале 2019 г. в реестр банковских гарантий были включены сведения о 213 534 банковских гарантий на общую сумму 396,9 млрд руб., из них 96% банковских гарантий на общую сумму 379,4 млрд руб. было выдано в качестве обеспечения исполнения контракта.

В 3-м квартале 2019 г. заказчиками не принято 472 банковские гарантии общим объемом 1,3 млрд руб. По итогам 1–3-го кварталов 2019 г. в реестр банковских гарантий включены сведения о 578 626 банковских гарантий на общую сумму 908,7 млрд руб.

Получение банковской гарантии для обеспечения заявки означает, что банк готов выдать гарантию и для обеспечения исполнения контракта в случае победы в закупке [8]. Это позволяет облегчить доступ к закупкам небольшим компаниям и исключает возможные проблемы с получением гарантий победителями закупок.

У исполнителя закупки с 1 июля 2019 г. появилась обязанность в случае отзыва лицензии у банка, предоставившего банковскую гарантию в качестве обеспечения исполнения контракта, предоставить новое обеспечение не позднее одного месяца со дня получения уведомления от заказчика. Это вполне понятное и логичное требование. Если предусмотрено обеспечение исполнения контракта, то в случае отзыва лицензии у банка-гаранта должно быть предоставле-

но новое обеспечение. В данном случае просто устранен имевшийся ранее пробел в законодательстве

Направления реформирования нормативно-правовой базы позволяет более результативно расходовать средства бюджетов бюджетной системы в результате устранения ранее обнаруженных пробелов в законодательстве и отдельных противоречивых моментов, которыми можно было оперировать в ту или иную сторону, а также оптимизировать механизм и продолжить развитие контрактной системы.

Соблюдение принципа эффективности использования бюджетных средств обеспечивается через повышение конкурентности закупочного процесса и привлечение большего количества поставщиков, подрядчиков, исполнителей, что также позволяет повысить эффективность проведения закупочных процедур и более экономно расходовать средства бюджетов.

Источники

1. Федорова И.Ю., Фрыгин А.В., Седова М.В. Контрактная система: развитие финансового механизма государственных и муниципальных закупок. 2-е изд. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2018.
2. Крылова Е.Б., Седова М.В. Государственный заказ как противовес нарастающим угрозам и механизм обеспечения экономической безопасности // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2018. Т. 17. № 4. С. 98–105.
3. Федорова И.Ю., Прокофьев М.Н., Калашникова О.В. Эффективность распределения бюджетных средств в сфере государственных закупок // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. Т. 6. № 2 (22). С. 30–35.
4. Крылова Е.Б. Отдельные аспекты финансирования государственных и муниципальных закупок в России // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2015. № 2 (22). С. 24–29.
5. Федорова И.Ю. Функциональные особенности процесса государственных и муниципальных закупок в условиях контрактной системы в России // Экономические системы. 2017. Т. 10. № 2 (37). С. 93–96.
6. Седова М.В. Оценка эффективности государственных закупок в условиях формируемой контрактной системы в России // Путеводитель предпринимателя. 2015. № 25. С. 380–393.
7. Федорова И.Ю., Рахимова В. Стимулирование инноваций как важнейший принцип контрактной системы в сфере государственных закупок // Экономика и социум: современные модели развития: Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 14. М., 2016.
8. Седова М. В. Контрактная система России как новый финансовый инструмент // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2014. № 4 (20). С. 138–142.
9. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 11.02.2020).

PRIORITY MEASURES OF LEGAL REGULATION OF THE SYSTEM OF STATE AND MUNICIPAL PROCUREMENTS

Fedorova I. Yu.

FEDOROVA Irina Yur'evna – doctor of economics, professor, Department of Public Finances, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

Email: fedorovaiu1 @ gmail.com

Abstract. The paper considers innovations in the field of legal regulation of public procurement at the last stage of the reform carried out in the public finance management system. The main attention is paid to filling the gaps in the legislative framework of the contract system in the field of procurement through the introduction of more effective instruments in 2018–2019, measures are considered that can increase the efficiency of the procurement process, and the conclusion is drawn about the effect of procurement on the development of individual sectors of the economy.

Keywords: state and municipal procurement, contract system, regulatory framework, state regulation, effective development, tools, proposed measures.

For citation: Fedorova I. Yu. Priority measures of legal regulation of the system of state and municipal procurements. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 86–94. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-86-94.

References

1. Fedorova I. Yu., Frygin A. V., Sedova M. V. Contract system: development of the financial mechanism of state and municipal procurements. 2nd ed. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2018.
2. Krylova E. B., Sedova M. V. State order as anti-weighting growth threats and mechanism of ensuring economic security. *Scientific notes of the Russian academy of entrepreneurship*. 2018. Vol. 17. No. 4. P. 98–105.
3. Fedorova I. Yu., Prokofiev M. N., Kalashnikova O. V. Efficiency of distribution of budgetary funds in the field of public procurement. *MIR (Modernization. Innovations. Development)*. 2015. Vol. 6. No. 2 (22). P. 30–35.
4. Krylova E. B. Some aspects of financing state and municipal procurements in Russia. *MIR (Modernization. Innovations. Development)*. 2015. No. 2 (22). P. 24–29.
5. Fedorova I. Yu. Functional features of the process of state and municipal procurement in the conditions of the contract system in Russia. *Economic Systems*. 2017. Vol. 10. No. 2 (37). P. 93–96.
6. Sedova M. V. Evaluation of the effectiveness of public procurement in the context of the emerging contract system in Russia. *Entrepreneur Guide*. Scientific and practical publication. 2015. No. 25. P. 380–393.
7. Fedorova I. Yu., Rakhimova V. Stimulation of innovations as the most important principle of the contract system in the field of public procurement // *Economics and Society: Modern Development Models: Interuniversity collection of scientific papers*. Vol. 14. Moscow, 2016.
8. Sedova M. V. The contract system of Russia as a new financial instrument. *MIR (Modernization. Innovations. Development)*. 2014. No. 4 (20). P. 138–142.
9. Federal State Statistics Service. URL: <http://www.gks.ru> (accessed: 11.02.2020).

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ ЦИФРОВИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ

Кузьмина Е.Ю., Жернакова М.Б.

КУЗЬМИНА Елена Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством, доцент кафедры «Теория и организация управления», ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Российская Федерация. E-mail: kuzmina.ey@mail.ru

ЖЕРНАКОВА Марина Борисовна – кандидат экономических наук, доцент, 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством, доцент кафедры «Теория и организация управления», ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Российская Федерация. E-mail: mzhernakova@yandex.ru

Аннотация. В данной статье исследуется влияние цифровых технологий на управление деятельностью организации. Выделяются ключевые аспекты, на которые цифровизация оказывает наибольшее влияние. Обосновывается неизбежность цифровой трансформации бизнеса. Описываются изменения, которые претерпевает компания на пути к цифровизации. Рассматривается необходимость трансформации, начиная от организационной структуры и руководства компании и кончая компетенцией сотрудников и деловой культурой всей организации. Подчеркивается планомерность и целенаправленность проводимых изменений при цифровизации управления в современной организации.

Ключевые слова: цифровизация, цифровые технологии, цифровизация управления, информационные технологии, управление организацией, изменения.

Для цитирования: Кузьмина Е.Ю., Жернакова М.Б. Организационные аспекты цифровизации управления // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 95–101. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-95-101.

Современный этап развития цифровой экономики подразумевает широкое внедрение цифровых технологий в деятельность организации, в том числе кардинальные изменения в методах и процессах управления компаниями.

Применение в процессах управления новейших достижений в области компьютерных технологий является одним из трендов совершенствования систем управления организациями. Цифровые технологии находят свое применение в планировании, контроле, маркетинге, регулировании, проектном управлении и многих других сферах управления деятельностью современной организации. При этом внедрение цифровых технологий требует от компаний радикальных преобразований в организации управления, меняет систему документооборота, улучшает клиентское взаимодействие, устанавливает цифровые каналы связи, роботизирует множество процессов, активно внедряет искусственный интеллект.

Практика показывает, что в результате можно значительно сократить операционные затраты, повысить качество выпускаемой продукции, сократить время доставки готовой продукции к конечному потребителю. Для достижения подоб-

ных результатов компаниям необходимо провести комплексную компьютеризацию всех рабочих мест в организации, создать единое информационное пространство управления ее ресурсами для оперативного принятия качественных управленческих решений.

В целом можно выделить следующие аспекты в управлении организации, на которые цифровые технологии оказывают наибольшее влияние:

- улучшение координации деятельности внутри компании;
- увеличение скорости выполнения операций;
- повышение качества оперативных решений;
- снижение расходов на выполнение организационных процессов;
- возможность мониторинга текущей деятельности в режиме реального времени;

- повышение качества и скорости коммуникаций сотрудников;
- повышение потребительской ценности, обеспечение дифференциации ценностей в представлении потребителей.

Стремительное внедрение в жизнь общества цифровых технологий имеет своим следствием то, что в скором времени управление как вид деятельности существенно изменится. По этому поводу высказывается множество мнений об изменениях сути и содержания управленческой работы. В частности, говорят о цифровой трансформации бизнеса, в том числе о создании цифровых продуктов, цифровых бизнес-процессов, цифровых бизнес-моделей.

Представление о том, что в управлении скоро произойдет своего рода цифровая революция, нам кажется обоснованным, но есть и вопросы: как скоро произойдут значительные изменения, что именно изменится радикально, а что будет претерпевать эволюционные изменения, при каких условиях возможны изменения, а в каких случаях они будут затруднительны? Между тем, если говорить об управленческой деятельности вообще, то понимание того, что могут или не могут изменить в ней цифровые технологии на сегодняшний день, остается открытым.

В данном контексте под цифровизацией в управлении организацией мы понимаем внедрение различного рода технических средств, использование моделей и компьютерных программ в процессе управления и изменение на этой основе методов и процессов управления. При этом мы не имеем в виду цифровизацию деятельности организации в целом, а лишь цифровизацию управления. Дело в том, что тема цифровизации организации чрезвычайно многогранна, но в рамках данной статьи остановимся лишь на аспекте управления.

Построение организации на основе цифровых технологий неизбежно влечет за собой изменения в управлении. Однако направления этих изменений сегодня диктуются практикой и не изучены, не осмыслены, не определены в теории. Реальная практика цифровой трансформации в обществе в целом и в организациях в частности сильно опередила научное понимание этих изменений в области экономических, управленческих и социальных наук [1. С. 51].

Тем не менее сегодня можно утверждать, что с внедрением цифровых технологий в управление организациями характер управленческой деятельности

в целом не изменится. Он по-прежнему будет носить умственный, творческий характер, но в то же время часть решений будет приниматься информационно-техническими системами. Это касается оперативных, технических, текущих решений. Стратегические, антикризисные решения по-прежнему будут приниматься людьми – руководителями, так как такие решения требуют учета многочисленных, слабоформализуемых факторов, использования опыта и интуиции. Таким образом, уже сегодня очевидно, что методы принятия решений частично изменятся.

Кардинальным образом изменится характер сбора, обработки и анализа информации. По новой схеме данные, минуя человека, будут сразу поступать в электронные устройства, анализироваться и предоставлять работнику готовые выводы. Таким образом, от человека к машине переходят не только функция сбора информации, но и функции анализа и (частично) формирования выводов [4. С. 9].

Если рассматривать основные функции управления как наиболее общие действия, реализуемые в процессах управления, то можно предположить следующее. Функция планирования должна рассматриваться в двух аспектах – целеполагания и собственно планирования как технического процесса разработки планов, графиков, программ. При этом в части целеполагания остается высокая роль руководителя, а в части плановых расчетов повысится роль технических инструментов и программных средств.

Работу по организации деятельности работников тоже можно разделить на два аспекта. Один из них – доведение нового, сложного задания до исполнителя, при этом проблема является неструктурированной. Другой случай – доведение до исполнителей однотипных заданий как рутинная ежедневная работа руководителя. В первом случае обязательно участие руководителя как специалиста, лидера, консультанта. Во втором случае процесс может реализовываться технической системой. Выдача количественных и качественных характеристик задания исполнителю может осуществляться без значительного участия руководителя.

Функция мотивации работников, по нашему мнению, останется за руководителями и будет реализовываться ими на всех уровнях управления, так как эта работа требует анализа большого количества постоянно меняющейся информации, что не позволяет формализовать задачу.

Координация деятельности, контроль за работой и ее результатами так же, как и за работой по организации деятельности, в случае сложных, творческих заданий остаются за руководителем, а контроль рутинных работ может выполняться техническими системами.

Как видно даже из поверхностного анализа характера и содержания управленческих работ, в условиях цифровизации управления на сегодняшний день главными у руководителя остаются функции организации взаимодействия людей и их мотивации к труду.

Цифровизация управления требует нового управленческого мышления, обеспечения формирования у работников новых навыков и компетенций, соответ-

ствующим работам с цифровыми технологиями. В настоящее время принципиально меняется работник, его рабочее место, устоявшиеся связи, представления, административные роли, принципы коммуникаций и групповой работы. Профиль работника и требования к нему кардинально меняются, но в настоящее время остаются еще неопределенными. Такие масштабные изменения требуют времени и усилий со стороны руководства организациями.

В связи с цифровизацией меняется и структура управления организации, во многих случаях она перестает быть строго иерархичной. Также меняется технология принятия решений, поскольку появляется так называемое распределенное управление [5. С. 24], когда сотрудники компании работают удаленно, участвуя параллельно в нескольких проектах. Появляются новые подразделения, такие как трансформационная команда, и новые руководящие должности, например директор по цифровизации.

Еще одной проблемой деятельности современных компаний в условиях информационно-цифровой экономики является управление нематериальными благами, такими как деловая репутация, товарные знаки, секреты производства, деловые связи, идеи, информационные потоки и другие. В связи с цифровизацией современных компаний меняется и деловая культура ведения бизнеса, но ее роль по-прежнему остается достаточно высокой. Ведь как бы ни развивалась компания, нельзя не учитывать тот факт, что ее основу составляют сотрудники, атмосфера внутри компании и в целом корпоративный дух компании. Замечено, что реального успеха в преобразованиях добиваются те организации, которые при кардинальной перестройке своих производственных процессов меняют и организационную культуру – принципы, убеждения, нормы, правила и обычаи, распространенные в компании, задающие рамки поведения сотрудников, согласующиеся с миссией и стратегией компании, т. е. меняются в соответствии с новыми условиями.

Смена управленческой парадигмы позволяет организациям стабильно развиваться в условиях стремительных перемен. Это способствует быстрой адаптации к потребностям рынка как отдельных подразделений, так и компании в целом. При этом особое внимание топ-менеджмент компании должен уделять формированию новых принципов и ценностей в работе. Многим руководителям организации по-прежнему трудно осознать необходимость цифровой трансформации их компаний. Соппротивление изменениям в этом случае закономерно, ведь на протяжении всей деятельности они руководствовались устоявшимися концепциями и правилами. Но изменения неизбежны. Исследования McKinsey [6] показали, что список компаний, представленных в фондовом индексе S & P 500, в течение 15 лет изменился на 75%. Причем каждая третья публичная компания будет исключена из реестра фондовой биржи в последующие пять лет. Вывод становится очевидным: компаниям следует меняться, иначе они потеряют свои позиции.

Когда руководители организаций сталкиваются с неизбежностью цифровой трансформации своей компании, то они обычно задумываются о сроках и ка-

честве внедрения цифровых новшеств, о реинжиниринге технологических процессов, не принимая во внимание такой важный аспект, как изменение деловой культуры. Именно влияние деловой культуры компании может стать серьезным барьером при внедрении изменений, связанных с цифровизацией. Поведение персонала компании при цифровой трансформации бросает вызов эффективности управления. И это является крайне важным фактором, поскольку влияет на такие значимые показатели, как производительность труда и текучесть кадров.

В то же время не стоит забывать о том, что деловая культура может серьезно тормозить цифровую трансформацию компании. Внедрение изменений всегда воспринимается работниками непросто, но в случае с внедрением новых «цифровых» инструментов и методов управления, принципиально меняющих технологию привычной, хорошо известной людям и понятной работы, сложность их восприятия возрастает многократно. В таких условиях деловая культура, не поддерживающая изменения, становится препятствием для внедрения новшеств.

Для организации цифровых изменений в компании, способствующих ее развитию и повышению эффективности деятельности, необходимо учитывать следующее.

Изменения необходимо проводить в плановом порядке. Скоропалительные решения о внедрении современных технологий в практику управления практически не дают экономии во времени, так как сталкиваются с непониманием, нежеланием работников, их неготовностью к моментальному освоению новых методов работы. В то же время плановое внедрение позволяет подготовиться к этому. Более длительная проработка решения на этапе планирования, внедрения в итоге дает экономию времени в момент, когда люди начинают работать по-новому. Необходимо дать персоналу время на адаптацию и овладение новыми навыками. При этом важно соблюдать принципы сотрудничества и партнерства.

Решающую роль при этом играет руководитель компании, который прежде всего должен понимать необходимость перемен, всячески продвигать и распространять цифровую культуру в организации, активизируя при этом все свои лидерские качества.

Следует особенно подчеркнуть важность сотрудничества: успех при цифровизации происходит благодаря коллективной работе и обмену информацией между департаментами, подразделениями и организациями. Быстрый темп цифровой работы требует гораздо более высокого уровня взаимодействия [2].

Обобщая сказанное, можно выделить следующие организационные аспекты, которые необходимо учитывать при цифровизации управления:

- принятие решения о необходимости внедрения в организации той или иной новой цифровой технологии с точки зрения ее необходимости, целесообразности и эффективности именно для этой организации;
- обеспечения эффективного управления в организации изменениями и инновациями для того, чтобы цифровые технологии внедрялись без задержек и сопротивления работников;

- управление деловой культурой, поддержание «цифрового духа» компании для создания положительного восприятия работниками новых технологий и желания их осваивать;
- планирование цифровых изменений, которое сделает процесс их внедрения не организованным случайным образом, по типу «как сложится», а целенаправленным, предусмотрит время на адаптацию работников к новым условиям и технологиям работы;
- профессиональное развитие сотрудников, которое должно обеспечить их умение и желание работать по-новому;
- обеспечение баланса технических специалистов и креативных сотрудников – профессионалов в области деятельности организации, что должно служить созданию новой по составу команды специалистов, способных решать профессиональные задачи на новом технологическом уровне.

Источники

1. Цифровое предприятие: трансформация в новую реальность / В.И. Ананьин [и др.] // Бизнес-информатика. 2018. № 2 (44). С. 45–54.
2. Без цифровой культуры нет цифровой трансформации. URL: <http://www.management.com.ua/cm/cm207.html> (дата обращения: 22.01.2020).
3. Деннинг С. Эпоха Agile: Как умные компании меняются и достигают результатов: Пер. с англ. / Под ред. А. Макарова. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2019.
4. Жернакова М.Б. Проблемы управления организациями в условиях цифровой экономики // Приоритетные и перспективные направления научно-технического развития Российской Федерации: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции. 2019. С. 324–326.
5. Кротенко Т.Ю., Жернакова М.Б. Компетенции менеджера эпохи цифровой революции // Вестник университета. 2019. № 5. С. 23–26.
6. Культура для цифровой эпохи. URL: <https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/culture-for-a-digital-age#> (дата обращения: 21.01.2020).

ORGANIZATIONAL ASPECTS OF DIGITALIZATION OF MANAGEMENT

Kuzmina E. Yu., Zhernakova M. B.

KUZMINA Elena Yur'evna – PhD in Economics, associate professor, 08.00.05 – economics and management of national economy, associate professor of the Department “Theory and organization of management”, State University of Management, Moscow, Russia. E-mail : kuzmina.ey@mail.ru

ZHERNAKOVA Marina Borisovna – PhD in Economics, associate professor, 08.00.21 – economics, planning and organization of management of industry and its branches, associate professor of the Department «Theory and organization of management», state University of management, Moscow, Russia. E-mail: mzhernakova@yandex.ru

Abstract. This article examines the impact of digital technologies on the management of an organization's activities. The key aspects that digitalization has the greatest impact on are highlighted. The necessity of digital business transformation is justified. It describes the changes that the company

is undergoing on the way to digitalization. We consider the need for transformation, starting from the organizational structure and management of the company, to the competencies of employees and the business culture of the entire organization. The author emphasizes the planned and purposeful changes in the digitization of management in a modern organization.

Keywords: digitalization, digital technologies, digitalization of management, information technologies, organization management, changes.

For citation: Kuzmina E.Yu., Zhernakova M.B. Organizational aspects of digitalization of management. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 95–101. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-95-101.

References

1. Digital enterprise: transformation into a new reality / V.I. Anan'in [et al.]. *Business Informatics*. 2018. No. 2 (44). P. 45–54.
2. Without digital culture, there is no digital transformation. URL: <http://www.management.com.ua/cm/cm207.html> (accessed: 22.01.2020).
3. Denning St. Agile Epochs. How smart companies change and achieve results: Per. with angl. / Ed. by A. Makarov. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber, 2019.
4. Zhernakova M.B. Problems of managing organizations in the digital economy. Priority and perspective directions of scientific and technical development of the Russian Federation: Materials of the II all-Russian scientific and practical conference. 2019. P. 324–326.
5. Krotenko T.Yu., Zhernakova M.B. Competence of the Manager of the digital revolution era. *Bulletin of the University*. 2019. No. 5. P. 23–26.
6. Without digital culture there is no digital transformation. URL: <http://www.management.com.ua/cm/cm207.html> (accessed: 21.01.2020).

ПРОБЛЕМЫ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

Крылова Е.Б., Подсветова Т.В.

КРЫЛОВА Елена Борисовна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой экономических и финансовых дисциплин, Московский гуманитарный университет, Москва, Российская Федерация. E-mail: ElenaBorisovna@yandex.ru

ПОДСВЕТОВА Татьяна Валентиновна – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры экономических и финансовых дисциплин, Московский гуманитарный университет, Москва, Российская Федерация. E-mail: tvpodsvetova@mail.ru

Аннотация. В данной статье авторы останавливаются на основных проблемах и особенностях функционирования малых и средних предприятий и стратегии их развития в агропромышленном комплексе. Обосновывается необходимость быстрого и качественного расширения АПК, делается вывод о том, что данная сфера может существенно повлиять на развитие российской экономики в целом и даже привести к политической стабильности на международном рынке с его часто меняющимся укладом.

Ключевые слова: агропромышленный комплекс, малые и средние предприятия, микропредприятия, сельское хозяйство, стратегия развития, финансирование, стартапы, эффективное развитие, мировой рынок, кредитование.

Для цитирования: Крылова Е.Б., Подсветова Т.В. Проблемы и особенности функционирования малых и средних предприятий в агропромышленном комплексе // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 102–107. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-102-107.

Агропромышленный комплекс как крупнейшее межотраслевое образование представляет собой объединение сразу многих отраслей, связанных с производством и переработкой сельскохозяйственного сырья как для промежуточного производства, так и для конечного потребления.

При реформировании данной сферы распались хозяйственные связи между входящими в нее предприятиями и субъектами смежных отраслей. Решением возникшей проблемы может стать развитие сети малых и средних предприятий, которые благодаря своей мобильности и гибкости могут заполнить возникшие пустующие рыночные ниши, подстроиться под новые рыночные требования, создав новые функциональные межотраслевые связи.

В табл. 1 приведены основные показатели деятельности малых и средних предприятий в сфере АПК за период с 2000 по 2017 г.

Анализ приведенных данных свидетельствует о поступательном развитии МиСП в сфере АПК. Ключевыми факторами, определяющими это развитие, являются взятый курс на импортозамещение и изменение внешнеполитической

Таблица 1

Основные показатели деятельности МиСП в сфере АПК (2000–2017 гг.)

Сегменты АПК	2000	2005	2010	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Сфера снабжения, тыс. ед.									
МиСП	114,2	78,5	55,5	51,1	49,0	47,4	45,6	44,4	45,7
Производственная сфера, млрд руб.									
Продукция сельского хозяйства	742,4	1380,9	2587,8	3261,7	3339,2	3687,1	5164,9	5505,7	5654,0
Сельскохозяйственные организации	189,0	294,4	485,9	738,1	840,6	974,1	1307,2	1473,8	1437,3
Крестьянские и фермерские хозяйства	17,2	64,0	133,5	221,3	277,8	330,5	460,0	536,6	577,2

конъюнктуры. Сфера сельского хозяйства – одна из немногих сфер, в которой кризисные процессы начала 2000-х, 2008 и конца 2014 годов не привели к обвалу производства продукции, а, напротив, подтолкнули сферу к поиску новых форм хозяйствования, пришедших на смену крупномасштабным, негибким формам.

Главными проблемами, решение которых позволило бы усилить положительные тенденции развития сферы АПК за счет малых и средних предприятий, являются финансирование на начальных стадиях сбора урожая и производства, доступ к рынкам сбыта. Малые и средние предприятия готовы и дальше наращивать объемы производства, но отсутствие гарантированного доступа к рынкам сбыта сельскохозяйственной продукции и ограниченные сроки ее хранения препятствуют этому. Эти проблемы еще утяжеляются за счет того, что на современном рынке сельскохозяйственной продукции недостаточно развита инфраструктура, связанная с ее хранением, транспортировкой и складированием.

Если более детально рассмотреть действующие в сфере АПК субъекты, то можно отметить, что на сегодняшний день в агропромышленном секторе присутствуют следующие виды и формы малых образований:

1. Частные подсобные хозяйства, основанные на частной собственности и личном труде хозяйствующих субъектов и членов их семей.
2. Крестьянские и фермерские хозяйства, представляющие собой семейно-трудовые объединения жителей села, осуществляющие аграрное производство в целях получения доходов [6].

Безусловно, данные формы объединений имеют целый ряд особенностей. К особенностям функционирования малого предпринимательства в аграрном секторе относятся:

- сезонный характер производства продукции при постоянном спросе на нее в течение года;
- существенные различия в деятельности предприятий, связанные с отраслевой, внутрихозяйственной и региональной специализацией;
- необходимость комплексного подхода ко всем стадиям сельскохозяйственного цикла, включая производство, переработку, транспортировку и складирование продукции;
- необходимость обновления технологического оборудования, средств малой механизации, замены ручного труда машинным;
- получение специальных умений, знаний и навыков в сфере АПК;
- непрерывное обновление ресурсной базы;
- зависимость конечных результатов (урожаев) от погодно-климатических условий;
- необходимость выстраивания организационно-экономических взаимосвязей с поставщиками ресурсов и реализаторами продукции конечному потребителю [6. С. 250–253].

Говоря о проблемах малого и среднего предпринимательства в сфере АПК, можно разделить их на четыре основные группы. **К первой группе проблем** можно отнести так называемые организационные проблемы:

- несовершенство правовой защищенности фермеров от бюрократических издержек, связанных с взаимодействием с государственными структурами и коллективными сельскохозяйственными предприятиями;
- начало деятельности и связанные с ним сложности с регистрацией предприятия, формирование пакета документов для начинающих предпринимателей;
- отсутствие необходимого собственного капитала и трудности его формирования;
- получение необходимых ресурсов и поиск рынков сбыта;
- отсутствие материально-технической базы из-за слабой финансовой поддержки и недостаточное кредитное обеспечение;
- низкий уровень организации кооперирования фермеров, создание ассоциаций.

Ко второй группе проблем относятся проблемы управления финансовыми ресурсами, в том числе:

- сложность пользования банковскими кредитами из-за высокой ключевой ставки и, как следствие, ставки процента;
- несовершенство системы налогообложения (приводит к бартерным операциям и сокрытию части дохода и произведенной продукции);
- дисбаланс в паритете цен на продукцию разных сфер АПК;
- недостаток средств для закупки сырья и материалов;
- отсутствие средств для проведения полноценных маркетинговых исследований рынка сельскохозяйственной продукции.

