

**ВЕСТНИК**  
РОССИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
УНИВЕРСИТЕТА  
имени Г. В. Плеханова  
ISSN 2413-2829 (Print)  
ISSN 2587-9251 (Online)

**2023**  
**Том 20**  
**№ 1**  
**(127)**

**VESTNIK**  
OF THE PLEKHANOV  
RUSSIAN UNIVERSITY  
OF ECONOMICS  
ISSN 2413-2829 (Print)  
ISSN 2587-9251 (Online)

Научный журнал

Учредитель

Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский экономический университет  
имени Г. В. Плеханова»  
(ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»)

Основан в 2003 г.

Издание перерегистрировано  
в Федеральной службе по надзору в сфере  
связи, информационных технологий  
и массовых коммуникаций:  
ПИ № ФС77-64709 от