Третья группа проблем связана с отсутствием информации и ее непрозрачностью [10. С. 1114–1121]. Сюда можно отнести:

- недостаточное освещение и искажение сведений о рыночной инфраструктуре и конъюнктуре в специальных изданиях, прессе, ориентированных в основном на крупные предприятия;
- отсутствие четкого и регулярного консалтинга в отношении изменений и дополнений в области налогового и хозяйственного законодательства в сфере АПК;
- проблему получения доступа к информации о внутренних рынках сбыта, поставщиках, состоянии рынка труда, финансовом положении деловых партнеров.

Четвертая группа проблем связана с законодательством в сфере АПК и в том числе:

- с необходимостью со стороны самих субъектов данной сферы участвовать в принятии решений об изменениях нормативно-правовых ресурсов, в том числе и в области поддержки субъектов малого и особенно микропредпринимательства;
- отсутствием непрерывного доступного консалтинга для новых фермерских хозяйств и объединений, прежде всего в области отношений земельной собственности.

Добиться новых темпов поступательного развития для малых и средних предприятий АПК можно только решив вышеозначенные проблемы. Сформировать необходимую правовую базу функционирования данного предпринимательского сектора нужно с учетом специфики его развития [11. С. 180–188].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что малое и среднее предпринимательство в сфере АПК является системой, включающей эффективно хозяйствующие субъекты, важнейшей частью рыночной экономики, ее гибкой и конкурентной подсистемой, бесперебойно поставляющей ресурсы как для промежуточного, так и для конечного потребления [12. С. 1911–2025]. Жизнеспособность данной сферы подтверждается всей историей России, ее национальным менталитетом. Малое и среднее предпринимательство в аграрной сфере в ходе дальнейшего формирования благоприятных условий для его развития все больше будет влиять на экономический рост, стимулировать структурную перестройку экономики государства.

Источники

1. *Васильев К.А.* Особенности развития предпринимательства в АПК // Достижения науки и техники АПК. 2013. № 1. С. 55–56.
2. *Гончарова О.Ю.* Развитие малого предпринимательства в условиях антироссийских санкций // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 5. С. 679–690.
3. *Комарницкий И.М.* Региональная политика организационно-экономической поддержки малых предприятий: Монография. Л.: Институт региональных исследований НАН, 2013. С. 55–58.
4. *Лапуста М.Г., Старостин Ю.Л.* Малое предпринимательство. М.: ИНФРА-М, 2016.
5. *Максимова Т.П.* Формирование агропромышленных кластеров в экономике РФ: теоретические основы и потенциальные возможности // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 18. С. 2935–2946.

6. Федорова И.Ю. Финансовый менеджмент: проблемы становления и направления развития в бюджетном секторе экономики России // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1–1 (66). С. 250–253.
7. Растегаева Ф.С. Малое и среднее предпринимательство в сфере государственно-частного партнерства // Международный научно-исследовательский журнал. 2017. № 1–1 (55). С. 51–54.
8. Рыбак О.В. Развитие малого предпринимательства в регионе: теоретические основы, проблемы и перспективы // Экономический вестник Донбасса. 2015. № 2. С. 96–100.
9. Стасюк А.Н. Теоретическое обоснование экономической сущности малого бизнеса и его критериев // Научный вестник Волынского национального университета. 2015. № 5. С. 11–16.
10. Planar dynamic model of public interaction between official and hidden economy / И.Ю. Федорова [и др.] // International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET). 2018. Т. 9. № 13. С. 1114–1121.
11. Федорова И.Ю. Российская практика государственной поддержки и развития малого и среднего предпринимательства // Стратегическое планирование и развитие предприятий: Материалы XIX Всероссийского симпозиума ЦЭМИ РАН (Москва, 10–11 апреля 2018 г.). М.: ЦЭМИ РАН, 2018. С. 180–188.
12. Dudin M.N., Kutsuri G.N., Fedorova I.J., Dzusova S.S., Namitulina A.Z. The Innovative Business Model Canvas in the System of Effective Budgeting // Asian Social Science. 2015. Vol. 11. No. 7. P. 1911–2025.
13. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru> (дата обращения: 05.02.2020).

PROBLEMS AND FEATURES OF FUNCTIONING OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

Krylova E.B., Podsvetova T.V.

KRYLOVA Elena Borisovna – doctor of economic Sciences, Professor, head of the Department of economic and financial disciplines, Moscow humanitarian University, Moscow, Russia. E-mail: ElenaBorisovna@yandex.ru

PODSVETOVA Tatyana Valentinovna – candidate of technical sciences, associate professor, associate professor of the Department of economic and financial disciplines, Moscow humanitarian University, Moscow, Russia. E-mail: tvpodsvetova@mail.ru

Abstract. In this article the author dwells on the main problems and features of the functioning of small and medium-sized enterprises and the strategy of their development in the agro-industrial complex. The author substantiates the need for rapid and qualitative expansion of agriculture, concludes that this area can significantly affect the development of the Russian economy as a whole, and even lead to political stability in the international market with its often-changing way of life.

Keywords: agro-industrial complex, small and medium-sized enterprises, microenterprises, agriculture, development strategy, financing, startups, effective development, world market, lending.

For citation: Krylova E.B., Podsvetova T.V. Problems and features of functioning of small and medium enterprises in agro-industrial complex. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 102–107. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-102-107.

References

1. Vasiliev K.A. Features of the development of entrepreneurship in the agricultural sector. *Achievements of science and technology of the agricultural sector*. 2013. No. 1. P. 55–56.
2. Goncharova O.Yu. The development of small business in the context of anti-Russian sanctions. *Russian Entrepreneurship*. 2015. Vol. 16. No. 5. P. 679–690.
3. Komarnitsky I.M. Regional policy of organizational and economic support of small enterprises: monograph. L.: Institute for Regional Studies of the NAS, 2013. P. 55–58.
4. Lapusta M.G., Starostin Yu.L. Small business. Moscow: INFRA-M, 2016.
5. Maksimova T.P. The formation of agro-industrial clusters in the Russian economy: theoretical foundations and potential opportunities. *Russian Entrepreneurship*. 2015. Vol. 16. No. 18. P. 2935–2946.
6. Fedorova I.Yu. Financial Management: Problems of Formation and Development Trends in the Budget Sector of the Russian Economy. *Economics and Entrepreneurship*. 2016 No. 1–1 (66). P. 250–253.
7. Rastegaeva F.S. Small and medium enterprises in the field of public-private partnership. *International Research Journal*. 2017. No. 1–1 (55). P. 51–54.
8. Rybak O.V. Development of small business in the region: theoretical foundations, problems and prospects. *Economic Bulletin of Donbass*. 2015. No. 2. P. 96–100.
9. Stasyuk A.N. Theoretical justification of the economic essence of small business and its criteria. *Scientific Bulletin of Volyn National University*. 2015. No. 5. P. 11–16.
10. Planar dynamic model of public interaction between official and hidden economy / I.Yu. Fedorova [et al.]. *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*. 2018. Vol. 9. No. 13. P. 1114–1121.
11. Fedorova I.Yu. Russian practice of state support and development of small and medium-sized enterprises. Strategic planning and development of enterprises. Materials of the XIX All-Russian Symposium of the CEMI RAS (Moscow. 2018. April 10–11). M.: CEMI RAS, 2018. P. 180–188.
12. Dudin M.N., Kutsuri G.N., Fedorova I. Yu., Dzusova S.S., Namitulina A.Z. The Innovative Business Model Canvas in the System of Effective Budgeting. *Asian Social Science*. 2015. Vol. 11. No. 7. P. 1911–2025.
13. Federal State Statistics Service. URL: <http://www.gks.ru> (accessed: 05.02.2020).

ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЯ О СТРОИТЕЛЬСТВЕ СКЛАДА НА ОСНОВЕ ФИНАНСОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Мухина И.И., Смирнова А.В.

МУХИНА Инесса Игоревна – кандидат экономических наук, Российский университет кооперации, Мытищи, Российская Федерация. E-mail: inigmu@mail.ru

СМИРНОВА Анна Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, Российский университет транспорта (МИИТ), Москва, Российская Федерация. E-mail: smirnova_a.v@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена вопросам принятия финансового решения между двумя альтернативными вариантами: строительством собственного склада или привлечением логистического аутсорсера. Оба варианта могут удовлетворять разные организации. Принятие правильного решения должно быть основано на расчете показателей эффективности использования капитала и срока окупаемости.

Ключевые слова: финансовые показатели, аутсорсинг, склад, чистый дисконтированный доход, срок окупаемости капитальных затрат, задача «сделать или купить», логистический интегратор.

Для цитирования: Мухина И.И., Смирнова А.В. Логистический подход к принятию решения о строительстве склада на основе финансовых показателей // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 108–113. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-108-113.

Складирование – наиболее сложная и трудоемкая часть логистического процесса, от которого напрямую зависит лояльность клиентов, т. е. степень удовлетворения клиентов обслуживанием и уровень издержек. Чаще всего логистические процессы передаются в аутсорсинг.

Концепция аутсорсинга заключается в отсутствии необходимости использования собственных ресурсов для организации логистического процесса, который предприятие может доверить внешнему контрагенту – логистическому интегратору [1].

Применение аутсорсинга подразумевает не просто передачу бизнес-процесса, а повышение эффективности выполнения этого процесса, т. е. внедрение современных достижений научно-технического прогресса, новых разработок в данную область деятельности и снижение финансовых затрат [2. С. 162].

Решение выполнять процесс собственными силами организации или передать его на аутсорсинг принимается с помощью инструмента *Make-or-Buy* («сделать или купить»). Результат этой задачи зависит от сопоставления преимуществ и недостатков передачи процесса в аутсорсинг.

Принятие данного решения (аутсорсинг или свои силы) осложняет тот факт, что критерии сложно выразить в финансовых индикаторах, и это затрудняет сопоставление выгод и потерь от аутсорсинга.

Например, решение о складировании клиентом самостоятельно или передаче этой функции в аутсорсинг можно принять на основе расчета срока окупаемости капитальных вложений в создание и содержание собственного склада. Срок окупаемости капитальных затрат рассчитывается с использованием показателя экономической эффективности, который учитывает затраты и результаты, связанные с реализацией проекта. Таким показателем является чистый дисконтированный доход (ЧДД), который определяется по формуле [3]

$$\text{ЧДД} = \sum_{t=t_n}^T (P_t - Z_t) \frac{1}{(1+E)^t} - \sum_{t=t_n}^T K_t \frac{1}{(1+E)^t},$$

где T – горизонт расчета;

t – текущий год, результаты и затраты которого приводятся к расчетному году;

t_n – начальный год расчетного периода (t_n принимается равным нулю);

P_t – результаты, полученные в текущем году;

Z_t – затраты, понесенные в текущем году, из состава которых исключены капитальные вложения;

K_t – капитальные вложения, сделанные в текущем году;

E – норма дисконта, равная приемлемой норме дохода на капитал.

Например, для одной из организаций был рассчитан срок окупаемости капитальных вложений в строительство и оснащение склада площадью 2000 м² с использованием показателя экономической эффективности, который учитывает затраты при хранении товаров на собственном складе и затраты на складскую обработку товаров аутсорсером [4].

В табл. 1 представлены исходные данные для расчета чистого дисконтированного дохода. В случае передачи функции складирования аутсорсеру затраты организации составят 25,16 у.е./м³ груза. Капитальные вложения в строительство и оснащение собственного склада составят 1 000 000 у.е.

Таблица 1

Исходные данные для расчета чистого дисконтированного дохода

Наименование параметра	Единица измерения	Значение
Стоимость обработки грузов на собственном складе (новом)	у.е./м ³ в мес.	13,68
Тариф на услуги стороннего склада	у.е./м ³ в мес.	25,16
Капитальные вложения в строительство и оснащение собственного склада	руб.	1 000 000
Норма дисконта на капитал (годовая)	% в год	15
Планируемый объем оборота в 2020 г.	м ³ /год	20 000
Планируемый объем оборота в 2021 г.	м ³ /год	30 000
Планируемый объем оборота в 2022 г.	м ³ /год	45 000

Окончание табл. 1

Наименование параметра	Единица измерения	Значение
Планируемый объем оборота в 2023 г.	м ³ /год	60 000
Оборачиваемость склада	дни	20
Число рабочих дней в году	дни	250

Источник: составлено авторами.

По результатам расчета затраты организации при хранении товаров на собственном складе составят 526,36 руб./м³ (табл. 2, с. 111).

Годовая норма дисконта на капитал ожидается в размере 15% в год. Объем оборота в 2020 г. планируется в размере 20 000 м³/год, в 2021 г. – 30 000 м³/год, в 2022 г. – 45 000 м³/год, в 2023 г. – 60 000 м³/год. Расчет чистого дисконтированного дохода представлен в табл. 3 (с. 112).

Приемлемым сроком окупаемости капитальных вложений в организацию собственного складского хозяйства в настоящее время считается 3-4 года. По результатам расчета, представленным в табл. 3, было принято решение о строительстве собственного склада.

Методика расчета ЧДД выступает основополагающей частью принятия финансового решения. Финансовое решение – это выбор альтернативы, осуществляемый руководителем организации и направленный на увеличение прибыли (снижение убытков) [5]. Своевременное принятие правильных финансовых решений позволяет наиболее эффективно использовать капитал организации.

Источники

1. Изюмова Н.Ю., Мухина И.И., Смирнова А.В. Посредники как системные логистические интеграторы в распределительных системах предприятий // Транспортное дело России. 2015. № 6 (121). С. 126–131.
2. Смирнова А.В. Применение аутсорсинга в торговле // Современная торговля: теория, практика, перспективы развития: Материалы Третьей международной инновационной научно-практической конференции. М.: Издательство Московского гуманитарного университета, 2013. С. 160–163.
3. Гаджинский А.М. Проектирование товаропроводящих систем на основе логистики: Учебник. М.: ИТК «Дашков и К», 2015.
4. Смирнова А.В. Организация и повышение качества обслуживания оптовых покупателей: на материалах Московского региона: Дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05. М., 2012.
5. Мухина И.И. Финансы в системе экономических отношений: Учебное пособие. М.: МГУПС (МИИТ), 2016.

Таблица 2

Расходы склада

Расходы	I квартал			II квартал			III квартал			IV квартал			Сумма по статье	Сумма по группе
	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь		
1. Аренда складских помещений														
2 этаж – склад комплектации	4446,69	4016,37	4446,69	4303,25	4446,69	4303,25	4446,69	4303,25	4446,69	4303,25	4446,69	4303,25	4446,69	52 356,20
2 этаж – склад хранения	1775,39	1603,58	1775,39	1718,12	1775,39	1718,12	1775,39	1718,12	1775,39	1718,12	1775,39	1718,12	1775,39	20 903,77
2 этаж – зарядная	147,95	133,63	147,95	143,18	147,95	143,18	147,95	143,18	147,95	143,18	147,95	143,18	147,95	1741,98
2 этаж – раздевалки	78,33	70,75	78,33	75,80	78,33	75,80	78,33	75,80	78,33	75,80	78,33	75,80	78,33	922,23
1 этаж – офис	357,67	323,06	357,67	346,13	357,67	346,13	357,67	346,13	357,67	346,13	357,67	346,13	357,67	4211,27
1 этаж – экспедиция	2175,72	1965,17	2175,72	2105,54	2175,72	2105,54	2175,72	2105,54	2175,72	2105,54	2175,72	2105,54	2175,72	25 617,36
1 этаж – гардероб	34,81	31,44	34,81	33,68				33,68	33,68	33,68	34,81	34,81	270,63	270,63
2 этаж – склад хранения										474,14	3743,18	773,59	4990,90	4990,90
2. Обработка грузов														
Тара			779,83			779,83			779,83			779,83	3119,31	3119,31
Выгрузка	1462,18	1462,18	1462,18	1455,68	1455,68	1455,68	1455,68	1455,68	1455,68	1455,68	1455,68	1455,68	17 487,65	17 487,65
Скотч							1512,87						1512,87	1512,87
Строй-пленка	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	249,55	2994,54	2994,54
Въезд	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	58,49	701,85	701,85
Лифт	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	148,17	1778,01	1778,01
3. Коммунальные платежи по складу														
Телефон	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	29,63	355,60	355,60
Стоянка а/м (9 шт.)	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	148,16	1778,01	1778,01
Электроэнергия	93,58	93,58	93,58	77,98	70,18	70,18	70,18	77,98	77,98	93,58	93,58	93,58	1005,98	1005,98
Вывоз мусора			171,56			171,56			171,56			171,56	686,25	686,25
Абонемент на въезд 10 а/м			123,21			123,21			123,21			123,21	492,85	492,85
4. Хозяйственные расходы														
Спецодежда			779,83						779,83				1559,66	1559,66
ТО складской техники						77,98			77,98			77,98	233,95	233,95
5. Приобретение основных средств														
Электротар (1 шт.)				17 816,74									14 816,74	14 816,74
Ручная гидравлическая тележка (4+2 шт.)		1403,69				701,85							2105,54	2105,54
Зарплатная плата сотрудников	5692,7	6160,64	6472,58	7460,36	6472,58	6862,49	6469,04	5692,75	5277,62	7930,86	8578,11	8968,03	81 708,08	81 708,08
Всего затрат	16 899,06	17 898,08	18 597,53	31 870,75	17 614,19	19 568,80	19 093,52	16 842,15	19 103,40	19 603,68	23 230,25	22 094,02	243 351,22	243 351,22

Без стоимости аренды

Всего затрат, 12 мес.
 Всего затрат, 1 мес.
 Средний запас, м³
 Затраты в расчете на 1 м³

С арендой

Всего затрат, 12 мес.
 Всего затрат, 1 мес.
 Средний запас, м³
 Затраты в расчете на 1 м³

Таблица 3

**Расчет величины чистого дисконтированного дохода
от строительства собственного склада**

Состав затрат и результатов	Стоимостная оценка затрат и результатов за годы расчетного периода				
	2019 ($t_0 = 0$)	2020 ($t = 1$)	2021 ($t = 2$)	2022 ($t = 3$)	2023 ($t = 4$)
Капитальные вложения в строительство собствен- ного склада	1 000 000	0	0	0	0
Объем оборота, м ³	0	20 000	30 000	45 000	60 000
Средний запас, м ³	0	1600	2400	3600	4800
Затраты на собственном складе за год	0	262 656	393 984	590 976	787 968
Затраты на наемном складе за год	0	483 072	724 608	1 086 912	1 449 216
Эффект от снижения затрат на складскую обработку груза	0	220 416	330 624	495 936	661 248
Суммарные результаты по каждому t -му году расчет- ного периода	0	220 416	330 624	495 936	661 248
Разница суммарных результа- тов и затрат по каждому t -му году	-1 000 000	220 416	330 624	495 936	661 248
Номер года (для расчета коэффициента дисконтирования)	0	1	2	3	4
Коэффициент дисконтирова- ния (квартальная норма при- были на капитал)	1,000	0,870	0,756	0,658	0,572
Разница результатов и затрат за год, приведенная к начальному 2019 г.	-1 000 000	191 761,9	249 951,7	326 325,9	378 233,85
Чистый дисконтированный доход от 2019 г. до конца текущего года	-1 000 000	-808 238,1	-558 286,4	-231 960,5	146 273,35

Источник: составлено авторами.

LOGISTICS APPROACH TO MAKING A DECISION ABOUT BUILDING A WAREHOUSE BASED ON FINANCIAL INDICATORS

Mukhina I.I., Smirnova A.V.

MUKHINA Inessa Igorevna – Ph. D. in economics, Russian University of cooperation, Mytishchi, Russia. E-mail: inigmu@mail.ru

SMIRNOVA Anna Vladimirovna – Ph. D. in economics, associate professor, Russian University of transport (MIIT), Moscow, Russia. E-mail: smirnova_a.v@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the issues of making a financial decision between two alternative options: building your own warehouse or attracting a logistics outsourcer. Both options can satisfy different organizations. Making the right decision should be based on the calculation of capital efficiency indicators and the payback period.

Keywords: financial indicators, outsourcing, warehouse, net discounted income, payback period for capital expenditures, “make or buy” task, logistics integrator.

For citation: Mukhina I.I., Smirnova A.V. Logistics approach to making a decision about building a warehouse based on financial indicators. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 108–113. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-108-113.

References

1. Izyumova N.Yu., Mukhina I.I., Smirnova A.V. Intermediaries as system logistics integrators in distribution systems of enterprises. *Transport business of Russia*. 2015. No. 6 (121). P. 126–131.
2. Smirnova A.V. Application of outsourcing in trade. Modern trade: theory, practice, development prospects: Materials of the Third international innovative scientific and practical conference. Moscow: Publishing house of the Moscow humanitarian University, 2013. P. 160–163.
3. Hajinski A.M. Design of distribution systems on the basis of logistics: Textbook. Moscow: PTC “Dashkov & Co.», 2015.
4. Smirnova A.V. Organization and improvement of the quality of service for wholesale customers: Based on materials from the Moscow region: Dissertation ... candidate of economic sciences: 08.00.05. Moscow, 2012.
5. Mukhina I.I. Finance in the system of economic relations: Textbook. M.: Moscow state railway University (MIIT), 2016.

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ПРИБЫЛИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ

Шаркова А.В., Храпочкина В.М.

ШАРКОВА Антонина Васильевна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика организации» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Москва, Российская Федерация. E-mail: ASharkova@fa.ru

ХРАПОЧКИНА Виктория Михайловна – студент Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: khrapochkina@yandex.ru

Аннотация. В данной статье были определены понятия «прибыль организации» и «управление прибылью организации», которые представляют собой одну из важнейших экономических категорий. В современной рыночной экономике прибыль выполняет главенствующую роль в механизме управления организациями, является стимулирующим показателем, который требует обоснованного подхода к политике его формирования и распределения путем максимизации доходов и минимизации затрат. Прибыль – главный источник финансирования деятельности предприятия, удовлетворения финансовых интересов собственников, а также государства и наемных рабочих. В связи с этим финансовым менеджерам важно правильно построить процесс управления прибылью, уметь правильно выделять и грамотно распределять имеющиеся ресурсы в компании.

Ключевые слова: прибыль, управление прибылью, формирование прибыли, финансовый менеджер, распределение прибыли, газовая отрасль.

Для цитирования: Шаркова А.В., Храпочкина В.М. Управление формированием прибыли в организациях газовой отрасли // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 114–121. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-114-121.

С развитием экономики понятие прибыли постоянно совершенствовалось. Изначально понять сущность и формирование прибыли пытались Аристотель и Платон. Они тесно связывали прибыль с целями и способами накопления денег в обществе. В дальнейшем Т. Манн, Д. Юм и другие экономисты источником формирования прибыли считали внешнеторговую деятельность, так как за рубежом товары продаются по более высоким ценам, чем внутри страны. Кенэ, Ривьер и Мерсье рассматривали источники формирования прибыли с опорой на производство, а не на торговлю. А.Д. Рикардо и А. Смит первые сформулировали «факторную модель формирования прибыли». Однако в современном понимании прибыль можно рассматривать как положительный финансовый результат деятельности организации, который формируется в результате превышения доходов над расходами.

Процесс управления прибылью организации в современных рыночных условиях – одна из главных задач менеджера. Этот процесс должен осуществляться в соответствии с предъявляемыми экономикой требованиями, а также в опре-

деленной последовательности, обеспечить реализацию стратегической цели компании и основных задач этого управления. Основной целью управления прибылью организации является оптимизация ее формирования, распределения и дальнейшего использования. На сегодняшний день процесс управления прибылью предприятия включает в себя четыре общепринятых принципа:

1. Взаимодействие с общей системой управления организацией (процесс управления прибылью связан со всем финансовым менеджментом на предприятии).

2. Ориентирование на стратегические цели развития компании (управление формированием прибыли осуществляется таким образом, чтобы при противоречии какого-либо проекта, позволяющего получить прибыль, и стратегических целей организации проект должен быть отклонен вне зависимости от уровня предполагаемой при его реализации прибыли).

3. Многообразие подходов к разработке управленческих решений (принятие управленческих решений, связанных с прибылью, таким образом, чтобы они учитывали все альтернативные варианты развития событий).

4. Комплексный характер при формировании управленческих решений (взаимосвязь между управленческими решениями и конечной целью управления прибылью) [1].

Из общепринятого процесса управления прибылью разные авторы выделяют различные определения понятия «управление прибылью организации». По мнению Ю.С. Нехаичук и Е.А. Мухиной, управление прибылью – это определенный процесс подготовки и принятия управленческих решений по поводу формирования, распределения и целевого использования прибыли [2]. А.А. Ильин считает, что управление прибылью компании можно рассматривать как целенаправленное влияние субъекта на объект для достижения конкретных финансовых результатов [3].

Одним из элементов управления прибылью, как уже было сказано, является ее формирование. Формирование прибыли в организации – это первоначальный и основной этап в общем процессе управления прибылью, который определяет дальнейшие действия менеджера в отношении ее распределения и использования.

На первом этапе процесса управления формированием прибыли менеджер должен провести анализ структуры и динамики получаемых доходов и осуществляемых расходов внутри компании (анализ осуществляется на основании Отчета о финансовых результатах). На втором этапе финансовый менеджер должен произвести сравнительный анализ компании с ее конкурентами и обосновать свой выбор.

В качестве исследования управления формированием прибыли для сравнения были выбраны две компании – ООО «Газпром межрегионгаз Тула» и ООО «Газпром межрегионгаз Белгород». Данный выбор компаний был обусловлен проведенным сравнительным анализом по различным показателям (табл. 1). Компании являются схожими по многим характеристикам, однако действуют в различных регионах и имеют разные рынки, что и позволяет их считать конкурентами.

Таблица 1

**Сравнительный анализ ООО «Газпром межрегионгаз Тула»
и ООО «Газпром межрегионгаз Белгород» (2018 г.)***

Показатель	ООО «Газпром межрегионгаз Тула»	ООО «Газпром межрегионгаз Белгород»	Характеристика показателей
Год создания	1999 [5]	1999 [6]	Сравниваемые организации были созданы в одном году, а значит, имеют один вектор развития
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью [5]	Общество с ограниченной ответственностью [6]	ОПФ влияет на распределение и использование прибыли в компании, в данном случае ОПФ схожи
Численность населения, чел. [4]	1 491 900	1 547 418	Численность населения влияет на объем потребления газа, а соответственно, напрямую влияет на выручку компании. В обеих областях численность приблизительно равна, однако в Белгородской области она больше и выручка у данной компании выше
Число предприятий, ед. [4]	35 357	35 281	Число предприятий показывает количество потенциальных потребителей газа и также напрямую влияет на показатель выручки
Среднегодовая температура, °С	+9,3	+11,8	Среднегодовая температура влияет на объем потребления газа, в регионах с более высокой температурой, как правило, более низкое потребление
Отрасль	Газовая	Газовая	Организации ведут свою деятельность в одной отрасли
Тарифы розничных цен на природный газ, реализуемый населению (за 1000 м ³ с НДС), руб.	5 707,14 [5]	5 850 [6]	Тарифы цен влияют на объем потребляемого газа как населением, так и предприятиями, и оказывают прямое влияние на выручку. В Белгородской области тарифы выше, что может быть связано с более низким потреблением в связи с более высокой среднегодовой температурой; соответственно, выручка у данной организации выше
Тарифы оптовых цен на природный газ, кроме населения (за 1000 м ³ с НДС), руб.	4 537 [5]	5 612,53 [6]	

* Составлено авторами.

Далее отдельные виды прибылей компании были проанализированы с помощью одного из методов управления прибылью – горизонтального (трендового) анализа. В процессе этого анализа были рассчитаны темпы роста и прироста отдельных видов прибыли за период 2016–2018 гг. и выявлены основные показатели, влияющие на прибыль (табл. 2); также были определены общие тенденции ее тренда.

Таблица 2

Темпы роста и прироста отдельных видов прибыли ООО «Газпром межрегионгаз Тула» и ООО «Газпром межрегионгаз Белгород» [7, 8]*

Показатель	Значение показателя, тыс. руб.			Темп роста к предыдущему году, %		Темп прироста к предыдущему году, %	
	2018	2017	2016	2018	2017	2018	2017
ООО «Газпром межрегионгаз Тула»							
Валовая прибыль	2 870 812	3 357 221	3 494 978	85,5%	96,1%	–14,5%	–3,9%
Прибыль от продаж	87 965	145 691	188 632	60,4%	77,2%	–39,6%	–22,8%
Прибыль до налогообложения	54 571	–881 411	23 028	–6,2%	–3827,6%	–106,2%	–3927,6%
Чистая прибыль	7 358	–903 480	1 048	–0,8%	–86 209,9%	–100,8%	–86 309,9%
ООО «Газпром межрегионгаз Белгород»							
Валовая прибыль	3 964 912	4 802 532	5 440 215	82,6%	88,3%	–17,4%	–11,7%
Прибыль от продаж	–29 482	38 514	88 470	–76,5%	43,5%	–176,5%	–56,5%
Прибыль до налогообложения	19 933	41 625	120 757	47,9%	34,5%	–52,1%	–65,5%
Чистая прибыль	5 315	31 613	92 556	16,8%	34,2%	–83,2%	–65,8%

* Составлено авторами по данным Отчета о финансовых результатах.

Для того чтобы понять, как и за счет каких факторов динамика прибыли показывала себя таким образом, были изучены выручка и состав расходов обеих организаций, проведен анализ динамики этих показателей (рис. 1). Данный анализ позволил выявить, за счет каких показателей деятельности сформирована прибыль до налогообложения.

Выручка и затраты являются одними из главнейших показателей, влияющих на формирование прибыли. Они важны как для компании, так и для государства. Обеспечение превышения темпа роста выручки над темпом роста расходов позволит увеличить налогооблагаемую прибыль, в связи с чем увеличатся перечисления в бюджеты разных уровней и чистая прибыль компании, которая является одним из источников расширенного воспроизводства. Из табл. 2 видно, что в компании ООО «Газпром межрегионгаз Тула» темп роста выручки в 2017 г. ниже

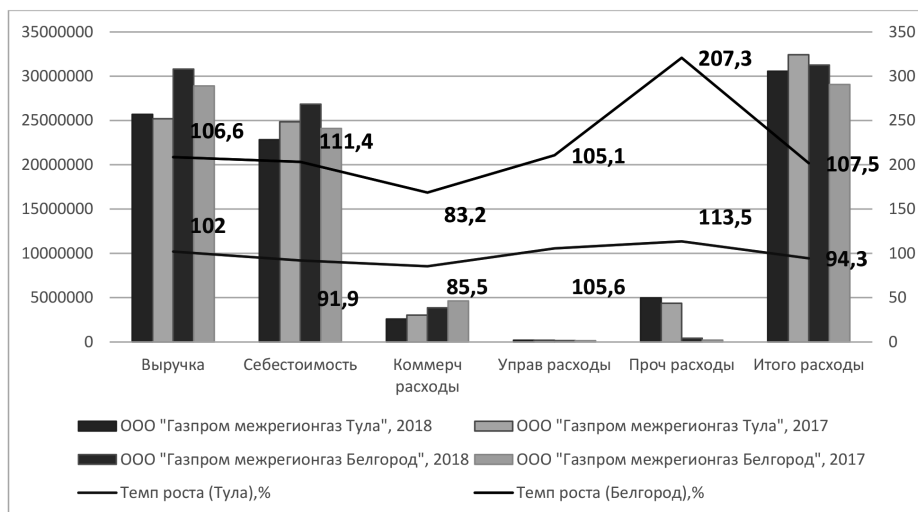


Рис. 1. Темпы роста отдельных видов прибыли ООО «Газпром межрегионгаз Тула» и ООО «Газпром межрегионгаз Белгород» [7, 8]

* Составлено авторами по данным Отчета о финансовых результатах.

темпа роста затрат, однако в 2018 г. положение улучшается и выручка опережает затраты, что характеризует положительную тенденцию. Если анализировать ООО «Газпром межрегионгаз Белгород», то и в 2017, и в 2018 г. темп роста затрат был выше темпа роста выручки и имел тенденцию к повышению, что в дальнейшем может негативно сказаться на финансовом положении предприятия.

При рассмотрении валовой прибыли важен такой показатель, как наценка на себестоимость, так как он отражает прибыльность продаж. Указанный показатель определяется путем деления валовой прибыли на себестоимость и отражает размер валовой прибыли компании, полученной с единицы себестоимости.

Наценка ООО «Газпром межрегионгаз Тула»:

- 2017 г.: $3\,357\,221 / 24\,843\,370 = 0,135$ (13,5%);
- 2018 г.: $2\,870\,812 / 22\,825\,552 = 0,126$ (12,6%).

Наценка ООО «Газпром межрегионгаз Белгород»:

- 2017 г.: $4\,802\,532 / 24\,096\,687 = 0,199$ (19,9%);
- 2018 г.: $3\,964\,912 / 26\,842\,302 = 0,147$ (14,7%).

Таким образом, прибыльность продаж выше у компании ООО «Газпром межрегионгаз Белгород», что говорит о более эффективном вкладывании средств в данной организации.

На величину прибыли от продаж в ООО «Газпром межрегионгаз Тула» и ООО «Газпром межрегионгаз Белгород» в 2018 г. повлияло увеличение управленческих расходов на 5,6 и 5,1% соответственно. Уменьшение показателя прибыли от продаж повлекло за собой уменьшение прибыли до налогообложения

в обеих компаниях; помимо этого, ускоренное падение было вызвано резким увеличением прочих расходов – на 13,5% в ООО «Газпром межрегионгаз Тула» и 107,3% в ООО «Газпром межрегионгаз Белгород». В связи с уменьшением всех перечисленных видов прибыли чистая прибыль значительно упала.

У рассматриваемых объектов могла бы быть другая динамика чистой прибыли, если бы не увеличение прочих расходов. На наш взгляд, это свидетельствует о неэффективности системы управления в целом в обеих организациях. Для улучшения финансового состояния и прибыльности компании следует тщательно пересмотреть и усовершенствовать систему управления формированием и распределением прибыли в рассматриваемых организациях. Для этого в первую очередь необходимо произвести пересмотр и оптимизацию затрат: должны быть уменьшены прочие расходы предприятия, которые ежегодно возрастают. Также целесообразно проанализировать и пересмотреть организационную структуру предприятия для устранения лишних уровней управления и сокращения управленческих расходов, которые в динамике показывают рост. Помимо этого, компаниям следует продать или сдать в аренду малоиспользуемые имущество, землю и оборудование. Данные мероприятия приведут к грамотному формированию, распределению и использованию прибыли и, как результат, к повышению финансового состояния обеих компаний.

Источники

1. Блажевич О.Г., Сафонова Н.С. Управление прибылью предприятия // Научный вестник. 2017. № 4. С. 14–22.
2. Нехайчук Ю.С., Мухина Е.А. Управление прибылью предприятия в современных условиях развития экономики // Инновационная наука. 2016. № 10-1. С. 85–91.
3. Ильин А.А. Методы управления прибылью предприятия // Меридиан. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30622090> (дата обращения: 13.02.2020).
4. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru> (дата обращения: 13.02.2020).
5. ООО «Газпром межрегионгаз Тула». URL: <http://www.mrgtula.ru> (дата обращения: 13.02.2020).
6. ООО «Газпром межрегионгаз Белгород». URL: <https://www.belregiongaz.ru> (дата обращения: 13.02.2020).
7. ООО «ГАЗПРОМ МЕЖРЕГИОНГАЗ ТУЛА»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7107049989_ooo-gazprom-mezhregiongaz-tula (дата обращения: 13.02.2020).
8. ООО «ГАЗПРОМ МЕЖРЕГИОНГАЗ БЕЛГОРОД»: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/3123050159_ooo-gazprom-mezhregiongaz-belgorod (дата обращения: 13.02.2020).
9. Кунанбаева К.Б. Методика формализации статуса градообразующих организаций // Экономические системы. 2017. Т. 10. № 1 (36). С. 55–61.
10. Развитие предпринимательства: концепции, цифровые технологии, эффективная система: Монография / Под общ. ред. М.А. Эскиндарова. М.: ИТК «Дашков и К^о», 2019.
11. Kunanbayeva K., Gorovoy A., Butyrin A. Ecological-and-economical aspects of assessment of management of the city-forming organizations in the construction industry. URL: <https://doi.org/10.1051/mateconf/201819305048>

12. Лебедева Н.Е. Конгломератные поглощения как источник финансирования приоритетного направления деятельности компаний // РИСК: Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. 2011. № 1. С. 628–632.

13. Крейденко Т.Ф., Миронова М.Н., Умерова И.А. Тенденции развития внешней торговли РФ за последнее десятилетие: отраслевой и региональный аспекты // Вестник Омского университета. Серия: Экономика, 2011. № 4. С. 43–52.

MANAGEMENT OF FORMATION OF PROFIT IN THE GAS INDUSTRY

Sharkova A.V., Khrapochkina V.M.

SHARKOVA Antonina Vasilievna – Dr. of economics, professor, head of the Department Faculty of Economics of the organization Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: ASarkova@fa.ru

KHRAPOCHKINA Viktoriia Mihajlovna – student of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: khrapochkina@yandex.ru

Abstract. This article defines the concepts of “organization profit” and “organization profit management”, which are one of the most important economic categories. In the modern market economy, profit plays a dominant role in the management mechanism of organizations, is a stimulating indicator that requires a reasonable approach to the policy of its formation and distribution by maximizing revenues and minimizing costs. Profit is the main source of financing the company’s activities, meeting the financial interests of the owners, as well as the state and employees. In this regard, it is important for financial managers to correctly build the process of profit management, to be able to correctly allocate and correctly distribute the available resources in the company.

Keywords: profit, profit management, profit generation, financial Manager, profit distribution, gas industry.

For citation: Sharkova A.V., Khrapochkina V.M. Management of formation of profit in the gas industry. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 114–121. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-114-121.

References

1. Blazhevich O.G., Safonova N.S. Profit Management of the enterprise. *Scientific Bulletin*. 2017. No. 4. P. 14–22.
2. Nekhaychuk Yu.S., Mukhina E.A. Enterprise profit Management in modern conditions of economic development. *Innovative science*. 2016. No. 10-1. P. 85–91.
3. Ilyin A.A. Methods of enterprise profit management. *Meridian*. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30622090> (accessed: 13.02.2020).
4. Federal state statistics service. URL: <https://www.gks.ru> (accessed: 13.02.2020).
5. Gazprom Mezhhregiongaz Tula. URL: <http://www.mrgtula.ru> (accessed: 13.02.2020).
6. Gazprom Mezhhregiongaz Belgorod. URL: <https://www.belregiongaz.ru> (accessed: 13.02.2020).
7. Gazprom MEZHREGIONGAZ TULA LLC: accounting reporting and financial analysis. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7107049989_ooo-gazprom-mezhhregiongaz-tula (accessed: 13.02.2020).

8. Gazprom MEZHREGIONGAZ BELGOROD LLC: accounting reporting and financial analysis. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/3123050159_ooo-gazprom-mezhregiongaz-belgorod (accessed: 13.02.2020).
9. Kunanbayeva K.B. Method of formalization of the status of city-forming organizations. *Economic systems*. 2017. Vol. 10. No. 1 (36). P. 55–61.
10. Development of entrepreneurship: concepts, digital technologies, effective system: Monograph / Ed. by M.A. Eskindarov. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2019.
11. Kunanbayeva K., Gorovoy A., Butyrin A. Ecological-and-economic aspects of assessment of management of the city-forming organizations in the construction industry. URL: <https://doi.org/10.1051/mateconf/201819305048>
12. Lebedeva N.E. Conglomerate takeovers as a source of financing for companies' priority activities. *RISK: Resources, Information, Supply, Competition*. 2011. No. 1. P. 628–632.
13. Kreydenko T.F., Mironova M.N., Umerova I.A. Trends in the development of foreign trade of the Russian Federation over the last decade: sectoral and regional aspects. *Vestnik of Omsk University*. Series: Economics, 2011. No. 4. P. 43–52.

ПРОЦЕСС РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕПАТРИАЦИИ ДОХОДОВ РОССИЙСКИМИ НЕФТЕГАЗОВЫМИ КОМПАНИЯМИ

Шаркова А.В., Зеленин В.А.

ШАРКОВА Антонина Васильевна – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика организации» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Москва, Российская Федерация. E-mail: ASarkova@fa.ru

ЗЕЛЕНИН Владислав Алексеевич – студент 4-го курса факультета экономики и финансов топливно-энергетического комплекса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: Vladzelenin@mail.ru

Аннотация. В данной статье рассмотрены такие инструменты правового регулирования, как соглашение об избежании двойного налогообложения (СОИДН), концепция фактического права на доход (ФПД), которые применяются в процессе репатриации доходов российскими компаниями. Актуальность исследования выражается в том, что в связи с ужесточением налогового законодательства и ухудшением внешнеэкономической конъюнктуры российским нефтегазовым компаниям необходимо искать пути снижения налогового бремени. Цель исследования – рассмотрение возможности применения вышеперечисленных инструментов на примере реального проекта «Дунга СРП (Dunga PSA)». Задача исследования – анализ способов правового регулирования репатриации доходов и способов их применения на практике.

Ключевые слова: топливно-энергетический комплекс, репатриация прибыли, СОИДН, концепция фактического права на доход, Дунга.

Для цитирования: Шаркова А.В., Зеленин В.А. Процесс регулирования репатриации доходов российскими нефтегазовыми компаниями // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 122–126. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-122-126.

В современных экономических условиях диверсификация активов для российских нефтегазовых компаний – достаточно острый вопрос, а получение прибыли от участия в этих проектах и ее налогообложение может являться предметом судебных прений. Поэтому в целях снижения налоговой нагрузки были разработаны такие меры международного правового регулирования, как соглашения об избежании двойного налогообложения и концепции фактического права на доход.

Налоги – основной вид доходов государства, а налог на прибыль – один из самых значимых из них. Данный налог является достаточно «неприятной» статьей в отчетности компаний, так как он значительно уменьшает финансовый результат их деятельности. По предварительным данным Министерства финансов РФ, в 2019 г. налог на прибыль составил 1185 млрд руб., или 5,87% от общего объема налоговых поступлений [1].

Основным бюджетообразующим звеном в Российской Федерации является топливно-энергетический комплекс. На долю нефтегазовых доходов в 2019 г. пришлось 39,25%, что в абсолютном выражении составило 7924,3 млрд руб. [1]. Многие компании – представители этой отрасли на данном этапе находятся на стадии экспансии. Это проявляется в открытии новых нефтеперерабатывающих заводов, поглощении фирм-конкурентов. Однако одним из самых популярных вариантов диверсификации активов является вхождение в международные проекты. Данный вариант позволяет российским компаниям распространить свое влияние не только на внутреннем рынке, но и привлечь иностранных инвесторов.

Среди многих способов вхождения в такие проекты стоит выделить Соглашение о разделе продукции (СРП). Главным преимуществом СРП является то, что инвестор, который заключил с государством подобное соглашение, получает льготный режим налогообложения: с него взимаются только корпоративный налог на прибыль и платежи за пользование недрами (например, роялти) [2]. Среди других плюсов выделяются: эффективная разработка месторождений полезных ископаемых на протяжении всего периода действия соглашения; для государства – прибыльная доля нефти, что выражается в получении государством части продукции, добываемой в ходе реализации проекта; активное участие в проекте в случае, когда одним из операторов является государственная компания [3].

В России существуют три подобных проекта: «Сахалин-1», «Сахалин-2» и Харьгаенское СРП. Однако несовершенство законодательной базы и всего механизма регулирования данных проектов делает их непривлекательными для большинства иностранных инвесторов.

Поэтому на данном этапе стали популярны международные СРП. Для российских компаний вхождение в подобные проекты может принести ряд плюсов: получение опыта от иностранных партнеров проекта, использование уже готовой инфраструктуры в случае выкупа доли участника в уже действующем проекте. Однако подобные проекты могут принести и ряд налоговых рисков, которые впоследствии сведут к нулю весь полученный положительный эффект.

Одним из способов снижения негативных последствий реализации налоговых рисков, выражающихся в основном в снижении корпоративного подоходного налога с помощью получения определенных льгот, является соглашение об избежании двойного налогообложения (СОИДН). Это двусторонний договор между государством – получателем налога и другим государством, заключаемый в целях развития экономического сотрудничества между этими двумя странами и позволяющий компаниям-резидентам данных государств платить налоги по льготным ставкам. С точки зрения государства данное соглашение является убыточным, так как оно недополучает часть прибыли в связи со сниженными ставками налога на прибыль. Например, по СОИДН между Россией и Казахстаном налог на дивиденды, получаемые по проекту из Казахстана, составляет 10% [4], в то время как общепринятый налог на дивиденды – 15%. И, соответственно, данный налог уплачивается в Казахстане, а чистая прибыль, репатриированная в Россию, уже не облагается налогом.

В условиях, когда российская компания покупает долю в СРП у другого иностранного юридического лица, действующего в третьей юрисдикции (вне юрисдикции нахождения проекта), ей будет необходимо доказать фактическое право на доход (ФПД), т. е. возможность без ограничений пользоваться полным объемом полученного дохода [5]. Иными словами, ФПД означает, что льготы по СОИДН есть только у тех компаний, которые являются налоговыми резидентами стран – участниц договора, конечными получателями дохода. Промежуточное звено в виде третьего юридического лица исключается из процесса налогообложения. В случае если компания не может подтвердить фактическое право на доход, она будет вынуждена платить налоги по общепринятым ставкам, установленным в законодательствах стран выгодоприобретателей.

Реальным примером применения данной схемы налогообложения является проект «Дунга» в Республике Казахстан. Данный проект реализуется в рамках СРП с 1 мая 1994 г. Изначальными участниками данного проекта являлись государственная нефтяная компания Султаната Оман *Oman Oil* и Правительство Республики Казахстан. На данном этапе оператором проекта является компания *Total E&P Dunga GmbH*, расположенная в Гамбурге (Германия), – дочерняя фирма французской *Total S.E.*, которая владеет 60% долей в проекте. Другими участниками являются: *Oman Oil* – 20% и Правительство Казахстана – 20% [6]. Прибыльная доля нефти государства в данном проекте составляла 40%. Однако 4 июля 2019 г. было подписано соглашение о продлении данного проекта до 2039 г., одним из условий которого является увеличение прибыльной доли государства до 60% под конец реализации проекта [7].

По условиям данного соглашения корпоративный налог на прибыль составляет 30%. Данная ставка была установлена в 1994 г. По современному Налоговому кодексу Казахстана ставка налога на прибыль составляет 20% [8]. Налог на репатрированную прибыль по СОИДН между Германией и Казахстаном по данному проекту составляет 5% вместо 15%, так как оператор владеет более 25%-ной долей проекта.

Российская компания «XXX» планирует войти в данный проект посредством покупки компании *Total E&P Dunga GmbH*. В данном случае у компании возникает риск двойного налогообложения. Доход, репатрированный из Казахстана в Германию, будет облагаться корпоративным налогом на прибыль и после распределения по долям дополнительно облагаться налогом на дивиденды в соответствии с установленными ставками. Затем полученные очищенные доходы будут репатрироваться из Германии в Россию, налог на дивиденды в данном случае будет составлять 5% [9]. Но так как в Российской Федерации действует концепция ФПД, то процесс репатриации прибыли будет проходить не по схеме Казахстан – Германия – Россия, а по схеме Казахстан – Россия с итоговой ставкой налога на дивиденды 10%. Итоговая прибыль компании по данному проекту после вычета всех налоговых обязательств и с учетом доли прибыльной продукции будет составлять примерно 4% от полученного дохода по состоянию на 2020 г.

Данный проект является предметом для обсуждения между компанией «XXX» и Правительством Республики Казахстан, так как существует возможность снижения ставки корпоративного налога на прибыль с 30 до 20%. Но при этом возрастает риск возможного применения остальных налогов и страховых платежей, от которых на данный момент освобожден оператор в соответствии с договором от 1994 г.

Применение различных инструментов правового регулирования репатриации прибыли, таких как СОИДН, ФПД, значительно уменьшает налоговую нагрузку на российские компании, которые участвуют в международных проектах в целях расширения сфер своего влияния и диверсификации активов. В свою очередь, это может дополнительно простимулировать экономическую активность указанных компаний на общемировой арене, что принесет больше налоговых доходов в бюджет. Примером возможного успешного применения данных инструментов является проект «Дунга СРП», который может стать прибыльным активом для российской нефтегазовой компании в краткосрочном периоде.

Источники

1. Краткая информация об исполнении федерального бюджета. URL: https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/execute/?id_65=80041-yezhegodnaya_informatsiya_ob_ispolnenii_federalnogo_byudzheta_dannye_s_1_yanvary_2006_g (дата обращения: 15.02.2020).
2. Соглашение о разделе продукции и пути повышения эффективности реализации проектов на его основе. URL: <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn04/05.shtml> (дата обращения: 15.02.2020).
3. СРП и их применение в международной практике. URL: <http://www.konoplyanik.ru/ru/publications/b39/b39-2.htm> (дата обращения: 15.02.2020).
4. Kazakhstan Corporate – Withholding taxes. URL: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Kazakhstan-Corporate-Withholding-taxes> (дата обращения: 15.02.2020).
5. Фактическое право на доход и применение соглашений об избежании двойного налогообложения. URL: <https://int.gestion.ru/manual/fakticheskoe-pravo-na-dohod> (дата обращения: 15.02.2020).
6. Месторождение «Дунга». URL: http://psa.kz/proekty/?ELEMENT_ID=57 (дата обращения: 15.02.2020).
7. Total нарастит добычу на месторождении Дунга в Казахстане. URL: <https://www.argusmedia.com/en/news/1934072-total-%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%8B%D1%87%D1%83-%D0%BD%D0%B0-%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8-%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B3%D0%B0-%D0%B2-%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%85%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B5> (дата обращения: 15.02.2020).
8. Kazakhstan Corporate – Taxes on corporate income. URL: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Kazakhstan-Corporate-Taxes-on-corporate-income> (дата обращения: 15.02.2020).
9. Russian Federation Corporate – Withholding taxes. URL: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Russian-Federation-Corporate-Withholding-taxes> (дата обращения: 15.02.2020).

THE PROCESS OF REGULATING THE REPATRIATION OF INCOME BY RUSSIAN OIL AND GAS COMPANIES

Sharkova A.V., Zelenin V.A.

SHARKOVA Antonina Vasilievna – Dr. of economics, professor, head of the Department Faculty of Economics of the organization, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: ASarkova@fa.ru

ZELENIN Vladislav Alekseevich – 4th year student of faculty of economics and finance of the fuel and energy complex, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: Vladzelenin@mail.ru

Abstract. This article discusses such legal regulation tools as: double taxation avoidance agreement (DTA), the concept of the actual right to income (ARI), which are used in the process of profit repatriation by Russian companies. The relevance of the study is expressed in the fact that in connection with the tightening of tax legislation and the deterioration of the external economic situation, Russian oil and gas companies need to look for ways to reduce the tax burden. The aim of the study is to consider the possibility of using the above tools on the example of a real project “Dunga PSA”. The objective of the study is to analyze the methods of legal regulation of the repatriation of income and methods of their application in practice.

Keywords: fuel and energy complex, profit repatriation, DTA, concept of actual right to income, Dunga.

For citation: Sharkova A.V., Zelenin V.A. The process of regulating the repatriation of income by Russian oil and gas companies. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 122–126. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-122-126.

References

1. Brief information on the implementation of the federal budget. URL: https://www.minfin.ru/en/statistics/fedbud/execute/?id_65=80041-yezhegodnaya_informatsiya_ob_ispolnenii_federalnogo_byudzheta_dannye_s_1_yanvarya_2006_g (accessed: 15.02.2020).
2. Production sharing agreement and ways to improve the efficiency of projects based on it. URL: <https://www.cfin.ru/bandurin/article/sbrn04/05.shtml> (accessed: 15.02.2020).
3. PSA and their application in international practice. URL: <http://www.konoplyanik.ru/ru/publications/b39/b39-2.htm> (accessed: 15.02.2020).
4. Kazakhstan Corporate – Withholding. URL: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Kazakhstan-Corporate-Withholding-taxes> (accessed: 15.02.2020).
5. Actual right to income and application of double taxation avoidance agreements. URL: <https://int.gestion.ru/manual/fakticheskoe-pravo-na-dohod> (accessed: 15.02.2020).
6. The Dunga oilfield. URL: http://psa.kz/proekty/?ELEMENT_ID=57 (accessed: 15.02.2020).
7. Total will increase production at the Dunga oilfield in Kazakhstan. URL: <https://www.argusmedia.com/en/news/1934072-total-%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%82-%D0%B4%D0%BE%D0%B1%D1%8B%D1%87%D1%83-%D0%BD%D0%B0-%D0%BC%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B8-%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B3%D0%B0-%D0%B2-%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%B0%D1%85%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B5> (accessed: 15.02.2020).
8. Kazakhstan Corporate – Taxes on corporate income. URL: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Kazakhstan-Corporate-Taxes-on-corporate-income> (accessed: 15.02.2020).
9. Russian Federation Corporate – Withholding taxes. URL: <http://taxsummaries.pwc.com/ID/Russian-Federation-Corporate-Withholding-taxes> (accessed: 15.02.2020).

ИНТЕГРАЦИЯ РОССИЙСКОЙ КЛАССИФИКАЦИИ ЗАПАСОВ И РЕСУРСОВ НЕФТИ И ГОРЮЧИХ ГАЗОВ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ: ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ

Лебедева Н.Е., Демидова Е.В.

ЛЕБЕДЕВА Наталия Евгеньевна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра «Экономика организации», Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия. E-mail: natalia@miravillegroup.com; NELebedeva@fa.ru

ДЕМИДОВА Елизавета Владимировна – студент 4-го курса факультета экономики и финансов топливно-энергетического комплекса, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия. E-mail: el.deminds@gmail.com

Аннотация. В данной статье рассмотрено соотношение между новой отечественной классификацией запасов и ресурсов углеводородного сырья (НКЗ) и международными стандартами и практиками, приведены основные условия и факторы, формирующие потребность российских нефтегазовых компаний в проведении аудита запасов по международным классификациям. Цель исследования – выявление необходимости в дальнейшей интеграции отечественной и международной методик количественной оценки и категоризации запасов. Задача исследования – выделение направлений модернизации отечественных подходов в целях повышения доверия международных финансовых институтов к российской классификации запасов.

Ключевые слова: классификация, запасы, ресурсы, нефть, газ, углеводородное сырье, НКЗ, PRMS, SEC.

Для цитирования: Лебедева Н.Е., Демидова Е.В. Интеграция российской классификации запасов и ресурсов нефти и горючих газов с международными стандартами: факторы и условия // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 127–134. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-127-134.

Крупнейшие нефтегазовые компании ежегодно проходят процедуру аудита запасов и ресурсов углеводородного сырья (УВС), результаты которой отражаются в финансовой отчетности корпораций. Процесс аудита запасов основывается на ряде классификаций. Так, запасы крупнейших российских нефтегазовых компаний оцениваются в основном по трем типам классификаций в зависимости от цели проводимой оценки. Для целей размещения акций отечественных нефтегазовых обществ на крупнейших зарубежных биржах подходит классификация запасов SEC, сформированная комиссией по ценным бумагам и биржам США. Для компаний, участвующих в международных проектах, оценка запасов по классификации PRMS (Система управления углеводородными ресурсами) гарантирует надежность и релевантность результатов проводимой экспертизы. В случае необходимости предоставления Обществу права пользования недрами в целях разведки и добычи могут быть применимы российская классификация и система проведения государственной экспертизы запасов. Ввиду от-

сутствия отражения экономической составляющей разработки месторождения в системе государственной экспертизы область ее применения зачастую сводится к внутреннему учету запасов и не принимается во внимание банковскими и биржевыми структурами для целей оценки стоимости нефтегазовых активов.

Аудит запасов крупнейших российских нефтегазовых компаний по международным стандартам осуществляется ежегодно иностранными аудиторами, которые в результате обладают более актуальной информацией касательно состояния ресурсной базы России. Неблагоприятная макроэкономическая обстановка ставит под вопрос уровень рисков передачи информации о финансовом и технологическом состоянии российских компаний. При этом для организаций ТЭК, ведущих международную деятельность, важным остается аспект повышения доверия ключевых финансовых институтов к результатам экспертизы запасов по системе отечественного аудита, что лишний раз подтверждает необходимость корректировки отечественной классификации и сближения стандартов с международными.

С точки зрения методологических особенностей в России представлен широкий спектр классификаций запасов и ресурсов, однако ни одна из них должным образом не учитывает экономическую эффективность добычи. В связи с этим на основе Приказа Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 01.11.2013 № 477 «Об утверждении Классификации запасов и ресурсов нефти и горючих газов» [1] была разработана и в 2016 г. принята новая российская классификация запасов. Это уже одиннадцатая отечественная классификация запасов и ресурсов УВС. Основная цель новой классификации – обеспечение перехода от административного регулирования недропользования к механизму и стандартам, отражающим геолого-экономическую и технико-экономическую оценку возможности разработки запасов углеводородного сырья [2].

Отличие новой отечественной классификации от старой состоит в том, что в ней заложена экономическая оценка перспектив освоения запасов УВС, реализуемая с вариативной степенью детализации в зависимости от стадии разработанности месторождения [5], в то время как в старой классификации отражается только степень геологической изученности и освоения.

Ключевым вопросом остается степень преодоления основных разногласий между российской и международными классификациями. Для этого необходимо провести сравнительный анализ новой российской классификации запасов и ресурсов, ее предыдущей версии и основных международных аналогов. Так, первоначально может быть рассмотрено соотношение двух основных международных классификаций категорий запасов, представленное в табл. 1.

Как видно из табл. 1, классификация PRMS отличается от SEC количеством недоказанных запасов, к которым относятся неразбуренные (вероятные и возможные) запасы. Запасы по 3P отражают наиболее полную структурированную картину активов нефтегазового предприятия, которые должны быть проиллюстрированы в отчетности. Так, классификация PRMS подтверждает конкурентоспособность

компаниям на международном рынке, в то время как классификация SEC утверждает соответствующую позицию нефтегазовых компаний на мировых биржах.

Таблица 1

**Сравнительная характеристика запасов
по классификациям SEC и PRMS**

PRMS				
SEC				
Доказанные запасы (<i>proved reserves</i>)			Недоказанные запасы (<i>unproved reserves</i>)	
Разбуренные (<i>developed</i>)		Неразбуренные (<i>undeveloped</i>)	Неразбуренные (<i>undeveloped</i>)	
Разрабатываемые (<i>producing</i>)	Неразрабатываемые (<i>nonproducing</i>)	Неразбуренные (<i>undeveloped</i>)	Вероятные (<i>probable – prob.</i>)	Возможные (<i>possible – poss.</i>)
=	=	=		
PDP	PDNP	PUD		
=				
1P (<i>proved</i> – доказанные)				
2P (<i>proved probable</i> – доказанные вероятные)				
3P (<i>proved probable possible</i> – доказанные вероятные возможные)				

Источник: составлено автором на основе [7].

Международные стандарты PRMS характеризуют не только вероятность наличия нефти и газа в конкретной залежи, но и целесообразность (с экономической точки зрения) процесса извлечения углеводородов, включая в том числе затраты на геологоразведочные и буровые работы, постоянные расходы по эксплуатации, логистические затраты, налоговую нагрузку, а также другие факторы, влияющие на конкурентоспособность отдельной формации.

Схематическая визуализация международной классификации демонстрирует разницу между неопределенностью и рисками. Риски формируются в связи с отсрочкой начала рентабельной добычи, а неопределенность, в свою очередь, обуславливается неточным характером количества углеводородного сырья в недрах, которое возможно добыть при условии рентабельной добычи [4]. Классификация PRMS базируется на экономическом характере целесообразности добычи. Запасы делятся на категории с учетом рисков определения границы начала рентабельной добычи. Категории основываются на технической неопределенности проекта, и, в свою очередь, подразделяются на классы, демонстрирующие диапазон неопределенности оценки и рисков реализации.

Вопросы рентабельности затрагиваются и в новой версии Правил подготовки технических проектов разработки. Рентабельный срок разработки определяется в правилах как часть проектного срока (начиная с первого проектного года)

разработки, в течение которого достигается положительное значение чистого дисконтированного дохода [8]. Изъятие поправки о максимальном положительном значении предполагает, что в рентабельный срок попадают запасы нефти, от добычи которых недропользователь несет убытки, и с 2020 г. не произойдет сближения оценок рентабельных запасов в отечественных правилах с аудитом запасов в международной оценке PRMS, что противоречит основной задаче новой классификации запасов. Для более подробного рассмотрения результатов и последствий вводимых изменений следует представить варианты отечественной классификации в табл. 2.

Таблица 2

**Сравнительная характеристика запасов
по российским классификациям, 2001, 2016 г.**

Классификация запасов 2001 г.	Классификация запасов 2016 г.	
Залежи	Залежи разрабатываемых месторождений	Залежи разведываемых месторождений
Разбуренные по эксплуатационной сетке скважин. Разрабатываемые А	Разбуренные. Разрабатываемые А	–
Разбуренные. Разрабатываемые по технологической схеме В		
Разведанные С1	Неразбуренные разведанные В1	Разведанные С1
Предварительно оцененные С2	Неразбуренные оцененные В2	Оцененные С2
Ресурсы	Ресурсы	
Подготовленные С3	Подготовленные D0	
Прогнозные D1А	Локализованные Dл	
Прогнозные D1	Перспективные D1	
Прогнозные D2	Прогнозируемые D2	

Источник: составлено автором на основе [5].

В национальной классификации запасов выделяются отдельные категории: ресурсы, характеризующиеся потенциальным наличием в недрах, и непосредственно запасы, наличие которых подтверждено и выступает основанием для разведки. Категории ресурсов D постепенно переходят к категориям залежей А по мере изученности. В ходе геологоразведочных работ ресурсы становятся запасами, и категория их повышается.

Обновленная отечественная классификация запасов представляет собой преемницу предыдущих версий в отношении взаимосвязи запасов нефти со стадиями геологоразведочных работ. Ключевой отличительной особенностью новой НКЗ

является взаимосвязь категорий запасов нефти с промышленным освоением залежей и месторождений. Таким образом, в случае нахождения месторождения на этапе разведки соответствующие запасы относятся к категориям C1 и C2. Но при создании проектного документа на разработку по этому же месторождению геологические запасы, как и извлекаемые, переводятся из категорий C1 и C2 в категории B1 и B2. Запасы категории B (в предыдущей классификации – разрабатываемые по технологической схеме) по новой методике формируют категорию A (см. табл. 2). Следовательно, введение новой классификации запасов в 2016 г. практически не вносит изменений в запасы, числящиеся на балансе российских компаний в форме 6-ГР. В практическом отношении изменение классификации приводит лишь к формальной смене категорий запасов, при том что первоначальная необходимость модернизации позиционировалась с точки зрения смены подхода к оценке подсчета запасов. Тем не менее как и в прежних классификациях подход к оценке запасов остался в виде объемного метода [3].

Ряд аналитиков отмечает, что подсчет запасов объемным методом в рыночных реалиях постепенно утрачивает свою актуальность. В условиях, когда большинство месторождений относится к поздней стадии разработки, нефтегазовые корпорации нуждаются в точной оценке ресурсного потенциала имеющихся активов. Модели с точными геологическими запасами облегчают процесс адаптации гидродинамических моделей на их основе. Более того, анализ структуры и размещения остаточных запасов нефти формируют целый ряд преимуществ в корректировке функционирования и бурения добывающих скважин.

Различие в оценке иностранных аудиторов, использующих международную классификацию SPE, по отношению к аудиторам, оперирующим отечественной классификацией, доходит до 30% [3]. Так, запасы по российской классификации, как правило, характеризуются большими номинальными объемами. Разница учета и оценки запасов углеводородов по различным классификациям проявляется в периодическом изменении и увеличении количества параметров выделения отечественных категорий запасов и ресурсов, а также в вариативности значения коэффициента, обуславливающего объемы извлечения сырья.

Еще с советских времен отечественные классификации не покрывают экономический аспект выявляемых запасов углеводородов [6]. В нефтедобывающих странах, где топливно-энергетический комплекс вносит значительный вклад в бюджет и ВВП, зачастую для целей точного отражения активов компаний в отчетности и репрезентации их конкурентоспособности на рынке используется классификация SPE. Ключевым отличием отечественной классификации запасов по отношению к международному варианту выступает система подсчета. В рамках российской классификации используется детерминированный метод подсчета, базирующийся на имеющихся геологических, инженерных и экономических данных. В основе классификации SPE лежит вероятностный метод, при котором анализ аналогичных располагаемых данных подсчитывается с учетом заданной дисперсии и кривых распределения.

В сопоставлении российских и зарубежных классификаций запасов выделяется тот факт, что понятие ресурсов на неоткрытых или предполагаемых залежах трактуется по-разному. В классификации США фокус приходится на извлекаемые ресурсы, в то время как в российской классификации основную роль играют геологические ресурсы, а уже внутри них – извлекаемые. Тем не менее в НКЗ от 2016 г. используется понятие «коэффициент извлечение нефти», т. е. при разработке месторождения идет учет извлекаемых запасов.

Таким образом, в новой российской классификации запасов углеводородного сырья так и не произошло требуемой рыночными условиями интеграции с международными аналогами. Основные изменения затронули смену категорий запасов при сохранении прежнего подхода к их подсчету в виде объемного метода. В качестве резюмирующего вывода следует отметить, что ключевая задача сближения российской классификации запасов с международными стандартами состоит не в формальной смене категорий, а в переходе к новой трактовке отношения к запасам как к величине, отражающей реальное национальное богатство. Тем не менее процесс адаптации введенной в 2016 г. российской классификации запасов, внесение корректирующих изменений требуют времени и оптимального взаимодействия государственных органов и недропользователей по направлению комплексного включения экономической составляющей разработки месторождения в систему отечественной категоризации и оценки запасов углеводородного сырья.

Источники

1. Об утверждении Классификации запасов и ресурсов нефти и горючих газов: Приказ МПР от 01.11.2013 № 477. URL: <http://base.garant.ru/70565054> (дата обращения: 14.02.2020).
2. Разъяснения ФБУ ГКЗ от 14.04.2016 № 01-15/35. URL: <http://www.gkz-rf.ru/sites/default/files/docs/razyasneniya.pdf> (дата обращения: 14.02.2020).
3. Сафаров А. Ф. К вопросам интеграции с международными стандартами новой классификации запасов нефти в России, вступающей в силу с 01.01.2016. URL: <http://www.tatnpi.ru/upload/sms/2015/geol/018.pdf> (дата обращения: 14.02.2020).
4. Вероятностно-статистическая оценка запасов и ресурсов по международной классификации SPE-PRMS / П.С. Хисамов [и др.]. URL: <https://cyberlemnka.m/artide/n/veroyatnostno-statisticheskaya-otsenka-zapasov-i-resursov-po-mezhdunarodnoy-klassifikatsii-sre-rms> (дата обращения: 14.02.2020).
5. Шпуров И.В. Новая классификация запасов полезных ископаемых // Всероссийский научно-исследовательский геологоразведочный институт им. А.П. Карпинского. URL: http://www.vsegei.ru/ru/conf/summary/gorgeol-17/prezent/26-09_7.pdf (дата обращения: 14.02.2020).
6. Инвентаризация запасов: необходимость системных изменений // VYGON Consulting. URL: https://vygon.consulting/upload/iblock/ba0/vygon_consulting_inventorisation.pdf (дата обращения: 14.02.2020).
7. Повышение точности оценки запасов углеводородов по поисковым и разведочным скважинам по классификации PRMS // ПРОнефть. 2019. № 4 (14). С. 26–31. URL: https://vygon.consulting/upload/iblock/ba0/vygon_consulting_inventorisation.pdf (дата обращения: 14.02.2020).
8. Материалы Итоговой конференции им. Е.Г. Коваленко. URL: <http://gkz-rf.ru/news/materialy-itogovoy-konferencii-im-egkovalenko> (дата обращения: 14.02.2020).
9. Кунанбаева К.Б. Методика формализации статуса градообразующих организаций // Экономические системы. 2017. Т. 10. № 1 (36). 2017. С. 55–61.

10. Крейденко Т.Ф., Миронова М.Н., Умерова И.А. Тенденции развития внешней торговли РФ за последнее десятилетие: отраслевой и региональный аспекты // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2011. № 4. С. 43–52.

11. Kunanbayeva K., Gorovoy A., Butyrin A. Ecological-and-economical aspects of assessment of management of the city-forming organizations in the construction industry. URL: <https://doi.org/10.1051/mateconf/201819305048>

INTEGRATION OF THE RUSSIAN OIL AND GAS RESERVES CLASSIFICATION WITH INTERNATIONAL STANDARDS: FACTORS AND CONDITIONS

Lebedeva N.E., Demidova E.V.

LEBEDEVA Natalia Evgen'evna – PhD (economics), assistant professor of the Department «Economics of Organization», Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: natalia@miravillegroup.com; NELebedeva@fa.ru.

DEMIDOVA Elizaveta Vladimirovna – 4th year student of Faculty of Economics and Finance of the fuel and energy complex of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: el.deminds@gmail.com

Abstract. This article discusses the connection of the new Russian classification of reserves and resources (NCR) with international standards and practices, provides the main conditions and factors that shape the need for Russian oil and gas companies to audit reserves according to international classifications. The aim of the study is to identify the need for further integration of domestic and international methods for quantifying and categorizing reserves. The objective of the study is to identify areas of modernization of domestic approaches in order to increase the credibility of the Russian classification for the international financial institutions.

Keywords: classification, reserves, resources, oil, gas, hydrocarbons, NCR, PRMS, SEC.

For citation: Lebedeva N.E., Demidova E.V. Integration of the Russian oil and gas reserves classification with international standards: factors and conditions. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 127–134. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-127-134.

References

1. On approval of the Classification of reserves and resources of oil and combustible gases: Order of the MPR 01.11.2013 No. 477. URL: <http://base.garant.ru/70565054> (accessed: 14.02.2020).
2. Explanations of FBU GKZ from 14.04.2016 No. 01-15/35. URL: <http://www.gkz-rf.ru/sites/default/files/docs/razyasneniya.pdf> (accessed: 14.02.2020).
3. Safarov A.F. On issues of integration with international standards of the new classification of oil reserves in Russia, which comes into force from 01.01.2016. URL: <http://www.tatnpi.ru/upload/sms/2015/geol/018.pdf> (accessed: 14.02.2020).
4. Probabilistic-statistical evaluation of reserves and resources according to international standards SPE-PRMS / R.S. Khisamov [et al.]. URL: <https://cyberlemnka.m/artide/n/veroyatnostno->

statisticheskaya-otsenka-zapasov-i-resursov-po-mezhdunarodnoy-klassifikatsii-sre-rrms (accessed: 14.02.2020).

5. Shpurov I.V. A New classification of mineral reserves. All-Russian scientific research geological prospecting Institute name of A.P. Karpinski. URL: http://www.vsegei.ru/ru/conf/summary/gorgeol-17/prezent/26-09_7.pdf (accessed: 14.02.2020).

6. Inventory inventory: the need for system changes. *VYGON Consulting*. URL: https://vygon.consulting/upload/iblock/ba0/vygon_consulting_inventorisation.pdf (accessed: 14.02.2020).

7. Improving the accuracy of estimation of hydrocarbon reserves for exploration and exploration wells according to the PRMS classification. *Rosneft-2019*. No. 4 (14). P. 26–31. URL: https://vygon.consulting/upload/iblock/ba0/vygon_consulting_inventorisation.pdf (accessed: 14.02.2020).

8. Materials of the Final conference name of E.G. Kovalenko. URL: <http://gkz-rf.ru/news/materialy-itogovoy-konferencii-im-egkovalenko> (accessed: 14.02.2020).

9. Kunanbayeva K.B. Method of formalization of the status of city-forming organizations. *Economic systems*. 2017. Vol. 10. No.1 (36). 2017. P. 55–61.

10. Kreydenko T.F., Mironova M.N., Umerova I.A. Trends in the development of foreign trade of the Russian Federation over the last decade: sectoral and regional aspects. *Vestnik of Omsk University*. Series: Economics. 2011. No. 4. P. 43–52.

11. Kunanbayeva K., Gorovoy A., Butyrin A. Ecological-and-economic aspects of assessment of management of the city-forming organizations in the construction industry. URL: <https://doi.org/10.1051/mateconf/201819305048>

ВНЕДРЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА (ИСО 14001; ИСО 14005) НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТЭК, ОСНОВНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И СОПУТСТВУЮЩИЕ РИСКИ

Ременцов А.А.

РЕМЕНЦОВ Александр Андреевич – кандидат экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством, Ассоциация инновационных регионов России, руководитель проектов, Москва, Российская Федерация. E-mail: Arementsov@yandex.ru

Аннотация. В данной статье исследованы вопросы внедрения ISO (ИСО) 14001 (экологического стандарта менеджмента), предлагающего возможность организациям, имеющим компоненты продуктивной системы природоохранного менеджмента, добиваться поставленных природоохранных и экономических целей. В частности, изучены теоретические аспекты возникающих рисков и преимущества от внедрения стандарта. Обоснована необходимость внедрения экологического стандарта менеджмента в крупных, малых и средних организациях.

Ключевые слова: устойчивое развитие, экологическая опасность, экологическая безопасность, факторы экологической опасности, экологические риски.

Для цитирования: Ременцов А.А. Внедрение системы экологического менеджмента (ISO 14001; ISO 14005) на предприятиях ТЭК, основные преимущества и сопутствующие риски // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 135–142. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-135-142.

Сегодня, когда природоохранные нормы становятся строже, общество более обеспокоено сохранностью окружающей среды, все больше организаций осознают необходимость показать свои возможности по эффективному контролю влияния на окружающую среду своей деятельности, продукции или услуг [1].

Серия стандартов ISO 14000 должна помочь организациям добиться экологических и экономических выгод в целях постоянного улучшения организационных показателей. Они используются для предотвращения загрязнения, сокращения отходов, повышения эффективности внутренней системы управления, оптимального использования ресурсов и соответствия нормативно-правовым требованиям.

Топливо-энергетический комплекс (ТЭК) – крупнейший производитель тепловой и электрической энергии, что объективно определяет воздействие производственной деятельности на окружающую среду, включая выбросы загрязненных газов в атмосферу, загрязняющих веществ в водные объекты, негативное воздействие шума, тепла, вибраций, электромагнитных полей. Все это усиливает необходимость комплексного внедрения системы экологического менеджмента (СЭМ).

В производственном секторе и ведущих организациях Российской Федерации продолжает увеличиваться потребность во внедрении ISO (ИСО) 14001 «Система экологического менеджмента». В глобальном аспекте развитые страны

уже смогли выделить для себя одно из самых приоритетных направлений – развитие «зеленой экономики», – поэтому для них оформление сертификации по стандартам качества ИСО – неотъемлемая процедура [2].

При таких условиях в России ИСО 14001 (экологический стандарт менеджмента) предлагает возможность организациям, имеющим компоненты продуктивной системы природоохранного менеджмента, добиваться поставленных природоохранных и экономических целей.

Внедрение СЭМ на основе ИСО 14001 представляет собой комплексный подход и соблюдение определенных параметров на предприятиях ТЭК. Ключевым моментом становится разделение всего процесса внедрения на отдельные фазы. Для более детального понимания процесса существуют официальные стандарты и документы, позволяющие организациям всех форм и размеров внедрять СЭМ так, как им удобно, и получать выгоды на каждом этапе.

Систему экологического менеджмента в основном можно разделить на пять событий, которые образуют полный цикл. Данные события представлены на рис. 1.

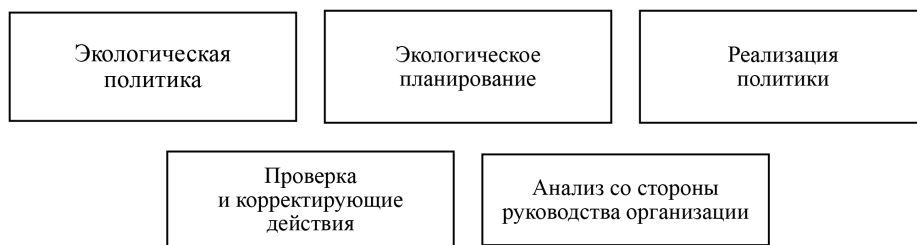


Рис. 1. Основные элементы системы экологического менеджмента в организации

Система экологического менеджмента, основанная на стандарте ИСО 14001, помогает организациям эффективно управлять рисками и использовать все свои возможности. Внедрение СЭМ обеспечивает ряд преимуществ, таких как более эффективное использование природных ресурсов и энергии, более строгое соблюдение требований законодательства и улучшение отношений с клиентами.

Улучшение экологических показателей облегчается благодаря наличию формальных систем. Однако малые и средние предприятия (МСП) часто сталкиваются с трудностями при внедрении СЭМ из-за меньшего количества персонала и ресурсов.

ГОСТ Р ИСО 14005-2019 «Системы экологического менеджмента. Руководящие указания по применению гибкого подхода поэтапного внедрения системы экологического менеджмента» предоставляет МСП инструменты для преодоления проблем (при этом требования СЭМ удовлетворяются на каждом этапе внедрения), гибкие способы, адаптированные к конкретным потребностям компаний. Это позволяет получать выгоду с самого начала, в конечном итоге отвечая требованиям системы экологического менеджмента.

Применяя ИСО 14005, организации легко измеряют ценность для бизнеса и преимущества от внедрения СЭМ, обеспечат возврат инвестиций.

Организации могут начать с конкретных направлений, которые являются для них наиболее актуальными или срочными, например с повышения энергоэффективности или продуктивности ресурсов. Если в компании есть понимание того, что данные проекты принесут успех в бизнесе, они могут выстраивать свою СЭМ по мере необходимости, учитывая экологические требования клиентов или привлекая большее количество своих сотрудников к улучшению экологических показателей, чтобы в конечном итоге выполнить все требования СЭМ (рис. 2).

Система экологического менеджмента основана на подходах стандарта ИСО 14001 и характеризуется:

- выявлением внешних и внутренних факторов, влияющих на способность СЭМ достигать поставленных показателей и результатов;
- формированием политики и карты целей по охране окружающей среды;
- формированием перечня заинтересованных сторон с анализом их требований и ожиданий;
- элементами процесса планирования деятельности организации;
- выявлением основных рисков и возможностей по охране окружающей среды, формированием перечня действий по управлению выявленными рисками;
- обеспечением должной компетентности персонала;
- механизмами управления ресурсами;
- механизмами управления действиями по предупреждению и при возникновении ЧС;
- инструментами оценки результативности действий в области охраны окружающей среды;
- анализом функционирования системы экологического менеджмента;
- постоянным совершенствованием [3].

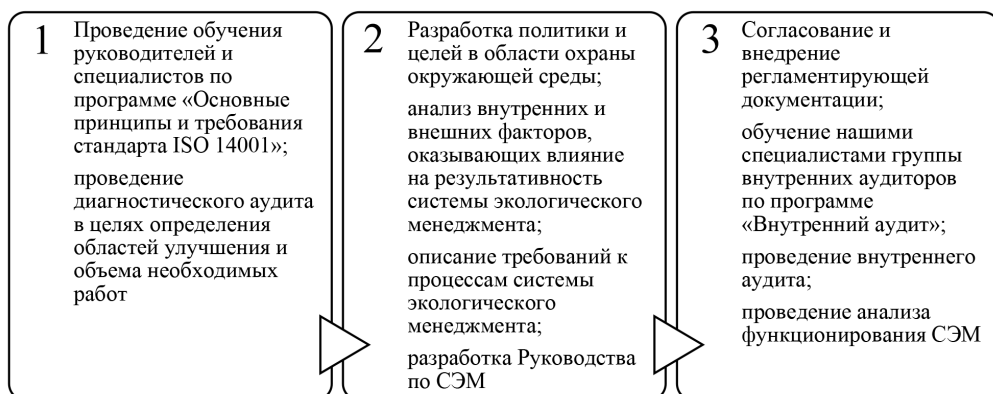


Рис. 2. Этапы разработки и внедрения системы экологического менеджмента

СЭМ требует вложений и времени. Эти факторы, как и любые инвестиции в бизнес, могут повлиять на конечное решение по ее внедрению.

Преимущества внедрения СЭМ для окружающей среды очевидны: уменьшение загрязнения и истощения ресурсов, повышение осведомленности об окружающей среде, сокращение отходов. Однако возникают риски, когда вопросы экологической безопасности и охраны окружающей среды не являются приоритетными в организации, поэтому порой невозможно оценить эффект от внедрения системы.

СЭМ в целом можно воспринимать как инструмент для оценки и снижения рисков, будь то риск для предприятия от окружающей среды или риск, который представляет само предприятие для окружающей среды. Из этих рисков возникают возможности для самого предприятия. Инвестирование в снижение рисков снижает затраты и вероятность того, что эти события пойдут по незапланированному пути.

К достоинствам СЭМ можно отнести следующую классификацию:

1. *Возможность уменьшить расходы на коммунальные платежи.* Наиболее экологичный способ сделать что-то часто является и наиболее экономичным с точки зрения ресурсов и топлива, поэтому благодаря СЭМ появляется множество возможностей сократить расходы на коммунальные услуги за счет сокращения потребления газа, электроэнергии и воды. Предприятие, оценивая свои аспекты и воздействия, может обнаружить, что было бы, к примеру, более экологичным и экономически выгодным изменить тип освещения и применить более совершенные технологии. Возможно, появится цель – поменять все освещение на светодиодное сначала в одной рабочей области, затем – в другой и т. д. Это позволит увидеть экономию энергии с течением времени, а также отследить и измерить затраты.

2. *Минимизация отходов.* СЭМ предоставляет возможности для улучшения использования ресурсов за счет сокращения отходов и, следовательно, снижения необходимости использовать больше ресурсов. Это можно сделать, оценив текущее использование отходов в организации, установив целевые показатели и осуществив операционный контроль.

3. *Повышение производственной эффективности.* Внедрение СЭМ предполагает тщательный анализ работы организации. В ходе анализа узких мест является возможность найти те области, в которых есть задел по повышению эффективности.

4. *Повышение статуса организации во время тендерных заявок.* Ужесточаются требования к участникам торгов, включающие внедрение устойчивых методов ведения бизнеса. СЭМ – это идеальный способ продемонстрировать, что организация знает о своих обязанностях по охране окружающей среды и принимает меры для уменьшения своего негативного воздействия на окружающую среду. В настоящее время для участников тендера, особенно в строительной отрасли, часто требуется сертификация по ИСО 14001, без нее тендерную заявку могут не рассмотреть.

5. *Улучшение бренда.* Достижение сертифицированного стандарта мотивирует тех, кто в нем участвует, что создает организации дополнительную репутацию в отрасли.

6. *Снижение риска судебных преследований и штрафов.* Экономические преимущества – в виде уменьшения вероятности применения штрафов за нарушение нормативно-правовых актов в сфере охраны окружающей среды и экологии.

В рамках СЭМ организация будет оценивать свои обязательства по соблюдению законодательства и предпринимать действия для обеспечения его соблюдения [4].

7. *Уменьшение вероятного числа аварий и рисков возникновения техногенных катастроф.*

8. *Уверенность в долгосрочности и жизнеспособности бизнеса, обеспечение конкурентных преимуществ и повышение лояльности потребителей и партнеров по бизнесу.*

9. *Демонстрация инновационного и перспективного подхода к потребителям.*

10. *Сокращение стоимости государственного страхования гражданской ответственности.*

11. *Возможность выхода на международные рынки.*

12. *Повышение инвестиционной привлекательности.*

ИСО 14001 требует рассмотреть вопрос рисков и возможностей в контексте следующих аспектов:

- идентифицированные требования к работе СЭМ организации и ее основной деятельности;
- «экологические аспекты», заложенные в СЭМ;
- идентифицированные заинтересованные лица на этапе определения области распространения СЭМ и среды организации.

Требования о среде организации, заинтересованных сторонах и прочие включены в стандарт, чтобы гарантировать соответствие ожиданиям получившейся и работающей СЭМ. Помимо учета рисков ИСО 14001 еще и пытается предотвратить неблагоприятное воздействие внешних факторов на работу системы, обеспечить постоянное улучшение процессов. Риск-менеджмент в ИСО 14001 также позволяет предусмотреть адекватные меры на случай чрезвычайных ситуаций и действия по ликвидации последствий [5].

Сертификат ИСО 14001 содержит правила и нормы, при соблюдении которых легко достигается цель по снижению неблагоприятного влияния на окружающую среду. В процессе внедрения проводится оценка существующих и возможных рисков отрицательного влияния на экологию. На основании этого разрабатывается ряд мероприятий по управлению, снижению и предотвращению этих рисков [6].

В результате внедрения стандарта ИСО 14001 снижается объем затраченного сырья и материалов, энергии, разрабатываются более выгодные способы переработки и утилизации отходов, а также увеличивается качество выпускаемой продукции.

Определение эффективности внедрения системы экологического менеджмента в организации. Для определения эффективности использования экологического менеджмента необходимо рассчитать общий уровень потен-

циала организации, который, в свою очередь, состоит из ряда составляющих. Каждая составляющая характеризуется набором показателей. Выбор показателей осуществляется с ориентацией на доступность исходной информации и простоту расчета.

Потенциал организации формируется под влиянием внешней среды. Под внешней средой понимается влияние совокупных субъектов и сил на деятельность организации. Кроме того, экономическое развитие происходит параллельно с экологическими процессами, так как с ростом затраченных природных ресурсов увеличивается и объем производства [7].

На рис. 3 представлен алгоритм комплексной оценки эффективности использования экологического менеджмента путем расчета потенциала организации [8].



Рис. 3. Алгоритм комплексной оценки эффективности использования экологического менеджмента путем расчета потенциала организации

Рассмотрим этапы алгоритма комплексной оценки эффективности использования экологического менеджмента:

- по каждому составляющему потенциала организации рассчитываются характеризующие его частные показатели;
- проводится балльная оценка частных показателей потенциала организации и определяется средний балл по каждому фактору методом деления фактического показателя на «нормативный» (для обратных показателей – наоборот). По-

лученное количество баллов по разным показателям складывается и находится их средняя величина;

- на основе полученной балльной оценки рассчитывается интегральный показатель как произведение промежуточных баллов, делаются выводы.

Для западных предприятий только систематическое применение малозатратных методов предотвращения загрязнения окупает вложения в развитие СЭМ за очень короткие сроки. Если же учесть, что при росте масштабов предприятий затраты на внедрение растут медленнее, а масштабы переработки сырья и ресурсов увеличиваются значительно, то внедрение СЭМ только за счет предотвращения загрязнения способно дать очень существенные экономические результаты.

В заключении можно добавить, что стандарты ИСО (системы экологического менеджмента) применяются к концепциям системы общего менеджмента качества (TQM) для управления экологическими проблемами и возможностями организации. Она определяет особенности СЭМ, которые должны быть в наличии, чтобы гарантировать, что организации идентифицируют и сосредотачиваются на улучшении областей, где они оказывают значительное воздействие на окружающую среду. Общая цель СЭМ заключается в обеспечении защиты окружающей среды и предотвращении загрязнения для производства экологически чистых продуктов и услуг. СЭМ ориентируется на ключевые факторы повышения производительности в продуктах и процессах, а также на организации, которые сосредоточены на предоставлении ценностей клиентам, внутренних операционных процессах и обучении персонала. Следовательно, этот системный подход к управлению окружающей средой должен обеспечить превосходство в общей эффективности деятельности организации.

Источники

1. Центр сертификации «Сертификат РБ». Сертификат ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001, ISO 18001. URL: <https://www.sertrb.ru/iso/iso14001> (дата обращения: 07.02.2020).
2. Этот сертификат станет самым востребованным в 2020 году // Единый центр СРО. URL: https://edsro24.ru/?page_id=596 (дата обращения: 07.02.2020).
3. Система экологического менеджмента в соответствии с требованиями ISO 14001:2015 / Консалтинг по международному стандарту ISO 14001:2015» компании SV Group. URL: <http://svcms.ru/iso-14001> (дата обращения: 07.02.2020).
4. Dix Ju. Implementing an EMS: why bother? URL: <https://www.nqa.com/en-ca/resources/blog/april-2017/why-implement-ems> (дата обращения: 07.02.2020).
5. Что собой представляют и почему важны риски и возможности в стандарте ISO 14001:2015. URL: <https://1cert.ru/vopros-otvet/chto-soboy-predstavlyayut-i-pochemu-vazhny-riski-i-vozmozhnosti-v-standarte-iso-14001-2015> (дата обращения: 07.02.2020).
6. ГОСТ Р 14.09-2005. Экологический менеджмент. Руководство по оценке риска в области экологического менеджмента / АО «Кодекс». М.: Стандартинформ, 2010.
7. Гунькова А.Г., Холопов Ю.А. Экологический менеджмент как инструмент повышения экономического потенциала предприятия // Вестник СамГУПС. 2017. № 1 (35). С. 80–83.
8. Гунькова А.Г., Холопов Ю.А., Пурыгин П.П. Оценка перспектив и эффективности внедрения системы экологического менеджмента с позиции комплексного анализа потенциала предприятия // Научный журнал НИУ ИТМО. 2018. № 1. С. 126–136. Серия: Экономика и экологический менеджмент.

IMPLEMENTATION OF AN ENVIRONMENTAL MANAGEMENT SYSTEM (ISO 14001; ISO14005) AT ENERGY COMPANIES, THE MAIN ADVANTAGES AND ASSOCIATED RISKS

Rementsov A.A.

REMENTSOV Alexander Andreevich – Ph.D. in Economics, specialty 08.00.05 – Economics and National Economy Management, Association of Innovative Regions of Russia, project manager, Moscow, Russia. E-mail: Arementsov@yandex.ru

Abstract. This article explores the implementation of ISO (ISO) 14001, an environmental management standard that offers organizations that have components of a productive environmental management system to achieve their environmental and economic goals. In particular, the theoretical aspects of emerging risks and the benefits of implementing the standard have been studied. The necessity of introducing an environmental management standard in large, small and medium-sized organizations is substantiated.

Keywords: sustainable development, environmental hazards, environmental safety, environmental risks.

For citation: Rementsov A.A. Implementation of an environmental management system (ISO 14001; ISO14005) at energy companies, the main advantages and associated risks. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 135–142. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-135-142.

References

1. Certification Center «Certificate of RB». Certificate ISO 9001, ISO 22000, ISO 14001, ISO 18001. URL: <https://www.sertrb.ru/iso/iso14001> (accessed: 07.02.2020).
2. This certificate will be the most sought after in 2020. Single SRO Center. URL: https://edsro24.ru/?page_id=596 (accessed: 07.02.2020).
3. Environmental management system in accordance with the requirements of ISO 14001: 2015 / Consulting on the international standard ISO 14001: 2015 by SV Group. URL: <http://svcms.ru/iso-14001> (accessed: 07.02.2020).
4. Dix J. Implementing an EMS: why bother? URL: <https://www.nqa.com/en-ca/resources/blog/april-2017/why-implement-ems> (accessed: 07.02.2020).
5. Risks and opportunities in the standard ISO 14001: 2015. URL: <https://1cert.ru/vopros-otvet/chto-soboy-predstavlyayut-i-pochemu-vazhny-riski-i-vozmozhnosti-v-standarte-iso-14001-2015> (accessed: 07.02.2020).
6. GOST R 14.09-2005. Environmental management. Guidance on risk assessment in environmental management. JSC «Codex». M.: Standartinform, 2010.
7. Gunkova A.G., Kholopov Yu.A. Environmental management as a tool to increase the economic potential of the enterprise. *Bulletin of SamGUPS*. 2017. No. 1 (35). P. 80–83.
8. Gunkova A.G., Kholopov Yu.A., Purygin P.P. Evaluation of the prospects and effectiveness of the implementation of the environmental management system from the perspective of a comprehensive analysis of the enterprise potential. *Scientific journal NRU ITMO*. 2018. No. 1. P. 126–136. Series Economics and Environmental Management.

СІF ИЛИ FOB: КАКОЕ УСЛОВИЕ ВЫГОДНЕЕ НА СРОЧНОМ И СПОТОВОМ НЕФТЯНЫХ РЫНКАХ?

Катюха П.Б., Мердеева М.И.

КАТЮХА Павел Борисович – кандидат экономических наук, доцент факультета экономики и финансов топливно-энергетического комплекса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: pkatioukha@mail.ru

МЕРДЕЕВА Мелиса Ильгизовна – студент Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: mel768@yandex.ru

Аннотация. Российские продавцы нефтью и нефтепродуктами в своей деятельности сталкиваются с различными дилеммами, поскольку торговля на данном рынке имеет свои специфические особенности, которые отличают данный вид бизнеса от других видов деятельности. Одной из дилемм трейдера является выбор базисного условия поставки нефти и нефтепродуктов. Данный фактор значимо влияет на весь исход сделки на различных рынках: срочном и спотовом. В данной статье авторы проанализируют основные особенности контрактов и нефтяных рынков, а также выявят взаимосвязь между базисными условиями поставки и формами торговли на нефтяном рынке.

Ключевые слова: структура нефтяного рынка, базисные условия поставки, маржа, нефтетрейдер, спотовый рынок, срочный рынок.

Для цитирования: Катюха П.Б., Мердеева М.И. СІF или FOB: какое условие выгоднее на срочном и спотовом нефтяных рынках? // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 143–147. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-143-147.

Появление производных финансовых инструментов, таких как форварды и фьючерсы, коренным образом изменило ситуацию на мировом нефтяном рынке и привело к значительной диверсификации всех его действующих механизмов с изменением вектора развития торговли нефтью и нефтепродуктами с физического спотового рынка на срочный рынок. Это помогло определить справедливые рыночные цены на нефть и нефтепродукты и дало нефтяным компаниям больше возможностей для снижения риска и увеличения прибыли с помощью различных инструментов хеджирования.

Для того чтобы разобраться, какое базисное условие поставки СІF или FOB INCOTERMS®2010 выгоднее использовать на каждом из рынков, необходимо выявить особенности каждого из них.

Срочный рынок – это совокупность всех видов сделок, по которым реализация проводится по истечении определенного срока. На данном рынке продаются и покупаются не только реальные товары, а права и обязанности в отношении реальных активов (торговля фьючерсами, форвардами и опционами) с отсрочкой. Фьючерсные контракты носят преимущественно спекулятивный ха-

ракт, когда продаются недобытая нефть и произведенные нефтепродукты. В современных реалиях только 5% фьючерсных контрактов ведут к физическим поставкам. А если говорить о форвардных контрактах, то они обычно являются связующим звеном между рынком физических поставок и биржевым рынком. Сделки на физическом рынке хеджируются с помощью форвардных контрактов, которые, в свою очередь, хеджируются фьючерсами на бирже. Основная функция срочного рынка – хеджирование рисков в неблагоприятных ситуациях, отсюда и прозрачность цен. Например, цена фьючерса позволяет прогнозировать цену, что делает ее взвешенной участниками рынка деривативов. А на основании анализа форвардных цен редко можно спрогнозировать реальные спотовые цены [3. С. 26–31].

Спотовый рынок – это рынок наличных сделок, на котором новые права собственности возникают мгновенно, в тот же момент, когда была заключена сделка, а точнее, в течение двух-трех дней. И на данном рынке совершаются только кассовые сделки с наличным товаром. Но проданный на таком рынке товар нуждается в максимально быстрой доставке покупателю. Чаще всего выигрывает тот продавец, который доставляет товар в согласованную точку максимально быстро. Спотовый рынок отличается от срочного тем, что цена на срочном рынке зависит от стоимости хранения товаров и будущей динамики цен. На спотовом рынке цены зависят только от текущих спроса и предложения, что делает их более волатильными.

Рыночные отношения спотового и срочного рынков основаны на общих принципах и законах рыночной экономики, которые включают законы спроса и предложения, конкуренцию, общие принципы ценообразования и др. Эти рынки имеют общую институциональную инфраструктуру – систему частных и государственных институтов, которые служат интересам рыночных отношений, обеспечивая их эффективное взаимодействие и регулируют движение товарных и денежных потоков. У них есть единая финансово-кредитная система, в которую входят банки, биржи, страховые и инвестиционные компании, а также исследовательская инфраструктура – исследовательские институты по изучению проблем рынка, информационно-аналитические агентства и предприятия, аудиторские фирмы и другие специализированные учреждения.

Каждый практикующий трейдер знает неписанное правило бизнеса – покупать товар следует на условиях FOB, продавать – всегда на условиях CIF. Такая формула, несомненно, выгодна, потому что есть возможность заработать дополнительные средства за счет целого набора инструментов: фрахта, хеджирования, рыночных моделей – контанго / бэквордации, хранения, блендирования. Собственно, именно этот набор инструментов и обеспечивает разницу между ценой покупки и продажи. Такое утверждение верно как для спотового, так и для срочного рынка. Правда, срочный рынок дает большие возможности для ценового маневра по сравнению со спотовым.

Цены на маркерные сорта нефти на рынке физического (наличного) товара в специализированных центрах (хабах) обычно соответствуют ценам «спот»,

т. е. ценам, которые нефтеперерабатывающие предприятия платят за нефть по разовым сделкам и с немедленной поставкой. До определенного времени НПЗ ориентировались на закупки нефти в рамках долгосрочных контрактов для обеспечения своих основных потребностей в сырье, а к поставкам «спот» прибегали лишь при необходимости устранить временный дефицит в сырье. В последние годы появилась практика закупки нефти на «спотовом» рынке, чтобы не быть связанными долгосрочными обязательствами по покупке нефти по фиксированным ценам, которые могут оказаться выше рыночных.

От выбора базиса поставки во многом зависит вся экономика сделки, базирующаяся на таких факторах, как спрос, предложение, цена, запасы, а также бункеровка, фрахт, управление рисками и т. д. Остановимся более подробно на двух базисах – FOB и CIF, так как именно они являются основными при определении цены на нефть и нефтепродукты в различных регионах мира.

Обычно котировками «спотовых» сделок в центрах переработки являются цены CIF (от англ. *cargo, insurance and freight* – стоимость, страхование и фрахт). Этот базис поставки означает, что в цену входят не только стоимость нефти, но и транспортные расходы по доставке нефти на рынок; также продавец заключает договор страхования, который покрывает риски утраты или повреждения товара во время перевозки. Другим, не менее важным базисом поставки является FOB (от англ. *free on board* – свободно на борту). Принято считать, что это – базис поставки продавца. Цена FOB представляет собой цену нефти в погрузочном терминале продавца, который сам оплачивает транспортные, страховые и другие расходы по доставке товара на этот терминал.

На спотовом рынке практически всегда применяется условие поставки FOB (порт отправления) INCOTERMS®2010, обычно товар продается реальным производителем или от его имени. Такие продавцы в профессиональной терминологии трейдеров именуются «ресурсодержатели». В современной России такое условие продажи применяется практически в 100% сделок [2. С. 24].

Продажа товаров на условии CIF (поименованный порт назначения) не стоила бы особого внимания, если бы не один очень важный момент – у нефтетрейдеров реализация такого условия поставки означает «продажу товара в порту доставки». Вот здесь мы наблюдаем возникновение серьезных внешнеторговых рисков.

ИНКОТЕРМС® никогда не определял переход прав собственности на товар с продавца на покупателя. В Инкотермс: переход рисков случайной утраты и/или гибели товара и ответственности сторон при реализации такого риска. А момент перехода прав собственности на товар логично «привязать» к моменту перехода рисков, но этот момент должен быть особо оговорен сторонами в контракте между ними.

Согласно положениям пункта A4, для условия поставки CIF ИНКОТЕРМС® 2010 товар считается поставленным после перемещения его на борт судна, т. е. погрузки. Одновременно п. A5 для условия CIF ИНКОТЕРМС® 2010 сообщает о том, что с этого момента абсолютно все риски перешли с продавца на покупателя. Именно этот момент и считается моментом поставки товара, но произошла

она не в порту назначения, как принято считать у нефтетрейдеров, а в порту отгрузки. Для трейдера очень важен выбор механизма переноса рисков с тех участников рынка, кто не желает нести риски, на тех участников, кто стремится к этому.

Продажа товара конечному потребителю осуществляется на условиях CIF ИНКОТЕРМС® 2010. Стандартное прочтение Инкотермс говорит о том, что поставка товара осуществлена после его погрузки в зафрахтованное продавцом судно, следовательно, все риски случайной утраты и/или повреждения груза перешли на покупателя, и теперь он должен осуществить приемку груза у перевозчика. Однако покупатель предпочитает принимать товар у продавца, нежели груз у перевозчика, с которым его не связывают никакие договорные отношения. По этой причине сдача товара покупателю, т. е. его поставка, происходит в порту назначения. Трейдер осознанно принимает на себя риски утраты и/или повреждения груза в процессе транспортировки. Дополнительные риски при поставках CIF должны быть экономически оправданы хорошей маржей между ценой FOB и CIF. Каждый трейдер должен качественно анализировать ситуацию на рынке, поскольку выигрыш от правильного базисного условия поставки зачастую зависит от удачного стечения обстоятельств на рынке.

Практически все отечественные продавцы нефти и нефтепродуктов реализуют свою продукцию на условиях FOB (российский порт), позволяя тем самым трейдерам зарабатывать на фрахте и иных рыночных инструментах. Такая форма организации внешнеторговой работы наносит ущерб экономике не только конкретного российского предприятия, но и экономике всей страны в целом. Такой вывод делают специалисты по морскому и торговому праву Филиппо Лорензон и Ивонн Баатц в работе «Контракты CIF и FOB». Они отмечают резкое падение уровня качества внешнеторговых контрактов, заключаемых российскими участниками, однако конкретные причины этого не указывают [4].

Таким образом, очевидной взаимосвязи между применимыми условиями поставки по Инкотермс® 2010 и видом рынка (срочный или спотовый) не существует, каждый продавец самостоятельно определяет, что будет выгоднее. Однако на спотовом рынке чаще всего применяется условие поставки FOB. А котировками «спотовых» сделок в центрах переработки являются цены CIF. Разница в цене покупки и продажи формируется за счет грамотного использования целого ряда рыночных инструментов: фрахта, хеджирования, моделей поведения рынка – контанго или бэквордации, хранения, блендирования. Собственно, именно этот набор инструментов и обеспечивает разницу между ценой покупки и продажи. Утверждение верно как для спотового, так и для срочного рынка.

Также необходимо отметить, что условие поставки FOB чаще всего используется для покупки у ресурсодержателя, а условие CIF – уже для продажи покупателю. Именно поэтому российские продавцы нефти и нефтепродуктов недополучают огромные деньги только из-за того, что всю продукцию продают иностранным трейдерам на условиях FOB (российский порт отгрузки) Инкотермс® 2010. С учетом объемов реализуемого товара недополученная прибыль в целом по стране за год может измеряться сотнями миллионов долларов.

Источники

1. Голубчик А.М., Катюха П.Б. Заключение и исполнение внешнеторговых контрактов купли-продажи нефти и нефтепродуктов // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. № 2. С. 84–94.
2. Голубчик А.М., Катюха П.Б. Контракты FOB и CIF в практике российского нефтетрейдинга: миллионы недополученной выручки // НЭЖ «Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом». 2020. № 1. С. 24–27.
3. Катюха П.Б. Торговля углеводородами на мировых энергетических рынках: Учебное пособие. М.: Российский государственный университет нефти и газа имени И.М. Губкина, 2015.
4. Lorenzon F., Baatz Yv. CIF and FOB Contracts: Fifth edition. Andover, GB, Sweet & Maxwell [British Shipping Laws], 2012.

CIF OR FOB: WHICH CONDITION IS MORE PROFITABLE ON THE FUTURES AND SPOT OIL MARKETS?

Katyukha P.B., Merdeeva M.I.

KATYUKHA Pavel Borisovich – cand. econ. in economics, associate professor, Faculty of Economics and Finance, Fuel and Energy Complex, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: pkatioukha@mail.ru

MERDEEVA Melisa Il'gizovna – student of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: mel768@yandex.ru

Abstract. Russian oil and oil products sellers face various dilemmas in their activities, as trade in this market has its own specific features that distinguish this type of business from other types of activity. One of the trader's dilemmas is the choice of a basic condition for the supply of oil and oil products. This factor significantly affects the entire outcome of the transaction in various markets: derivatives and spot. In this article, the authors will analyze the main features of contracts and oil markets, as well as identify the relationship between the basic conditions of supply and forms of trade in the oil market.

Keywords: oil market structure, basic terms of delivery, margin, oil trader, spot market, derivatives market.

For citation: Katyukha P.B., Merdeeva M.I. CIF or FOB: which condition is more profitable on the futures and spot oil markets? *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 143–147. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-143-147.

References

1. Golubchik A.M., Katyukha P.B. Conclusion and execution of foreign trade contracts for the sale of oil and oil products. *Russian Foreign Economic Bulletin*. 2019. No. 2. P. 84–94.
2. Golubchik A.M., Katyukha P.B. FOB and CIF contracts in the practice of Russian oil trading: millions of lost revenue. *NED «Problems of Economics and Management of the Oil and Gas Complex»*. 2020. No. 1. P. 24–27.
3. Katyukha P.B. Trade in hydrocarbons in world energy markets: a training manual. M.: I.M. Russian State University of Oil and Gas Gubkina, 2015.
4. Lorenzon F., Baatz Yv. CIF and FOB Contracts: Fifth edition. Andover, GB, Sweet & Maxwell [British Shipping Laws], 2012.

ТРАНСФОРМАЦИЯ РОЛИ СЫРЬЕВОГО РЕСУРСА В ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОССИИ

Орлова Н.Л.

ОРЛОВА Наталья Леонидовна – кандидат экономических наук, доцент, 08.00.14 – Мировая экономика, Департамент мировой экономики и мировых финансов Финансового университета при Правительстве РФ, Москва, Российская Федерация. E-mail: nladlerova@gmail.com

Аннотация. Автор рассматривает факторы и проблемы вовлечения сырьевых ресурсов в международную торговлю на современном этапе. Показана необходимость разработки новых подходов к оценке возможностей и эффектов включения ресурсов в мировой оборот на фоне вызовов глобализации. Отмечается, что трансформация модели мирового экономического развития усиливает внимание к фактору ресурсного обеспечения современного мирового хозяйства и способствует повышению его роли в сфере взаимодействия экономических и политических векторов силы. Определено, что технология оперирования ресурсами в мировой экономике предусматривает оптимизацию процессов формирования ресурсной базы и совершенствование управления потоками ресурсов. Выявлено, что проблема поиска новых подходов к совершенствованию управления потоками ресурсов, особенно сырьевых, в современной мировой экономике приобретает особую актуальность на фоне появления новых технологий в добыче ресурсов, внедрения инноваций в организацию доставки ресурсов к местам их потребления и снижения эффективности сложившихся хозяйственных моделей. Представлены некоторые аспекты применения мягких вычислений и измерений при управлении сырьевыми ресурсными потоками. Дается характеристика системе социально-экономических рейтингов стран. Рассмотрены рейтинги, которые оценивают сырьевые ресурсные потоки. Предложены к использованию комбинированные рейтинги в управлении сырьевыми ресурсными потоками. Отмечается, что конкурентные преимущества экономик стран, интеграционных объединений, отдельных сфер производства в современных условиях во многом зависят от включенности в процессы международной специализации. Ставится проблема эффективного участия стран – поставщиков сырья в цепочках добавленной стоимости. Особое внимание уделено определению возможностей совершенствования деятельности российских компаний на мировых сырьевых рынках.

Ключевые слова: ресурс, сырьевой ресурс, международные рейтинги, тренды добычи сырья, технология оперирования ресурсами, роль сырьевого ресурса.

Для цитирования: Орлова Н.Л. Трансформация роли сырьевого ресурса в глобальной экономике: новые возможности для России // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 148–159. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-148-159.

Введение

С начала 2000-х гг. в мировом хозяйстве наметился рост обеспеченности минеральными ресурсами в результате совершенствования технологий извлечения из сырья полезных элементов. В то же время наблюдаются существенные

различия между имеющимися в отдельных странах ресурсами и объемами их потребления. Так, большая часть минеральных ресурсов и топлива потребляется развитыми странами, которые располагают немногим более 40% их запасов. Развивающиеся страны, владея около трети минеральных ресурсов мира, потребляют около 17%. Значительное количество развивающихся стран, для которых характерны слабая инфраструктура и низкий уровень развития промышленности, имеют уникальные месторождения полезных ископаемых. Эти сырьевые ресурсы часто являются единственным источником поддержания социально-экономического развития отмеченной группы стран. Здесь определяющим видится повышение эффективности участия стран – поставщиков сырья в глобальных цепочках стоимости, конфигурация которых подверглась существенным изменениям за последние десятилетия [1. С. 73–76].

Следовательно, сырьевой ресурс в глобальном измерении выступает как источник мировых воспроизводственных интернационализированных циклов и способствует определению перспектив развития субъектов современной мировой экономики. Кроме этого, он проявляется как фактор, дающий основания для поиска недостающих ресурсных звеньев на базе развития международных кооперационных связей с учетом взаимодополнения ресурсных статей.

1. Сырьевой ресурс как элемент развития современных мирохозяйственных связей

Как представляется, отмеченный комплексный подход к определению понятия сырьевого ресурса может способствовать усилению конкурентных позиций стран, специализация которых в мировом хозяйстве предопределена в силу природных условий. Примером участия в такой специализации является целый ряд стран, обладающих в количественном отношении значительными запасами сырьевого ресурса. В табл. 1 представлена подробная информация на эту тему.

Таблица 1

Страны с наибольшим удельным весом в мировых запасах ресурсов по видам¹, 2000/2018 гг., %

Страны	Алюминие- вое сырье		Медь		Алмазы		Железная руда		Никель		Нефть		Газ	
	2000	2018	2000	2018	2000	2018	2000	2018	2000	2018	2000	2018	2000	2018
Австралия	21,4	20,0	–	10,6	22,4	10,0	12,9	29,4	22,4	21,3				
Гвинея	24,6	24,7												
Иран													17,6	16,2
Катар													10,7	12,5

¹ Приведены страны с показателями более 10%.

Окончание табл. 1

Страны	Алюминие- вое сырье		Медь		Алмазы		Железная руда		Никель		Нефть		Газ	
Китай							17,9	11,8						
ДР Конго					25,9	29,2								
Россия						54,2	14,3	14,7	13,5				23,8	19,8
Саудов- ская Ара- вия											20,2	17,2		
Чили			25,9	20,5										

Источник: Mineral Commodity Summaries 2001 & 2019 и Statistical Review of World Energy.
URL: <https://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/mcs>; URL: <http://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>

Экспортные поставки ресурсов занимают существенную долю структуры внешнеторгового оборота стран, специализирующихся на поставках сырья на внешний рынок (табл. 2).

Таблица 2

Динамика удельного веса сырьевых товаров в экспорте товаров по отдельным странам (в% ко всему экспортному обороту страны)

Страны	Нефть		Природный газ		Золото		Лесоматериалы необработанные	
	2007	2017	2007	2017	2007	2017	2007	2017
Азербайджан	77	82						
Алжир	54	34	34	42				
Ангола	93	88						
Венесуэла	66	80						
Ирак	99	95						
Иран	81	72						
Катар	45	26	41	49				
Киргизия					19	37		
Колумбия	19	28						
Конго (Республика)	76	44						
Кувейт	60	68						
Ливия	81	88						
Мали					44	62		
Нигерия	85	76						
Норвегия	38	26	17	26				
Оман	61	44						
Россия	34	28						
Саудовская Аравия	78	65						

Окончание табл. 2

Страны	Нефть		Природный газ		Золото		Лесоматериалы необработанные	
	2007	2017	2007	2017	2007	2017	2007	2017
Соломоновы острова							73	68
Суринам					23	67		
Тимор-Лешти		61	70					
Тринидад и Тобаго			35	28				
Туркмения			74	83				
ЦАР							41	43
Чад	94	92						

Источники: *Simoes A.J.G., Hidalgo C.A.* The Economic Complexity Observatory: An Analytical Tool for Understanding the Dynamics of Economic Development. Workshops at the Twenty-Fifth AAAI Conference on Artificial Intelligence. 2011; *Hausmann R., Hidalgo C.A., Bustos S., Coscia M., Chung S., Jimenez J., Simoes A., Yildirim M.* The Atlas of Economic Complexity. Puritan Press. Cambridge MA. 2011. URL: <https://atlas.media.mit.edu>

Относительно трендов добычи сырья следует отметить, что ее рост коррелирует с общим экономическим ростом. Тем не менее отрицательные тенденции не всегда связаны с экономическим спадом. Причинами падения добычи также могут быть:

- применение ресурсосберегающих технологий как на стадии добычи, так и на стадии обработки;
- замещение традиционного ресурса иным, предусмотренным новым технологическим процессом обрабатывающего производства;
- удорожание добычи ресурса в связи с выборкой более доступного;
- применение мер неэкономического характера со стороны государства, связанных с политическими решениями, как внутренними, так и внешними.

Результаты проведенного анализа показывают зависимость пополнения национальных бюджетов стран от объемов экспорта ресурсных статей. Эта тенденция характерна и для России. Например, динамика доли нефтегазовых доходов в бюджете России представлена на рис. 1.

В перспективе ожидается достаточно сильное перераспределение в структуре используемых возобновляемых источников энергии (ВИЭ). Если в настоящее время в региональном потреблении доминируют твердые виды биотоплива (дрова, отходы и пр.) и гидроэнергия, то к 2040 г. преимущественно в странах ОЭСР на первые позиции выйдут ветряная, солнечная и другие виды энергии, направленные на производство электроэнергии и тепла (кроме гидроэнергии) [5]. Подобные прогнозы ставят перед странами – поставщиками сырья новые вызовы, ответы на которые лежат, как представляется, в плоскости внедрения инноваций и повышения конкурентоспособности.

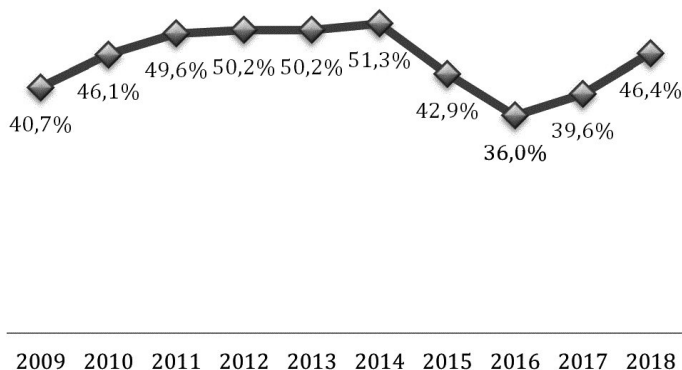


Рис. 1. Доля нефтегазовых доходов в бюджете России, в% от общего объема

Источник: Минфин России. URL: https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/?id_65=80041&page_id=3847&popup=Y&area_id=65

2. Сырьевая и инновационная обеспеченность: проблемы взаимодействия

В данном контексте речь идет об инновационном ресурсе, которым владеют не все страны мира. Здесь имеется своя специализация, свои лидирующие позиции, свои цели и возможности. Наметились лидеры инновационных прорывов, которые вывели инновационную политику на уровень доктрины национального развития. Среди них: Япония, Южная Корея, Норвегия, ведущие страны Западной Европы и другие, представленные в табл. 3.

Таблица 3

Затраты на инновации и инновационные рейтинги

Страны	Процент расходов на НИОКР в ВВП (2017) ¹	Рейтинг стран по Инновационному индексу Bloomberg (2019) ²	Рейтинг стран по Глобальному инновационному индексу (2018) ³
Швейцария	3,37% (2015)	4	1
Нидерланды	1,99%	15	2
Швеция	2,33%	7	3
Великобритания	1,66%	18	4

¹ По данным Организации экономического сотрудничества и развития. URL: <https://data.oecd.org/rd/gross-domestic-spending-on-r-d.htm>

² <https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-01-22/germany-nearly-catches-korea-as-innovation-champ-u-s-rebounds>

³ Публикуется Корнельским университетом, исследовательским институтом INSEAD и Всемирной организацией интеллектуальной собственности. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2018-report#>

Окончание табл. 3

Страны	Процент расходов на НИОКР в ВВП (2017) ¹	Рейтинг стран по Инновационному индексу Bloomberg (2019) ²	Рейтинг стран по Глобальному инновационному индексу (2018) ³
Сингапур	1,95%	6	5
США	2,79%	8	6
Финляндия	2,78%	3	7
Дания	3,06%	11	8
Германия	3,02%	2	9
Ирландия	1,05%	14	10
Израиль	4,55%	5	11
Южная Корея	4,55%	1	12
Япония	3,20%	9	13
Люксембург	1,26%	28	15
Франция	2,19%	10	16
Китай	2,13%	16	17
Канада	1,59%	20	18
Норвегия	2,11%	17	19
Австралия	1,88% (2015)	19	20
Россия	1,13%	27	46

Сравнивая данные таблиц 1–3, следует отметить дисбаланс в уровне обеспеченности сырьевыми ресурсами и затратами на инновации среди большинства стран мира.

Кроме этого, нельзя не учитывать и геополитический фактор, роль которого за последние годы возросла. Следовательно, можно заключить, что сырьевой ресурс является одним из факторов, предопределяющих геополитический климат с учетом ограниченности, убывания ресурсных статей естественного происхождения, что вызывает напряженность и поиск необходимых мер консолидации ресурсов в целях достижения балансов интересов субъектов мирообращения.

Таким образом, в современной мировой экономике природные ресурсы продолжают оставаться центральным элементом мирохозяйственных связей, и в перспективе их роль будет увеличиваться.

На этом фоне состояние российской экономики на современном этапе требует разработки целого комплекса мер по определяющим направлениям развития в целях повышения конкурентных позиций российских субъектов международной торговли.

3. Возможности усиления конкурентных позиций российских компаний на мировых рынках сырьевых товаров

С учетом необходимости гармонизации товарной структуры российского экспорта целесообразно сосредоточить внимание на повышении эффективности

оперирования ресурсной базой экономики, а также на особенностях формирования и развития ресурсного потенциала. Рассмотрим более подробно следующие блоки, характеризующие возможные варианты достижения максимальных выгод от участия российских компаний в системе современной международной торговли.

1. Особенности продвижения ресурсов на мировой рынок

При выходе ресурса на рынок проявляется его двойственная природа. С одной стороны, ресурс непосредственно связан с национальной системой, с другой – это элемент международных воспроизводственных цепей.

Обычно ресурс рассматривается как набор однородных предметов, объединенных едиными родовыми признаками. Даже когда физический размер какого-то ресурса кажется небольшим, анализ может показать, что его количество тем не менее удовлетворяет всю потребность в нем на мировом уровне. То есть глобальная заявка на данный ресурс не превышает его фактическое (потенциальное) наличие. Возможна ситуация, когда ресурса может не хватать воспроизводственной цепочке на локальном уровне. В этом случае воспроизводственная система:

- а) находит замену ресурсу за счет имеющихся в наличии;
- б) создает новый искусственный ресурс;
- в) изменяет требования к ресурсу и находит соответствующий им.

Данные задачи легко разрешимы в условиях мировой воспроизводственной сети. В условиях локальной (национальной) системы решение данных задач уже будет зависеть от степени развитости данной системы. В любом случае локальные системы сталкиваются с ограничениями в решении данных задач, обусловленными не только технологическими возможностями, но и местом на цивилизационной карте мира.

Если рассматривать отдельно закон предложения и закон спроса, появляется возможность выделить другие факторы, которые могут влиять на обмен ресурсами в современных условиях:

- объем рынка;
- конъюнктура, складывающаяся на рынке;
- инфляционные ожидания;
- степень развития технологий, применимых к ресурсу;
- налогообложение;
- таможенные очистка и процедуры;
- государственные субсидии;
- условия окружающей природной и экологической среды;
- объем и доступность ресурсов;
- спекулятивные операции;
- социально-политические перспективы и условия и пр.

Ресурс в глобальной системе распределен между национальными подсистемами неравномерно. Какие-то страны располагают отдельными видами ресурса в избытке, какие-то испытывают хроническую нехватку ресурса. Рынок спроса

отражает, в свою очередь, несбалансированность ресурсного предложения – не всегда ресурс, имеющийся в избытке, находит потребителя.

Также следует иметь в виду, что принятый за основу национальной стратегии развития ресурс, имеющийся в стране в избытке, при отсутствии действительной экономической диверсификации будет нести риски стагнации и кризиса в развитии страны. Причинами последних мировых экономических и финансовых кризисов были перекосы ресурсного спроса и предложения, которые выходили за пределы гомеостазиса мирового рынка. Помимо объективных причин ресурсной ограниченности (их недостаточность, неспособность добыть и/или оттранспортировать) есть и субъективные. К ним относятся неэкономические методы управления ресурсом.

2. Учет интеграционных процессов

Активно развивающиеся процессы интеграции и регионализации, включение в эти процессы транснациональных структур ведут к согласованию общей экономической политики и (на высшей ступени) общей стратегии развития.

В новой фазе мирового и национального развития ресурсный спрос складывается из необходимости теснейших кооперационных связей для организации совместного производства и реализации новых уникальных экспортных статей на мировом рынке; такая же тенденция присуща и традиционным экспортным статьям как сырьевого, так и несырьевого плана. Другой важный элемент преодоления сложившихся структурных ресурсных перекосов – это участие российских транснационализированных структур в реализации международных региональных и глобальных проектов. В первую очередь это относится к особым авангардным инфраструктурным проектам в рамках ЕАЭС.

В Евразийском экономическом союзе создаются условия, позволяющие построить единую ресурсную базу для создающихся интернационализированных воспроизводственных циклов, где производится уникальная продукция, реализация которой на мировом рынке обеспечит получение части мирового дохода с последующим его распределением между участниками интеграционного союза пропорционально вкладу каждого, в том числе и ресурсами.

И здесь проявляется очень важная специфическая особенность таможенного контроля, связанного с пополнением национальных бюджетов. Следствием гибкости экономических границ является изменчивость маршрутов товарных потоков. Поэтому требуется своевременная корректировка размещения таможенных пунктов, которые бы следовали за новыми маршрутами товарных потоков. Видится актуальным создание мобильной таможенной инфраструктуры.

Помимо прочего в перспективах развития таможенной сферы просматривается научно-исследовательский блок, занимающийся анализом влияния неценовых факторов на количественные показатели. Результатом данных исследований, как представляется, может стать документ, который предлагается назвать «Кодификатор количественных оценок неценовых параметров сделок».

3. Совершенствование методики относительного измерения ресурсного потенциала

В современных условиях резко возрастает потребность в оценке состояния ресурсов на определенный момент времени и тенденции их изменения в целях расчета ресурсного потенциала, который может быть использован при решении как среднесрочных задач, так и долговременных доктрин выхода субъектов глобальной экономики на новый уровень взаимодействия с внешним миром. Попытка создания инструментария для описания модели ресурсной среды была предпринята автором в научной монографии «Ресурс: Новое прочтение и геоэкономическое измерение экспортного потенциала». В настоящей статье проанализируем международные рейтинги, связанные с управлением движением сырьевыми ресурсами.

Анализ показал, что перечень составляющих Индекса эффективности логистики [6] нуждается в дополнении. Как представляется, его следует расширить путем учета показателей, оценивающих влияние государства на движение сырьевых ресурсов на локальном, региональном и глобальном уровнях. Могут использоваться и другие характеристики, связанные с интеграционным фактором, цифровизацией, внедрением новых технологий.

Еще одним рейтинговым показателем в сфере управления сырьевыми ресурсными потоками является Индекс вовлеченности стран в международную торговлю (*Global Enabling Trade Index*), рассчитываемый Всемирным экономическим форумом [7].

Для получения более объективной картины в целях управления сырьевыми ресурсными потоками нами предлагается расчетным путем объединить два индекса. Так как при подготовке индексов применяются шкалы с различной балльной системой, предлагается привести один из индексов в сопоставимый вид. Результат расчета суммарного индекса TOP-5 приведен в табл. 4.

Таблица 4

Расчет суммарного индекса, характеризующего социально-экономические условия функционирования сырьевых ресурсных потоков отдельных стран

Страны	Рейтинг эффективности логистики	Индекс эффективности логистики	Рейтинг ВМТ	Индекс ВМТ	Сопоставимый индекс ВМТ	Суммарный индекс	Суммарный рейтинг
Сингапур	7	4,00	1	5,97	4,26	4,13	1
Германия	1	4,20	9	5,49	3,92	4,06	2
Нидерланды	6	4,02	2	5,70	4,07	4,05	3
Швеция	2	4,05	5	5,61	4,01	4,03	4
Австрия	4	4,03	7	5,52	3,94	3,99	5

Комбинируя индексы и субиндексы различных рейтинговых систем, можно добиться заметного приближения в моделировании системы управления сырьевыми ресурсными потоками и обеспечить высокую эффективность внешне-экономических операций [8].

Таким образом, совершенствование методики оценки ресурсного потенциала страны будет способствовать усилению конкурентных позиций российских компаний на внешнем рынке.

4. Меры долгосрочной финансовой поддержки

Анализ показал, что финансовую поддержку целесообразно сосредоточить по следующим ключевым блокам:

1) в настоящее время активизируется участие российских представителей бизнес-сообщества в экономических проектах регионального и глобального уровней. Это требует усилий по консолидации финансовых ресурсов. Формой привлечения средств, как представляется, должен стать специальный фонд. Государство разрабатывает меры для заинтересованности частных инвесторов. Для этого необходимо обеспечить прозрачную структуру и четкую систему требований, подготовить точные расчеты временных и стоимостных затрат на проекты.

Следует иметь в виду, что частный инвестор больше склонен осуществлять краткосрочные, а не долгосрочные вложения. Это приводит к необходимости формирования универсального по степени ликвидности финансового инструмента и обеспечения участия в управлении им частных инвесторов. Приоритет участия в таком фонде следует отдать негосударственным пенсионным фондам, так как они работают с активами, наиболее приближенными к реальной экономике и продуктивному труду, а затем подключатся и другие секторы: страховой, банковский, инвестиционные фонды, производственные компании;

2) целесообразно стимулировать конкурентоспособные экспортно ориентированные и импортозамещающие производства следующих ключевых направлений:

- обеспечение благоприятного и стабильного режима налогообложения для инвесторов, вкладывающих активы в импортозамещающие проекты;

- снижение ставки налога на прибыль, в части, зачисляемой в региональные бюджеты для проектов, реализуемых в рамках специальных инвестиционных контрактов;

- отмена ввозных пошлин для оборудования, предназначенного для модернизации экспортно ориентированных и импортозамещающих предприятий;

- создание высокотехнологичных зон с участием производителей конкурентоспособной экспортно ориентированной и импортозамещающей продукции, с предоставлением льготных налоговых и таможенных условий;

3) представляется актуальным рассмотреть вопрос о расширении направлений, по которым предоставляются в настоящее время компенсационные выплаты экспортерам в целях частичного возмещения фактических затрат по различным направлениям экспортной деятельности.

Таким образом, применение нового формата технологии оперирования ресурсами придаст новый импульс развитию международных экономических отношений и будет способствовать усилению конкурентных позиций стран-экспортеров ресурсов, повышению их статуса в мирохозяйственных связях.

Источники

1. Стратегические направления и приоритеты регионального развития в условиях глобальных вызовов / Под общ. ред. Ю.Г. Лавриковой, Е.Л. Андреевой. Екатеринбург: УрО РАН, 2019.
2. Mineral Commodity Summaries 2001 & 2019 и Statistical Review of World Energy. URL: <https://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/mcs>; URL: <http://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html> (дата обращения: 15.01.2020).
3. *Simoes A.J.G., Hidalgo C.A.* The Economic Complexity Observatory: An Analytical Tool for Understanding the Dynamics of Economic Development. Workshops at the Twenty-Fifth AAAI Conference on Artificial Intelligence. 2011; *Hausmann R., Hidalgo C.A., Bustos S., Coscia M., Chung S., Jimenez J., Simoes A., Yildirim M.* The Atlas of Economic Complexity. Puritan Press. Cambridge MA. 2011. URL: <https://atlas.media.mit.edu> (дата обращения: 15.01.2020).
4. Сайт Минфина России. URL: https://www.minfin.ru/ru/statistics/fedbud/?id_65=80041&page_id=3847&popur=Y&area_id=65 (дата обращения: 17.01.2020).
5. Прогноз развития энергетики мира и России до 2040 года. URL: http://www.eriras.ru/files/forecast_2040.pdf (дата обращения: 18.01.2020).
6. Aggregated LPI / The World Bank. URL: <https://lpi.worldbank.org/international/aggregated-ranking> (дата обращения: 18.01.2020).
7. The Global Enabling Trade Report 2016 / World Economic Forum. URL: http://reports.weforum.org/global-enabling-trade-report-2016/?doing_wp_cron=1556446586.9754838943481445312500 (дата обращения: 18.01.2020).
8. Орлова Н.Л. Управление сырьевыми ресурсными потоками в современном мировом хозяйстве: роль мягких измерений // Мягкие измерения и вычисления. 2019. № 6. С. 47–52.

TRANSFORMATION IN THE ROLE OF RAW MATERIALS IN THE GLOBAL ECONOMY: NEW OPPORTUNITIES FOR RUSSIA

Orlova N.L.

ORLOVA Natalya Leonidovna – PhD in Economics, associate professor, 08.00.14 – World Economy, Department of World Economy and World Finance, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: nladlerova@gmail.com

Abstract. The author considers the factors and difficulties of involving raw materials in international trade at the present stage. The necessity of developing new approaches to assessing the possibilities and effects of including resources in the global turnover against the backdrop of globalization challenges is shown. It is noted that the transformation of the model of world economic development reinforces attention to the resource supply factor of the modern world economy and helps to increase its role in the field of interaction of economic and political power vectors. It is determined that the technology of resource management in the global economy provides for the optimization of the processes of forming the resource base and improving the management of resource flows. It has been revealed that the problem of finding new approaches to improving the management of resource

flows, especially raw materials, in the modern world economy is becoming particularly relevant against the background of the emergence of new technologies in resource extraction, the introduction of innovations in organizing the delivery of resources to their places of consumption and reducing the efficiency of existing business models. Some aspects of the application of soft calculations and measurements in the management of raw resource flows are presented. The characteristic is given to the system of socio-economic ratings of countries. The ratings that evaluate the raw material resource flows are considered. Combined ratings are proposed for use in the management of raw material resource flows. It is noted that the competitive advantages of the economies of countries, integration associations, individual areas of production in modern conditions largely depend on their involvement in the processes of international specialization. It is posed the problem of effective countries supplying raw materials for participation in value chains. Particular attention is paid to identifying opportunities for improving the activities of Russian companies in world commodity markets.

Keywords: resource, raw material resource, international ratings, trends in the extraction of raw materials, technology of operating resources, the role of the raw material resource.

For citation: Orlova N.L. Transformation in the role of raw materials in the global economy: new opportunities for Russia. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 148–159. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-148-159.

References

1. Strategic directions and priorities of regional development in the face of global challenges / Ed. by Yu.G. Lavrikova, E.L. Andreeva. Yekaterinburg: Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, 2019.
2. Mineral Commodity Summaries 2001 & 2019 и Statistical Review of World Energy. URL: <https://minerals.usgs.gov/minerals/pubs/mcs>; URL: <http://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html> (accessed: 15.01.2020).
3. Simoes A.J.G., Hidalgo C.A. The Economic Complexity Observatory: An Analytical Tool for Understanding the Dynamics of Economic Development. Workshops at the Twenty-Fifth AAAI Conference on Artificial Intelligence. 2011; Hausmann R., Hidalgo C.A., Bustos S., Coscia M., Chung S., Jimenez J., Simoes A., Yildirim M.. The Atlas of Economic Complexity. Puritan Press. Cambridge MA. 2011. URL: <https://atlas.media.mit.edu> (accessed: 15.01.2020).
4. The site of the Ministry of Finance of Russia. URL: https://www.minfin.ru/ru//fedbud/?id_65=80041&page_id=3847&popup=Y&area_id=65 (accessed: 17.01.2020).
5. Forecast of the development of energy in the world and Russia until 2040. URL: http://www.eriras.ru/files/forecast_2040.pdf (accessed: 18.01.2020).
6. Aggregated LPI / The World Bank. URL: <https://lpi.worldbank.org/international/aggregated-ranking> (accessed: 18.01.2020).
7. The Global Enabling Trade Report 2016 /World Economic Forum. URL: http://reports.weforum.org/global-enabling-trade-report-2016/?doing_wp_cron=1556446586.9754838943481445312500 (accessed: 18.01.2020).
8. Orlova N.L. Management of raw resource flows in the modern world economy: the role of soft measurements. *Soft measurements and calculations*. 2019. No. 6. P. 47–52.

ФАКТОРЫ И РЕЗЕРВЫ УВЕЛИЧЕНИЯ ЭКСПОРТА ПШЕНИЦЫ И ПРОДУКТОВ ЕЕ ПЕРЕРАБОТКИ ИЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Магомедов М.Д., Строев В.В., Карабанова О.В., Домарев И.Е.

МАГОМЕДОВ Магомед Даниялович – профессор, кафедра экономики и менеджмента Института права и управления ГАОУ ВО МГПУ, Москва, Российская Федерация.
E-mail: profmagomedov@mail.ru

СТРОЕВ Владимир Витальевич – профессор, директор Института права и управления ГАОУ ВО МГПУ, Москва, Российская Федерация. E-mail: jurist.info@mgru.ru

КАРАБАНОВА Ольга Владимировна – доцент, кафедра экономики и менеджмента Института права и управления ГАОУ ВО МГПУ, Москва, Российская Федерация.
E-mail: karabanova.o@gmail.com

ДОМАРЕВ Иван Евгеньевич – доцент, кафедра экономики и менеджмента Института права и управления ГАОУ ВО МГПУ, Москва, Российская Федерация. E-mail: remont-rt@mail.ru

Аннотация. В статье предлагается классификация основных факторов, влияющих на увеличение объемов экспорта пшеницы и продуктов ее переработки из Российской Федерации. Каждый фактор подробно раскрывается. Рассмотрены резервы и даны рекомендации по их использованию.

Ключевые слова: экспорт, пшеница и продукты ее переработки, факторы и резервы.

Для цитирования: Магомедов М.Д., Строев В.В., Карабанова О.В., Домарев И.Е. Факторы и резервы увеличения экспорта пшеницы и продуктов ее переработки из Российской Федерации // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 160–169. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-160-169.

В эффективном развитии зернового хозяйства Российской Федерации (РФ) важное место занимает установление факторов, влияющих на увеличение объемов экспорта пшеницы и продуктов ее переработки, а также на выявление резервов [2]. По результатам проведенных исследований нами рекомендуется классификация основных факторов, влияющих на увеличение экспорта пшеницы и продуктов ее переработки. Она представлена на рис. 1.

Все факторы подразделяются на две основные группы – внешние и внутренне. Рассмотрим более подробно каждую группу факторов.

Внешние факторы

1. Цены на пшеницу и продукты ее переработки на отечественном и мировом рынках

В современных условиях цены на пшеницу и продукты ее переработки зависят от спроса и предложения. На цены пшеницы и продуктов ее переработки



Рис. 1. Классификация основных факторов, влияющих на увеличение экспорта пшеницы и продуктов ее переработки

на отечественном и мировых рынках оказывают влияние инфляция, природно-климатические условия, плодородие почвы, организованное проведение весенне-осенних полевых работ, своевременность и качество послеуборочной доработки и т. д. Поэтому в те годы, когда наблюдаются большие валовые сборы пшеницы, цены, как правило, снижаются и наоборот.

Цены на продукцию мукомольных предприятий во многом зависят от стоимости приобретаемого зерна, так как его удельный вес в себестоимости продукции превышает 70% [4. С. 197]. На мировом рынке цены на зерно находятся в прямой зависимости от объемов его производств в мире.

2. Налоговая и таможенная политика государства

Рост объемов экспорта пшеницы и продуктов ее переработки во многом зависит от налоговой и таможенной политики государства [1. С. 7]. В нашей стране стремятся снизить налоговую нагрузку на предприятия. Хотя в отдельных случаях происходит определенное повышение налогов. Так, например, налог на добавленную стоимость с первого января 2019 г. вырос с 18 до 20%.

Таможенная политика государства оказывает влияние (вместе с другими факторами) на величину экспортных и импортных цен на продукцию. Перед РФ стоит задача – увеличить экспорт продукции, поэтому необходимо создавать максимально благоприятные условия в таможенной системе: снизить таможенную пошлину, налог на добавленную стоимость и таможенные сборы. Это приведет к уменьшению экспортной цены и соответственно росту конкурентоспособности продукции на мировом рынке.

3. Финансово-кредитная политика государства

На эффективное развитие сельскохозяйственных и мукомольных предприятий большое влияние оказывает финансово-кредитная политика государства. Доступность финансовых ресурсов – важное условие эффективного функционирования предприятий. Как показывает практика, предприятия далеко не всегда располагают свободными финансовыми ресурсами и поэтому часто прибегают к кредитам. В тех случаях, когда их можно получить по относительно низким процентам, вероятность полноценного функционирования предприятий возрастает. В настоящее время ключевая ставка Центрального Банка России составляет 6,0%. Центробанк в течение года несколько раз снижал ключевую ставку. Но, несмотря на это, ее величина остается очень высокой. Для дальнейшего снижения ключевой ставки в первую очередь надо снизить инфляцию в стране. А фактическая доступность кредитов сейчас для предпринимателей небольшая.

Руководство страны видит необходимость в структурном изменении экономики. Оно должно произойти в сторону увеличения доли малого и среднего бизнеса. В настоящее время она составляет 20–22%, тогда как в странах с развитой рыночной экономикой – 60%. Эту проблему легче решить при доступности кредитов, поэтому дальнейшее снижение ключевой ставки – объективная необходимость. Вместе с тем следует свести на нет попытку нецелевого использования выделенных кредитных ресурсов. Так, например, некоторые предприниматели полученные под низкие проценты кредиты стремятся переводить в офшорные зоны, где они могут получить большие доходы.

При наличии у сельскохозяйственных и мукомольных предприятий свободных финансовых ресурсов следует разработать бизнес-план. Кроме того, его нужно сравнивать с другими возможными инвестиционным проектами. Более выгодный из них должен быть принят к реализации.

4. Обеспеченность рабочей силой сельскохозяйственных и мукомольных предприятий

Рабочая сила является, как известно, одним из важнейших факторов производства продукции или оказания услуг, поэтому она занимает достойное место в развитии сельскохозяйственных и мукомольных предприятий. Рабочая сила должна иметь нужную квалификацию. Наличие квалифицированных и заинтересованных работников на сельскохозяйственных и мукомольных предприятиях благотворно сказывается на эффективности развития этих предприятий.

Считалось, что в условиях плановой экономики в Советском Союзе отсутствовала безработица. На наш взгляд, тогда имела место скрытая форма безработицы. Официально не было и рынка труда.

С переходом на рыночные отношения официально указывалось наличие безработицы в стране, тогда начали вести и статистический учет. Образовалась государственная служба занятости населения. Зарегистрированные в центре занятости безработные получают пособия до своего трудоустройства. Сельскохозяйственные и мукомольные предприятия обращаются в центры занятости и часто с их помощью находят подходящих работников.

В начале перехода на рыночные отношения безработица была высокой. В большинстве случаев колхозы и совхозы не функционировали, не были созданы фермерские хозяйства, что вынуждало население переезжать в города и находить там себе кусок хлеба, занимаясь в основном торговлей на продовольственных и вещевых рынках. В настоящее время в сельской местности осталось очень мало рабочей силы. Это связано с отсутствием рабочих мест и тяжелыми жизненными условиями. После решения указанных проблем можно ожидать приток рабочей силы в села и, соответственно, эффективное развитие сельскохозяйственных предприятий. На мукомольных предприятиях имеется, за небольшим исключением, достаточное количество рабочей силы. При этом следует постоянно повышать ее квалификацию.

5. Качество подготовки бакалавров и магистров в высших учебных заведениях

Для сельскохозяйственных и мукомольных предприятий готовят бакалавров и магистров во многих высших учебных заведениях. Однако названные предприятия не спешат принимать выпускников этих вузов на работу из-за низкого качества их подготовки и отсутствия опыта работы. В таких условиях выпускники вынуждены устраиваться на работу в других отраслях народного хозяйства.

Рабочие сельскохозяйственных и мукомольных предприятий, связанные с использованием техники, должны знать специфику работы машин и оборудования этой отрасли. Для решения этой проблемы в первую очередь следует повышать качество подготовки бакалавров и магистров в высших учебных заведениях; их практика на названных предприятиях должна способствовать существенному уменьшению периода адаптации. Подготовкой и переподготовкой рабочих занимаются различные школы в сельском хозяйстве и в системе хлебопродуктов. К ним также должны предъявляться высокие требования.

6. Тарифы на транспорт

Тарифы на транспорт (за исключением своего), используемый для перевозки пшеницы и продуктов ее переработки, зависят от фирм, занимающихся перевозками грузов [7. С 60]. Тарифы на транспорт (как и цены) зависят от спроса и предложения. Результаты анализа показали, что в последнее время заметно активизировались предложения по грузовым и пассажирским перевозкам, что привело к определенному снижению тарифов на перевозку. Вместе с тем названные предприятия могут провести сравнительную оценку относительно того, каким транспортом выгоднее осуществлять перевозки – автомобильным, железнодорожным или водным. Это зависит от тарифов на каждый вид транспорта.

Внутренние факторы

1. Состояние плодородия земель, количество и качество вносимых минеральных и естественных удобрений

Российская Федерация располагает самым большим земельным фондом в мире (более 1,7 млрд га). Из этого количества земель только 13% составляют сельскохозяйственные угодья. Кроме того, в земельных ресурсах страны – более половина чернозема мира. Такие ресурсы могут обеспечить устойчивые валовые сборы зерна от 120 до 150 млн т в год.

Главной проблемой низкого плодородия земель сельскохозяйственного назначения считается отсутствие единого центра, занимающего земельными ресурсами. В результате проявляются массовые недостатки в землепользовании, которые тормозят внедрение современных приемов и методов земледелия. Большие площади сельскохозяйственных угодий находятся в ведении организаций, не занимающихся сельским хозяйством, и поэтому их привлечение для производства сельскохозяйственной продукции сулит большие выгоды.

Производство минеральных и органических удобрений, а также внесение их в соответствии с нормами безусловно окажет большое позитивное влияние на плодородие земель сельскохозяйственного назначения. Минеральные удобрения, произведенные в РФ, пользуются большим спросом в других странах, и производители стремятся увеличить объем их экспорта. В современных условиях приоритетом для них должна стать их поставка на внутренний рынок. В этих целях Правительство РФ должно заинтересовать производителей удобрений в реализации своей продукции на внутреннем рынке. Это можно осуществить с помощью выделения дотаций, предоставления льготных кредитов и т. д. В крайнем случае необходимо повышать вывозные пошлины. Указанные меры должны действовать до полного удовлетворения внутренних потребностей.

2. Структурные изменения посевных площадей

На посевных площадях сельскохозяйственных предприятий производят большое количество видов зерна. Видовое разнообразие зависит от основной направленности сельского хозяйства – растениеводства или животноводства. Если в приоритете растениеводство, нужно производить такие виды зерна, как пше-

ница, рожь овес, ячмень и т. д. При производстве пшеницы исходят из того, что урожайность озимой пшеницы в два с лишним раза выше, чем яровой, поэтому нужно стремиться максимально увеличить под нее посевные площади. В тех случаях, когда для сельскохозяйственного предприятия в приоритете животноводство и если позволяют природные условия, следует увеличивать посевные площади под кукурузу и бобовые культуры. Объясняется это тем, что кукуруза имеет большую урожайность и высокие кормовые возможности, но содержание белка в ней небольшое, а зернобобовые культуры богаты белком. От совместного использования этих культур можно ожидать большой эффект в развитии животноводства.

3. Технический уровень производства сельскохозяйственных и мукомольных предприятий

Как было сказано, для производства зерна в сельском хозяйстве используются трактора, сеялки, зерноуборочные комбайны, а для послеуборочной обработки – зерносушилки, сепараторы, ленточные конвейеры и т. д. На мукомольных предприятиях применяются сепараторы, триера, моечные и увлажнительные машины, камнеотборники, вальцовые станки, рассева, ситовейки и т. д. [3. С. 866].

Все перечисленные машины и оборудование вместе составляют технический уровень предприятий, занимающихся экспортом пшеницы и продуктов ее переработки. Результаты проведенного анализа сельскохозяйственных и мукомольных предприятий показали их сильную моральную и физическую изношенность, поэтому технический уровень этих предприятий невысокий, что оказывает большое влияние на конечный результат.

4. Затраты на производство и реализацию пшеницы и продуктов ее переработки

Плодородие земель и климатические условия на территории нашей страны колеблются в широких пределах. В местах с суровым климатом затраты на производство и реализацию пшеницы большие и наоборот (в Кемеровской области урожайность пшеницы составляет 25, а в Краснодарском крае – 65 центнеров с гектара [8]. Затраты на реализацию в большей мере зависят от правильных управленческих решений, принимаемых руководством сельскохозяйственных предприятий. Затраты на экспорт пшеницы во многом находятся в прямой зависимости от транспортных расходов: чем они ниже, тем лучше. При экспорте муки необходимо соблюдать требования к качеству продукции импортера [6. С. 164].

5. Потери в процессе производства, уборки, хранения пшеницы и ее переработки

При производстве, уборке и послеуборочной переработке пшеницы имеются большие потери. Они связаны прежде всего с низкой технологической эффективностью применяемых машин. Так, например, при использовании старых зерноуборочных комбайнов потери пшеницы доходят до 10–15%. Реконструкция машиностроительных предприятий, занимающихся производством зерноуборочных комбайнов, дает возможность производить их с высокой технологической эффективностью.

6. Экономное использование электрической энергии и топлива

Потребление электрической энергии и топлива занимает главное место в функционировании сельскохозяйственных и мукомольных предприятий. Отсутствие этих факторов может привести к их остановке. Вместе с тем перерасход электроэнергии и топлива приводит к увеличению затрат, что нежелательно в условиях жесткой конкуренции. Результаты анализа показали, что в условиях рыночной экономики электрическая энергия и топливо используются более рачительно.

7. Утилизация или продажа бездействующих морально и физически изношенных машин и оборудования

В последние годы начали производить новые современные машины и оборудование для сельскохозяйственных и мукомольных предприятий. Некоторые из них уже внедряют, а старые машины и оборудование во многих случаях остаются на балансе предприятия. Это приводит к переплате определенной суммы амортизационных отчислений в бюджет государства. Для предотвращения такой негативной ситуации необходимо вовремя снять с баланса старые демонтированные машины и оборудование. После чего, если есть возможность, продать их малым предприятиям или оперативно утилизировать. Это даст возможность сэкономить определенную сумму на выплату амортизационных отчислений в бюджет государства.

8. Отпускные цены пшеницы и продуктов ее переработки на предприятиях

Цена играет важную роль в экономике предприятия и народного хозяйства в целом. Все попытки реформирования экономики страны не увенчались успехом, пока цены не стали свободными. Обычно в состав оптово-отпускной цены предприятия входят себестоимость продукции, прибыль, налог на добавленную стоимость и акцизы (если товары подакцизные). В оптово-отпускную цену продукции сельскохозяйственных предприятий включаются только себестоимость и прибыль. Тем самым государство создает благоприятные условия для развития сельского хозяйства. В состав оптово-отпускной цены мукомольного предприятия входят себестоимость продукции, прибыль и налог на добавленную стоимость. В современных условиях ценовая политика предприятия должна полностью соответствовать изменяющейся конъюнктуре рынка [5. С. 41]. В противном случае имеющая место жесткая конкуренция может привести к банкротству. В таких условиях предприятия должны стремиться к снижению затрат, а также производить продукцию высокого качества, отвечающую требованиям рынка.

Факторы и резервы увеличения экспорта пшеницы и продуктов ее переработки тесно связаны между собой [2. С. 25]. В результате влияния факторов появляются новые резервы. На основании этого можно сгруппировать резервы, появляющиеся под влиянием внутренних и внешних факторов. Например, резервы, появляющиеся в результате изменения конъюнктуры рынка, являются *внешними*, а в результате снижения потерь в процессе производства – *внутренними*.

Резервы увеличения экспорта пшеницы и продуктов ее переработки подразделяются на текущие и перспективные. К *текущим резервам* относятся те, которые можно реализовать в течение короткого промежутка времени. Для их реализации не требуется больших затрат. Применительно к сельскохозяйственным и мукомольным предприятиям к ним можно отнести снижение потерь в процессе производства и реализации продукции. Для решения этого вопроса достаточно заинтересовать работающих. К ним также можно отнести уменьшение простоев зерноуборочных комбайнов, зерносушилок и сепараторов при послеуборочной переработке зерна, машин и оборудования мукомольных предприятий и т. д.

Перспективные резервы требуют проведения специальных исследований, связанных с изменением факторов. Так, если необходимо существенно повысить урожайность пшеницы, следует проводить серьезные исследования с привлечением больших финансовых ресурсов. Также для увеличения выхода муки высшего сорта на мукомольных предприятиях приходится полностью заменить машины и технологическое оборудование. Все это требует длительного времени и серьезных финансовых ресурсов.

Кроме того, в теории и на практике резервы подразделяются на явные и скрытые. *Явные резервы* без особого труда можно использовать. К ним относятся, например, увеличение валовых сборов пшеницы путем увеличения посевных площадей, перерасход пшеницы при производстве продукции, необоснованное увеличение расхода электрической энергии и т. д.

Скрытые резервы связаны прежде всего с использованием достижений науки и техники, а также прогрессивного опыта в Российской Федерации и странах с развитой рыночной экономикой. К ним следует отнести полную механизацию и автоматизацию производственных процессов, повышение оперативности получения и передачи информации путем использования продвинутых информационных технологий и т. д.

Важное место на сельскохозяйственных и мукомольных предприятиях занимают и резервы экстенсивного и интенсивного направлений их развития.

Резервы экстенсивного направления связаны с возможностью роста валовых сборов пшеницы путем увеличения посевных площадей или увеличения производственной мощности мукомольного предприятия с помощью использования технологических машин и оборудования, аналогов действующих. А *резервы интенсивного направления* связаны с повышением урожайности пшеницы или применением продвинутой техники и технологии переработки пшеницы на мукомольных предприятиях.

Использование имеющихся резервов позволит в течение короткого промежутка времени значительно увеличить экспорт пшеницы и продуктов ее переработки из Российской Федерации.

Источники

1. Совершенствование государственного регулирования развития сельского хозяйства: Монография / А.И. Алтухов [и др.]; Курская государственная сельскохозяйственная академия им. профессора И.И. Иванова. Курск, 2019.

2. Алтухов А.И. Важный фактор активного расширения экспорта российского зерна // Экономика сельского хозяйства России. 2016. № 9. С. 24–35.
3. Магомедов М.Д., Алексейчева Е.Ю., Куломзина Е.Ю. Повышение экономической эффективности использования зерна на мукомольных предприятиях Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10-2 (63). С. 865–868.
4. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Ценообразование: Учебник. 3-е изд. М.: «Дашков и К^о», 2017.
5. Состояние и тенденции развития рынков пищевой промышленности: теория, методология, практика / Л.Т. Печеная [и др.] // Пищевая промышленность. 2019. № 5. С. 39–43.
6. Печеная Л.Т., Толкачева С.В., Бацочкин А.О. Методология реализации непрофильных бизнес-процессов на хлебопекарных предприятиях посредством сервисной модели обслуживания // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Т. 9. № 5-1. С. 164–175.
7. Силаева Л.П. Размещение и специализация сельскохозяйственного производства в ЕАЭС как основа формирования международной кооперации // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2018. № 3. С. 59–65.
8. Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru>

FACTORS AND RESERVES FOR INCREASED EXPORTS OF WHEAT AND WHEAT PRODUCTS PROCESSING FROM THE RUSSIAN FEDERATION

Magomedov M.D., Stroyev V.V., Karabanova O.V., Domarev I.E.

MAGOMEDOV Magomed Daniyalovich – professor, Department of Economics and Management of the Institute of Law and Management of GAOU VO MGPU, Moscow, Russia. E-mail: profmagomedov@mail.ru

STROYEV Vladimir Vitalyevich – professor, director of the Institute of Law and Management of GAOU VO MGPU, Moscow, Russia. E-mail: jurist.info@mgpu.ru

KARABANOVA Olga Vladimirovna – associate professor, Department of Economics and Management of the Institute of Law and Management of GAOU VO MGPU, Moscow, Russia. E-mail: karabanova.o@gmail.com

DOMAREV Ivan Evgenyevich – associate professor, Department of Economics and Management of the Institute of Law and Management of GAOU VO MGPU, Moscow, Russia. E-mail: remont-rt@mail.ru

Abstract. The article proposes a classification of the main factors affecting the increase in wheat exports and processing products from the Russian Federation. They are grouped into external and internal. Each factor is disclosed in detail. Reserves are considered and recommendations on their use are given.

Keywords: export, wheat and its processed products, factors and reserves.

For citation: Magomedov M.D., Stroyev V.V., Karabanova O.V., Domarev I.E. Factors and reserves for increased exports of wheat and wheat products processing from the Russian Federation. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 160–169. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-160-169.

References

1. Improvement of state regulation of agricultural development: Monograph / A.I. Altukhov [et al.]; Kursk State Agricultural Academy named after professor I.I. Ivanov. Kursk, 2019.
2. Altukhov A.I. An important factor in the active expansion of Russian grain exports. *Economics of Agriculture of Russia*. 2016. No. 9. P. 24–35.
3. Magomedov M.D., Alekseycheva E.Yu., Kulomzina E.Yu. The economic efficiency of grain use in flour-milling enterprises of the Russian Federation. *Economics and entrepreneurship*. 2015. No. 10-2 (63). P. 865–868.
4. Magomedov M.D., Kulomzina E.Yu., Chaikina I.I. Pricing: Textbook. 3rd ed. Moscow: PTC “Dashkov & Co.”, 2017.
5. State and trends of food industry markets: theory, methodology, practice / L.T. Pechenaya [et al.]. *Food industry*. 2019. No. 5. P. 39–43.
6. Pechenaya L.T., Tolkacheva S.V., Batsokin A.O. Methodology of implementation of non-core business processes at bakery enterprises through service model of service. *Economics: yesterday, today, tomorrow*. 2019. T. 9. No. 5-1. P. 164–175.
7. Silayeva L.P. Placement and specialization of agricultural production in the EAEU as the basis of formation of international cooperation. *Fundamental and applied research of the cooperative sector of the economy*. 2018. No. 3. P. 59–65.
8. Federal State Statistics Service. URL: <http://www.gks.ru>

ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН В ПРИМЕНЕНИИ ИННОВАЦИЙ В УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Черняев М.В., Агеев Е.Н.

ЧЕРНЯЕВ Максим Васильевич – кандидат экономических наук, доцент кафедры национальной экономики, Российский университет дружбы народов, Москва, Российская Федерация. E-mail: m.chernyaev@mail.ru

АГЕЕВ Егорий Никитич – студент группы ТЭК19-4 факультета экономики и финансов топливно-энергетического комплекса Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Российская Федерация. E-mail: ageevgeorgy@gmail.com

Аннотация. В статье исследованы тенденции развития инновационных технологий в открытой и подземной угледобыче, цифровизация процессов в разведочных и геодезических работах угольной промышленности, особенности их применения.

Ключевые слова: угольная промышленность, инновации, наземное лазерное сканирование (TLS), бортовое лазерное сканирование (ALS), мобильные лазерные сканирующие системы (MLS), интеллектуальная шахта.

Для цитирования: Черняев М.В., Агеев Е.Н. Опыт зарубежных стран в применении инноваций в угольной промышленности // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 170–175. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-170-175.

На современном этапе угольная промышленность России ежегодно наращивает объемы добычи угля. При этом отрасль не может ориентироваться исключительно на внутренний рынок. Для того чтобы российский уголь был востребован на глобальном рынке, необходима технологическая реструктуризация, модернизация и широкое внедрение инновационных технологий. Стратегические ориентиры нового этапа развития отрасли определены в Долгосрочной программе развития угольной промышленности России на период до 2030 г., утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 24 января 2012 г. № 14-р [1].

Инновационное развитие предполагает не только разработку и внедрение собственных продуктов НИОКР, но зачастую и имплементацию в производственные процессы заимствованных технологий и продуктов. В связи с этим важен постоянный мониторинг зарубежных инновационных технологий. В данном разделе мы провели анализ некоторых зарубежных разработок в угольной промышленности, которые активно применяются или находятся в стадии внедрения.

Общий обзор инновационных тенденций позволяет выделить следующие ключевые направления развития. В открытой угледобыче сегодня наиболее активно развиваются такие направления, как:

- увеличение единичной мощности и производительности горнотранспортного оборудования (автосамосвалов и экскаваторов);

- расширение сферы использования циклично-поточных технологий;
- широкое использование информатизации, а в перспективе – и частичной роботизации основных процессов (проект «интеллектуальный карьер»);
- оптимизация процессов проектирования горных предприятий на основе использования динамических 3D моделей (с нулевого цикла и до полного восстановления земель после горных работ);
- минимизация негативного влияния открытых горных работ на окружающую среду.

В подземной угледобыче научно-технический прогресс в основном связан со следующими направлениями:

- повышение единичной мощности угольных комбайнов и увеличение нагрузки на очистной забой;
- автоматизация и информатизация, а в перспективе – и роботизация процессов в угольных шахтах;
- повышение безопасности труда на основе предупреждения газо– и геодинамических рисков, внедрение комплексных автоматизированных систем безопасности, в том числе отслеживающих местоположение людей в шахте;
- использование нетрадиционных источников энергии, в том числе метана угольных пластов и остаточного тепла шахтных вод;
- снижение негативного влияния подземных горных работ на объекты, воду и атмосферу.

В переработке угля основной упор делается на повышении выхода концентрата из рядового угля, снижении энергоемкости процессов обогащения, решении проблем обогащения и последующего использования мелких и ультрамелких классов, обеспечении экологичности работы угольных электростанций и обогатительных комбинатов.

Среди наиболее перспективных направлений инновационного развития угольной промышленности выделяют новые технологии информатизации разведки и разработки угольных месторождений, добычи угля закрытым способом, включая технологии повышения производительности, автоматизации и информатизации, а также безопасной добычи. Наконец, большое внимание стоит уделить совершенствованию экологичности переработки угля и производству электроэнергии, основанной на угле.

Разведка угольных месторождений

Цифровизация процессов является на сегодняшний день глобальным трендом, позволяющим добиться повышения производительности существующих активов. Информатизация разведочных и геодезических работ в угольной промышленности – важное направления развития отрасли.

Последние несколько лет активно развиваются **системы наземного лазерного сканирования (TLS), бортового лазерного сканирования (ALS) и мобильные лазерные сканирующие системы (MLS)**. Лазерные сканеры исполь-

зуются в широком спектре рабочих процессов, связанных с обследованиями, в том числе с обследованиями запасов, просадки грунта, в общих топографических 3D-съемках (наземных и подземных). Совсем недавно усовершенствованные методы лазерных сканирующих систем (MLS) стали применяться для подземных горных работ. Используя **метод одновременной локализации и картирования (SLAM)** (оборудование состоит из вращающегося 2D LiDAR-блока и промышленного инерциального измерительного блока (IMU)), полученные данные сканирования обрабатываются с помощью серии шагов для получения плотной и точной геоинформации. Полученное таким образом трехмерное облако точек позволяет производить разведку и анализ быстро и эффективно, не прерывая добычу полезных ископаемых.

Комбинированные технологии лазерного сканирования и беспилотных летающих аппаратов обеспечивают относительно недорогую, безопасную, быструю и точную возможность для отображения текущего состояния шахты; данные облака точек используются для создания трехмерных информационных моделей. Внедрение этой технологии недавно было успешно завершено в Южной Африке с применением портативной версии технологии SLAM, установленной на транспортном средстве.

Компания *Angloamerican* готовит к внедрению собственную инновацию в разведывательных работах. **SQUID** – технология разведки, которая может обнаруживать и наносить на карту месторождения руды. Это сверхпроводящее квантовое интерференционное устройство особенно полезно для обнаружения скрытых металлических отложений, которые маскируются другими проводящими металлами. Оно может быть адаптировано для полетов дронов.

В настоящее время закрытая добыча угля становится все более трудоемкой и опасной из-за глубокого залегания пород. Среди первоочередных задач инновационного развития в сфере добычи угля можно выделить:

- 1) повышение производительности добычи;

- 2) обеспечение безопасности добычи, в том числе автоматизацию процессов для полного исключения участия людей на некоторых этапах.

В рамках этих двух направлений особо заметны инновационные решения, разработанные и применяемые одним из ведущих мировых производителей угля – компанией *Angloamerican*. Инновации внедряются в рамках программы *FutureSmart Mining*. Этот проект нацелен на предоставление поэтапных инноваций в области технологий и устойчивого развития – обеспечения более безопасной, эффективной, точной и устойчивой добычи с меньшими затратами. Технологии, которые разрабатываются и внедряются, ориентированы на следующие три области: **безводную шахту** (инновационные подходы к разделению и транспортировке руды и отходов, измерению испарения, удалению сухих хвостов и безводной обработке), **современную шахту** (инновации для добычи руды со сложной минералогией, обеспечивающие безопасность и снижающие эксплуатационные расходы) и **интеллектуальную шахту** (трансформация огромных объемов данных в интеллектуальный прогноз).

Эти решения включают в себя следующие инновационные проекты. Вместе с компанией *Atlas Copco*, шведским производителем промышленного оборудования, была создана **Система быстрой разработки рудников (RMDS)**, предназначенная для быстрой и экономичной разработки низкопрофильных туннелей в твердых породах. RMDS осуществляет разработки туннеля прямоугольной формы, что важно для обеспечения устойчивости кровли, а также для обеспечения ровного пола, необходимого для транспортных средств в шахтах. Преимущества RMDS:

- удаление людей из районов наибольшей опасности под землей;
- нанесение меньшего ущерба верхним стенам;
- снижение риска обрушения;
- уменьшение времени раскопок руды, поскольку на взрывные работы не тратится время.

Технологией, позволяющей освоить глубокие залежи угля, является **подземная газификация угля (Underground Coal Gasification, UCG)**. Реактор для системы UCG представляет собой природную геологическую формацию, содержащую необработанный уголь. Обычно UCG состоит из двух соседних скважин, пробуренных в угольном пласте, и окислителя под давлением, такого как воздух или кислород; используется для воспламенения угольного пласта. Окислитель и газифицирующий агент подаются через нагнетательную скважину, а продукты сгорания и газификации извлекаются из эксплуатационной скважины. Ввод кислорода и пара вместо воздуха производит наиболее полезный продукт газа. Основными составляющими продукта газа являются H_2 , CO_2 , CO , CH_4 и пар. Соотношение этих газов зависит от типа угля и эффективности процесса газификации.

Данный инновационный метод применяется в Индии. Общие запасы Индии составляют порядка 302 млрд т угля. Угли в блоках *Kaitha* и *Thesgoda 'C'* находятся на глубине более 300 м с запасом угля более 150 т. Обычная добыча не подходит для этих блоков. Для освоения неразработанного запаса угля подземная газификация угля является одной из наиболее подходящих технологий, которая экономически выгодна и экологична.

Технология Longwall Top Coal Caving (LTCC) позволяет выкапывать толстые угольные пласты длиной от 5 до 12 м за один проход длинностенной машины, обеспечивая высокую производительность и экономическую отдачу от операции. Технология добычи толстых угольных пластов является значительным прогрессом в подземной добыче угля и имеет всемирный потенциал. Технология уже успешно внедрена на ряде шахт в Китае и имеет аналогичный потенциал среди подземных шахт Австралии. Данная технология позволяет значительно увеличить отдачу ресурсов в толстых пластах, таких как, например, *Austar Greta*. Используя метод добычи LTCC, можно получить доступ и извлечь еще 80% дополнительного угля в пласте, что значительно улучшает общее извлечение подземных угольных ресурсов и общую экономичность шахты.

Таким образом, успешно опробованные технологии позволяют ускорить получение результатов их внедрения. По мнению авторов, в России осознается

спрос на инновации, и в ближайшем будущем развитие угольной промышленности будет носить более интенсивный характер в результате использования зарубежных технологий и интенсификации собственных разработок.

Источники

1. Долгосрочная программа развития угольной промышленности России на период до 2030 года: Распоряжение Правительства РФ от 24 января 2012 г. № 14-р.
2. A new method of gas drainage as a solution for dangerous phenomena in underground coal mines / Pavel Zapletal, Jaroslava Koudelková, Václav Zubíček, Tomáš Král, Andrea Mokrošová // The Mining-Geology-Petroleum Engineering Bulletin. Ostrava, 2018.
3. Angloamerican Company's Website. URL: <https://www.angloamerican.com/futuresmart/our-industry/technology/picture-this-the-modern-mine> (дата обращения: 05.02.2020).
4. Digital Mines Conference. URL: <http://claridenglobal.com> (дата обращения: 05.02.2020).
5. Digitalist Magazine. URL: <https://www.digitalistmag.com/future-of-work/2017/10/11/big-data-analytics-smarter-way-to-mine-05384220> (дата обращения: 05.02.2020).
6. Merzlova M.P., Sharkova A.V. Impact of investment climate on formation and increase of fixed capital of enterprises // Middle East Journal of Scientific Research. 2013. Т. 16. № 4. С. 486–489.
7. Markina I.A., Sharkova A.V. Assessment methodology for resource-efficient development of organizations in the context of the green economy // Journal of Applied Economic Sciences, 2014. Т. 9. № 4. С. 687–693.
8. Innovative aspects of development of the waste recycling industry in the new economic context: problems and prospects / Y.V. Morozyuk [et al.] // Journal of Environmental Management and Tourism, 2017. Т. 8. № 3 (19). С. 507–515.
9. Предпринимательство и бизнес: финансово-экономические, управленческие и правовые аспекты устойчивого развития: Коллективная монография / Т.А. Полгар [и др.]. М.: ИТК «Дашков и К°», 2016.
10. Экономическая теория. Политическая экономия: Учебник / И.Е. Ларионов [и др.]; под ред. И.К. Ларионова, Н.Н. Пилипенко, В.Н. Щербакова. 3-е изд. М.: ИТК «Дашков и К°», 2010.
11. Кунанбаева К.Б. Методика формализации статуса градообразующих организаций // Экономические системы. 2017. Т. 10. № 1 (36). С. 55–61.
12. Развитие предпринимательства: концепции, цифровые технологии, эффективная система: Монография / Под общ. ред. М.А. Эскиндарова. М.: ИТК «Дашков и К°», 2019.
13. Концепция эффективного предпринимательства в сфере новых решений, проектов и гипотез: Монография / Под общ. ред. М.А. Эскиндарова. 2-е изд. М.: ИТК «Дашков и К°», 2019.

EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES IN APPLYING INNOVATIONS IN THE COAL INDUSTRY

Chernyaev M.V., Ageev E.N.

CHERNYAEV Maksim Vasil'evich – PhD (Economics and National Economy Management), associate professor of the Department of National economy, Faculty of Economics, RUDN University, Moscow, Russia. E-mail: m.chernyaev@mail.ru.

AGEEV Egoriy Nikitich – student of the faculty of Economics and Finance of the fuel and energy complex, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia. E-mail: ageevegory@gmail.com.

Abstract. The article examines the trends in the development of innovative technologies in open and underground coal mining, digitalization of processes in the exploration and geodetic works of the coal industry, and features of their application.

Keywords: coal industry, innovations, ground-based laser scanning (TLS), on-Board laser scanning (ALS), mobile laser scanning systems (MLS), smart mine.

For citation: Chernyaev M.V., Ageev E.N. Experience of foreign countries in applying innovations in the coal industry. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 170–175. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-170-175.

References

1. Long-term program for the development of the Russian coal industry for the period up to 2030: Approved by decree of the Government of the Russian Federation of January 24. 2012. No. 14-p.
2. A new method of gas drainage as a solution for dangerous phenomena in underground coal mines / Pavel Zapletal; Jaroslav Koudelková; Václav Zubíček; Tomáš Král; Andrea Mokrošová. The Mining-Geology-Petroleum Engineering Bulletin. Ostrava, 2018.
3. Angloamerican Company's Website. URL: <https://www.angloamerican.com/futuresmart/our-industry/technology/picture-this-the-modern-mine> (accessed: 05.02.2020).
4. Digital Mines Conference. URL: <http://claridenglobal.com> (accessed: 05.02.2020).
5. Digitalist Magazine. URL: <https://www.digitalistmag.com/future-of-work/2017/10/11/big-data-analytics-smarter-way-to-mine-05384220> (accessed: 05.02.2020).
6. Merzlova M.P., Sharkova A.V. Impact of investment climate on formation and increase of fixed capital of entrepreneurs. *Middle East Journal of Scientific Research*. 2013. Vol. 16. No. 4. P. 486–489.
7. Markina I.A., Sharkova A.V. Assessment methodology for resource-efficient development of organizations in the context of the green economy. *Journal of Applied Economic Sciences*, 2014. Vol. 9. No. 4. P. 687–693.
8. Innovative aspects of development of the waste recycling industry in the new economic context: problems and prospects / Y.V. Morozuk [et al.]. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 2017. Vol. 8. No. 3 (19). P. 507–515.
9. Entrepreneurship and business: financial, economic, managerial, and legal aspects of sustainable development: Collective monograph / T.A. Polgar [et al.]. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2016.
10. Economic theory. Political economy: a textbook for students of higher institutions / I.E. Larionov [et al.]; ed. by I.E. Larionov, N.N. Pilipenko, V.N. Shcherbakov. 3rd ed. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2010.
11. Kunanbayeva K.B. Method of formalization of the status of city-forming organizations. *Economic systems*. 2017. Vol. 10 # 1 (36). P. 55–61.
12. Development of entrepreneurship: concepts, digital technologies, effective system: Monograph / Ed. by M. A. Eskindarov. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2019.
13. The concept of effective entrepreneurship in the field of new solutions, projects and hypotheses: Monograph / Ed. by M.A. Eskindarov. 2nd ed. Moscow: PTC "Dashkov & Co.", 2019.

ИНТЕГРАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ В ОТЕЧЕСТВЕННУЮ СИСТЕМУ ОБРАЗОВАНИЯ

Стуканова С.С., Стуканова И.П.

СТУКАНОВА Софья Сергеевна – доктор экономических наук, 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (экономика труда), доцент, доцент кафедры экономики, менеджмента и финансов НИУ «МИЭТ», Москва, Российская Федерация. E-mail: stukanova_ss@mail.ru

СТУКАНОВА Ирина Петровна – доктор экономических наук, 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг), доцент, профессор кафедры менеджмента и экономики Чебоксарского института (филиала) Московского политехнического университета, Чебоксары, Российская Федерация. E-mail: ip_stukanova@mail.ru

Аннотация. Образовательная среда и система образования в частности – ключевые институты, участвующие в формировании и развитии качества человеческих ресурсов. Проводимые в данных сферах реформы нацелены на приращение и совершенствование качественных характеристик населения в части его образовательной, культурной и профессиональной составляющих. Отечественной системой образования накоплены богатые традиции и сформирован обширный методический инструментарий. Однако происходящие в мире глобальные процессы требуют учета международных тенденций в рассматриваемой сфере.

Цель настоящей статьи – исследование степени вовлеченности субъектов рынка образовательных услуг в реализацию международных образовательных проектов и анализ результативности расширения международного сотрудничества в сфере образования.

Инструментарий исследования включает методы библиографических, аналитических и статистических исследований. Формулируемые выводы обоснованы результатами анализа статистических данных, собранными и представленными органами официальной статистики, исследовательскими центрами и агентствами.

Результаты настоящего исследования позволили выявить факторы, снижающие результативность реализации международных образовательных проектов. Следовательно, устранение данных факторов обусловит повышение профессиональной и академической мобильности, качества образования и конкурентоспособности российских образовательных организаций.

Ключевые слова: международные образовательные проекты, система образования, человеческие ресурсы, качество человеческих ресурсов.

Для цитирования: Стуканова С.С., Стуканова И.П. Интеграция международных образовательных проектов в отечественную систему образования // Экономические системы. 2020. Том 13. № 1 (48). С. 176–184. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-176-184.

Российская экономика испытывает острую потребность в высококвалифицированных кадрах, способных осуществлять намеченные модернизационные преобразования. Однако качество человеческих ресурсов современной России далеко не по всем показателям соответствует предъявляемым требованиям. Так, например, по индексу человеческого развития наша страна занимает только 49-е место в мире, уступая по этому показателю и Чили, и Катару (табл. 1).

Таблица 1

Индекс человеческого развития по отдельным странам, 2018 г. [1. С. 95]

Место в мире	Страна	Значение показателя
1	Норвегия	0,953
2	Швейцария	0,944
3	Австралия	0,939
4	Ирландия	0,938
5	Германия	0,936
37	Катар	0,856
44	Чили	0,843
49	Россия	0,816

Очевидно, что качество рассматриваемого ресурса представляет собой интегрированный показатель, характеристика которого зависит от состояния и динамики развития многих его структурных элементов и факторов. Ухудшающееся состояние здоровья [2. С. 87] и преобладание саморазрушительной модели поведения россиян в отношении его поддержания [3. С. 253], невысокий уровень мотивации к труду, низкий уровень заинтересованности в его результатах, а также снижение ценности знаний и профессионализма в глазах общества крайне негативно влияют на имеющиеся качественные характеристики, не предполагают их дальнейшее развитие.

Решению указанных проблем во многом способствует развитие образовательной среды, положительное влияние которой обеспечивает повышение уровня культуры в ее широком смысле, формирует ценностные установки общества (в том числе по отношению к здоровью, труду, саморазвитию и т. д.), воспитывает сознательность и ответственность индивида за качество его человеческого ресурса.

Образовательная среда, формируемая, в свою очередь, совокупностью социально-экономических институтов, функционирует тем эффективнее, чем более развитой и результативной является действующая в стране система образования.

Советской системой образования в этом смысле были достигнуты выдающиеся результаты. Президент США Дж. Ф. Кеннеди говорил, что «космос мы проиграли русским за школьной партой» [4]. Доктор Исследовательской службы Конгресса США Мэндэрс в своем докладе «Научно-техническое образование и кадровые резервы СССР» отмечал, что «западные эксперты, как правило, завидуют количеству и качеству образования в советских учебных заведениях» [5]. Именно благодаря своей системе образования СССР в 1960-е гг. вышел на первые позиции в рейтинге самых образованных государств мира.

К сожалению, сегодняшняя действительность заставляет по большей части только ностальгировать по достижениям прошлых лет, так как, согласно различ-

ным международным рейтингам, результаты функционирования российского образования не позволяют судить о его высокой конкурентоспособности. Так, в соответствии с исследованием, проведенном Pearson, в рейтинге эффективности национальных систем образования Россия занимает 34-е место, уступая абсолютному большинству развитых с социально-экономической точки зрения стран (США, Швейцарии, Дании, Великобритании, Сингапуру, Австралии, Бельгии и т. д.) [6]. Казалось бы, в данном случае можно сослаться на несовершенство применявшейся методики оценивания, однако приведенные результаты соотносятся с итогами других исследований. Так, согласно *The Global Human Capital Report*, по доступности квалифицированных работников Россия занимает 89-е место в мировом рейтинге [7. С. 157], а по производительности труда – 34-е место, уступая Польше и даже Чили [8].

Применение передового опыта во все времена являлось одним из наиболее перспективных инструментов реформирования. Эта позиция довольно дискуссионная, поскольку использованию любого опыта должны предшествовать его осмысление и всесторонний анализ. Однако с точки зрения разработки и реализации международных образовательных проектов, изучения мировых образовательных практик и стандартов, перенятия лучших их черт, с этим положением следует согласиться.

На сегодняшний день в России функционирует большое количество образовательных организаций различных уровней (табл. 2), большая часть которых начинает принимать активное участие в реализации международных проектов. Так, российские школы уделяют более пристальное внимание участию учеников в международных олимпиадах, программах обмена, организации приема делегаций иностранных учащихся из школ-партнеров, проведению совместных образовательных программ в периоды школьных каникул и др. Результаты подобной активности не заставили себя ждать: в 2018 г. на международной олимпиаде по математике команда российских школьников завоевала пять золотых и одну серебряную медали; на международной олимпиаде по физике – четыре золотых и одну серебряную медали. Высокие результаты были показаны нашими учениками на международных олимпиадах по информатике и химии (по две золотые и две серебряные медали), биологии (четыре золотых и одна серебряная медаль), географии (одна золотая, одна серебряная и две бронзовые медали) [10].

Незначительное увеличение численности обучающихся в образовательных организациях, осуществляющих образовательную деятельность по программам среднего профессионального образования, не позволяет достичь оптимального соотношения численности студентов рассматриваемых организаций и вузов. По словам О. Голодец, пропорциональная соотношенность среднего специального и высшего образования должна составлять соответственно 65 и 35% [11]. В целях привлечения студентов и повышения качества реализуемых программ организациям, занятым подготовкой студентов по программам среднего специального образования, следует активнее внедрять международные проекты в практику своей деятельности.

Таблица 2

Количество образовательных организаций и численность обучающихся в них [9. С. 187–188]

Показатель	2017 г.	2018 г.
Число организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам начального, основного и среднего общего образования, тыс.	42,0	41,3
Численность обучающихся по образовательным программам начального, основного и среднего общего образования, тыс. чел.	15 705,9	16 137,3
Число образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам среднего образования	3682	3659
Численность студентов образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по образовательным программам среднего образования, тыс. чел.	2931	3006
Число образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры	766	741
Численность студентов образовательных организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры, тыс. чел.	4246	4162

Ставшее в последние десятилетия традицией получение высшего образования обуславливает наличие того факта, что Россия занимает 1-е место в мире по проценту женщин с высшим образованием в возрасте 25–64 лет и 5-е место по аналогичному показателю среди мужчин (табл. 3) (в противовес показателю процента населения со средним специальным образованием, по которому наша страна занимает второе с конца место среди обследованных стран) [11].

Важный фактор развития качества человеческих ресурсов – повышение внимания российских вузов к качеству образовательных программ и подготовки выпускников. Международные образовательные проекты высших учебных заведений включают программы двойных дипломов, включенного обучения, программы академической мобильности студентов и преподавателей, партнерских отношений с вузами зарубежных стран, что благоприятно сказывается на развитии и учебного, и научного процессов, позволяет повысить престиж учебных заведений, укрепить их конкурентоспособность (в том числе на международной арене).

Однако отмеченные направления международной и научной активности требуют расширения и развития. Как отмечается в исследовании, проведенном центром экономических преобразований, в настоящее время при реализации международных образовательных проектов наблюдаются «несоразмерности». Первая несоразмерность заключается в том, что такие проекты в преобладающем

Таблица 3

**Процент людей с высшим образованием в возрасте 25–64 лет
в отдельных странах мира [11]**

Место в рейтинге	Женщины		Мужчины	
	Страна	% населения	Страна	% населения
1	Россия	61	Корея	48
2	Канада	59	Япония	48
3	Израиль	53	Канада	48
4	Финляндия	48	Люксембург	48
5	Япония	48	Россия	47
6	США	47	Швейцария	46
7	Эстония	46	Израиль	44
8	Норвегия	46	США	41
9	Австралия	45	Великобритания	41
10	Швеция	45	Австралия	38

большинстве случаев реализуются в крупных вузах, расположенных в столице, и в российских региональных центрах. Вторая несоразмерность состоит в том, что реализуемые программы академической мобильности в 10 раз чаще организуются самими студентами, нежели вузами, в которых они обучаются [12]. Привлечение зарубежных профессоров также доступно немногим вузам России. Такой тип международных проектов в сфере образования, как совместные научные публикации ППС с зарубежными коллегами, стажировки в иностранных вузах и участие в международных научно-исследовательских проектах и работах также является прерогативой, преимущественно, сотрудников крупных вузов, специализирующихся на физико-математических и естественно-научных циклах дисциплин и областях научного знания.

Государство старается поддерживать международные инициативы отечественных вузов, уделяя внимание повышению их конкурентоспособности на мировой арене. Так, например, благодаря программе «5–100», количество зарубежных профессоров, исследователей и преподавателей в российской высшей школе увеличилось в 4,5 раза, реализовано более тысячи совместных научных проектов [13], некоторые отечественные вузы повысили свои позиции в мировом рейтинге (табл. 4).

Повышение международной активности в части реализации образовательных проектов сказывается и на увеличении количества иностранных студентов, обучающихся в образовательных учреждениях нашей страны (табл. 5). На 2018–2019 учебный год удельный вес иностранных студентов достиг 6,7% в общей численности обучающихся [9. С. 209]. Развитие данной тенденции активно поддерживается государством.

Таблица 4

Ведущие российские вузы в мировом рейтинге QS-2020 [14; 15]

Наименование вуза	Позиция в рейтинге		
	2008 г.	2018 г.	2020 г.
Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова	183	90	84
Санкт-Петербургский государственный университет	224	233	234
Новосибирский научно-исследовательский государственный университет	401–500	244	231
Национальный исследовательский Томский государственный университет	401–500	277	268
Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана	–	299	284

Таблица 5

Иностранные студенты, обучающиеся по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры в образовательных организациях высшего образования и научных организациях России [9. С. 209]

Показатель	2010–2011 учебный год	2018–2019 учебный год
Иностранные студенты – всего, тыс. чел.	153,8	278,0
из них граждане стран:		
СНГ, Балтии и Грузии	116,7	198,7
Европы	1,3	3,1
Азии	28,1	55,5
Центральной и Южной Америки	0,9	1,5
Северной Америки (США и Канады)	0,1	0,3
Африки	6,7	16,7

Российским вузам участие в проектах международного сотрудничества позволяет достичь многих целей, включая решение проблемы единой системы обеспечения качества, подготовки специалистов по новейшим специальностям, совершенствования методик и технологий обучения, получения статуса научного центра и др. [16. С. 73].

Для повышения эффективности и результативности отечественной системы образования и развития качества человеческих ресурсов, безусловно, важно учитывать преимущества и сильные стороны собственного подхода к подготовке кадров. Но современные тенденции глобализации требуют расширения «открытости» социально-экономических систем, в том числе системы образования, ввиду чего дальнейшая активизация интеграции образовательных учреждений

страны в реализацию проектов международного сотрудничества представляет значимым шагом социально-экономического развития страны.

Источники

1. Стуканова С.С., Стуканова И.П. Качество образования как индикатор и инструмент повышения качества жизни // Стандарты и качество. 2020. № 1 (991). С. 64–97.
2. Жук С.С., Стуканова И.П. Здоровье россиян как показатель качества человеческих ресурсов // Стандарты и качество. 2018. № 8 (974). С. 86–88.
3. Стуканова С.С. Здоровье в системе показателей качества человеческих ресурсов: состояние и актуальные модели сохранения // Социальная динамика населения и устойчивое развитие: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. МГУ им. М.В. Ломоносова. Москва. 2018. 4 октября. М.: МАКС Пресс. 2018. С. 250–254.
4. Советская система образования: достоинства и недостатки образования в СССР. URL: <https://inance.ru/2018/09/obrazovanie-v-sssr> (дата обращения: 20.01.2020).
5. Аналитическая записка НАТО об образовании в СССР 1959 г. URL: <http://statehistory.ru/4316/Analiticheskaya-zapiska-NATO-ob-obrazovanii-v-SSSR-1959-g> (дата обращения: 26.01.2020).
6. Рейтинг эффективности национальных систем образования. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/global-index-of-cognitive-skills-and-educational-attainment/info> (дата обращения: 12.01.2020).
7. The Global Human Capital Report 2017 // World Economic Forum. 2017.
8. Жуковский И. Работай меньше, получай больше: 10 самых продуктивных стран. URL: <http://gazeta.ru/business/2017/07/27/10808534/shtml> (дата обращения: 11.02.2020).
9. Российский статистический ежегодник: Стат. сб. / Росстат. М., 2019.
10. Участие российских школьников в международных олимпиадах и учреждение премий за получение медали. URL: <https://www.sciencedebate2008.com/uchastiye-rossiyskikh-shkolnikov-v-mezhdunarodnykh-olimpiadakh-i-uchrezhdeniye-premiy> (дата обращения: 07.02.2020).
11. Сколько людей с высшим образованием в мире? URL: <http://interstate-education.com/2018/06/30/skolko-lyudej-s-vissim-obrazovaniem-v-mire> (дата обращения: 18.11.2020).
12. Опыт российских вузов по созданию и реализации различных моделей образовательных программ. URL: http://inpro.msu.ru/PDF/opyt_vuziv.pdf (дата обращения: 06.02.2020).
13. Вузы – участники проекта «5–100» – увеличили количество зарубежных профессоров. URL: <http://ria.ru/20170527/1495229218.html> (дата обращения: 06.12.2019).
14. Российские вузы в мировом рейтинге QS-2018. URL: <https://sn.ria.ru/20180606/1522092729.html> (дата обращения: 26.01.2020).
15. 25 российских вузов вошли в международный рейтинг университетов QS. URL: <https://indicator.ru/humanitarian-science/rossiyskikh-vuzov-reiting-qs-18-06-2019.htm> (дата обращения: 08.02.2020).
16. Стуканова И.П., Урусова М.С. Значение международных образовательных проектов в системе высшего профессионального образования России // Апробация. 2015. № 6 (33). С. 73–75.

INTEGRATION OF INTERNATIONAL EDUCATIONAL PROJECTS INTO NATIONAL EDUCATIONAL SYSTEM

Stukanova S.S., Stukanova I.P.

STUKANOVA Sofia Sergeevna – doctor of economic sciences, 08.00.05 – Economics and National Economy Management, associated professor, associated professor of economics, Management and Finance Department of National Research University of Electronic Technology, Moscow, Russia. E-mail: stukanova_ss@mail.ru

STUKANOVA Irina Petrovna – doctor of economic sciences, 08.00.05 – Economics and National Economy Management, associated professor, professor of Cheboksary Institute of Moscow Polytechnic University, Cheboksary, Russia. E-mail: ip_stukanova@mail.ru

Abstract. Educational environment and education system in particular are the key institutions participating in human resources quality formation and development. Reforms undertaken in these spheres are aimed to enrich and improve qualitative characteristics of population regarding its educational, cultural and professional components. National educational system has developed its own rich traditions and methodological instruments. However, global processes taking place in the world require international trends in educational sphere consideration and analysis.

The purpose of this article is to research the degree of educational services market subjects involvement in international educational projects implementation as well as to analyze the effectiveness of international cooperation expansion of in the field of education.

The research methodology includes bibliographic, analytical and statistical research methods. The findings are based on statistical data, collected and provided by official statistics bodies, research centres and agencies, analysis.

The results of this research have made it possible to identify factors that reduce the effectiveness of international educational projects realization. Consequently, these factors elimination will lead to an increase in professional and academic mobility, quality of education and the competitiveness of Russian educational organizations improvement.

Keywords: international educational projects, system of education, human resources, human resources quality.

For citation: Stukanova S.S., Stukanova I.P. Integration of International Educational Projects into National Educational System. *Economic Systems*. 2020. Vol. 13. No. 1 (48). P. 176–184. DOI 10.29030/2309-2076-2020-13-1-176-184.

References

1. Stukanova S.S., Stukanova I.P. The Quality of Education As An Indicator And A Tool For Improving The Quality Of Life. *Standards And Quality*. 2020. No. 1 (991). P. 94–97.
2. Zhuk S.S., Stukanova I.P. Health of Russians As A Characteristic Of Human Resources Quality. *Standards and Quality*. 2018. No. 8 (974). P. 86–88.
3. Stukanova S.S. Health in the Human Resource Quality Indicators System: Current Status and Contemporary Conservation Models. Social dynamics of population and sustainable development: Bulletin of All-Russian scientific and practical conference with international participation materials. 2018. 4th of October. Lomonosov Moscow State University. Moscow: MAKS Press. 2018. P. 250–254.

4. Soviet System Of Education: Advantages And Drawbacks Of Education in the USSR. URL: <https://inance.ru/2018/09/obrazovanie-v-sssr> (accessed: 20.01.2020).
5. Education in USSR: NATO Analytical Note. 1959. URL: <http://statehistory.ru/4316/Analiticheskaya-zapiska-NATO-ob-obrazovanii-v-SSSR-1959-g> (accessed: 26.01.2020).
6. Rating of National Educational Systems Effectiveness. URL: <http://gtmarket.ru/ratings/global-index-of-cognitive-skills-and-educational-attainment/info> (accessed: 12.01.2020).
7. The Global Human Capital Report 2017. World Economic Forum. 2017.
8. Zhukovskiy I. Work Less, Receive More: 10 the Most Productive Countries In the World. URL: <http://gazeta.ru/business/2017/07/27/10808534/shtml> (accessed: 11.02.2020).
9. Russian Statistical Yearbook: Stat. book. Rosstat. Moscow, 2019.
10. Russian Schoolchildren in International Olympiads Participation and Implementation of Honoring Awards For Gaining Medals. URL: <https://www.sciencedebate2008.com/uchastiye-rossiyskikh-shkolnikov-v-mezhdunarodnykh-olimpiadakh-i-uchrezhdeniye-premiy> (accessed: 07.02.2020).
11. How Many People In The World Have Higher Education? URL: <http://interstate-education.com/2018/06/30/skolko-lyudej-s-visshim-obrazovaniem-v-mire> (accessed: 18.11.2020).
12. Russian Universities Experience in Different Models of Educational Programs Development And Realization. URL: http://inpro.msu.ru/PDF/opyt_vuziv.pdf (accessed: 06.02.2020).
13. Universities – Participants of 5–100 Project Increased the Number of Foreign Professors Staff. URL: <http://ria.ru/20170527/1495229218.html> (accessed: 06.12.2019).
14. Russian Universities in the QS-2018World Rating. URL: <https://sn.ria.ru/20180606/1522092729.html> (accessed: 26.01.2020).
15. 25 Russian Universities Are in the QS World Rating. URL: <https://indicator.ru/humanitarian-science/rossiyskih-vuzov-reiting-qs-18-06-2019.htm> (accessed: 08.02.2020).
16. Stukanova I.P., Urusova M. The Role of International Educational Projects in Russia's Higher Professional Education System. *Approbation*. 2015. No. 6 (33). P. 73–75.

Требования к оформлению авторских материалов, подаваемых на публикацию в научный журнал «Экономические системы»

1. Для размещения на страницах журнала принимаются ранее не опубликованные в других печатных или электронных изданиях авторские материалы – научные статьи, обзоры, рецензии, отзывы, соответствующие трем научным специальностям: 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности) (экономические науки); 08.00.10 – Финансы, денежное обращение и кредит (экономические науки); 08.00.14 – Мировая экономика (экономические науки).

2. Все материалы следует представлять в редакцию в электронном виде: по электронной почте или непосредственно на электронном носителе (в этом случае необходимо передать их и в распечатанном виде). Адрес электронной почты редакции: office@dashkov.ru. Телефон для справок: 8-985-999-08-75.

3. Авторский материал в соответствии с требованиями ВАК должен содержать следующие элементы, расположенные в указанной последовательности:

- 1) название статьи;
- 2) сведения об авторе:
 - фамилия, имя, отчество полностью;
 - ученая степень, ученое звание, наименование и шифр научной специальности (по номенклатуре);
 - аспиранты, докторанты, соискатели, преподаватели вузов указывают кафедру, учебное заведение;

магистранты указывают направление подготовки;

- должность, место работы, город, страна;
- контактная информация: адрес электронной почты, телефон;
- 3) аннотация (до 200 слов), в которой отражаются основное содержание статьи и результаты исследований;
- 4) ключевые слова (6–10 слов);

5) текст статьи, содержание которой должно быть актуальным, обладать научной новизной и практической значимостью, иметь ссылки на работы авторитетных ученых и специалистов. *Обязательна уникальность текста по системе «Антиплагиат» не ниже 80%*. Минимальный объем для научной статьи – 6 страниц, максимальный – 24 страницы. Если объем статьи превышает 10 страниц, текст необходимо разбить на части: введение, тематические подзаголовки, заключение или выводы;

6) источники (библиографический список, в котором приводятся только источники, цитируемые автором в тексте или на которые он ссылается);

7) пункты 1–4 на английском языке;

8) источники на английском языке с транслитерацией соответствующих данных: авторы (транслитерация), год публикации, транслитерация названия статьи, перевод названия статьи на английский язык (в квадратных скобках), транслитерация названия источника (книга, журнал), перевод названия источника (в квадратных скобках), место издания, издательство, страницы.

4. Требования к оформлению статьи:

– текст статьи набирается в редакторе MS Word (версии не ниже 2007). Формат страницы — A4; страницы пронумерованы и отформатированы: шрифт основного текста – *Times New Roman*, кегль 14, межстрочный интервал 1,5; поля: левое – 30 мм, правое – 15 мм, верхнее и нижнее – не менее 20 мм, выравнивание по ширине. Абзацный отступ (красная строка) – 1,25 см.

– статью сопровождает научный аппарат в виде ссылок на литературу, источники и конкретные данные (цифровые данные), содержащиеся в работах других авторов (в официальных источниках и статистических сборниках), и цитаты, которые оформляются в соответствии с требованиями SCOPUS. Формат SCOPUS предполагает постановку ссылок в самом тексте в квадратные скобки. Сноска оформляется в виде цифр, соответствующих порядковому номеру источника в библиографическом списке. Если ссылка дается на печатный источник, после номера источника указываются еще и страницы, на которые ссылается автор, например, [1. С. 112–124]. Если ссылка дается на несколько источников, то они приводятся через точку с запятой, например, [2. С. 37; 3. С. 118];

– приставный список источников (в том числе электронных) оформляется в порядке их упоминания в тексте. Библиографическое описание статьи в периодике, коллективных монографиях, сборниках по итогам конференций приводится с указанием конкретных страниц, на которых они размещены в соответствующих изданиях. Интернет-источники приводятся с полным указанием электронного адреса (URL) и даты обращения;

– содержащиеся в тексте элементы графики: таблицы и рисунки – исполняются в черно-белом варианте; они нумеруются в порядке их упоминания в тексте, имеют название и указание на источник. Контур графики не должны выходить на поля форматной страницы. Текст в них должен легко читаться, а детали – четко различаться. Рисунки должны прилагаться к электронному варианту статьи отдельными файлами, выполнены в формате tif, 300 dpi (300 точек). Тексты, таблицы, рисунки не должны быть отсканированы!

Рукописи научных статей подлежат обязательному рецензированию.

В случае отклонения статьи редакция высылает автору соответствующее уведомление.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Том 13 № 1 (48) – 2020

Научный журнал

Главный редактор — *Т. А. Смирнова*

Художник — *Т. И. Такташов*

Верстка — *Н. А. Кирьянова*

Корректор — *О. Л. Грозовская*

Ответственный за выпуск — *О. Л. Грозовская*

Подписано в печать 15.03.2020. Формат 70×100/1/16. Бумага офсетная № 1.

Печать цифровая. Усл. печ. л. 15.11. Тираж 400 экз. Заказ №

Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»

129347, Москва, Ярославское шоссе, д. 142, к. 732

Тел.: 8 (495) 668-12-30, 8 (499) 183-93-23

office@dashkov.ru — офис; <http://www.dashkov.ru>

Отпечатано: АО «Т8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: 8 (499) 322-38-30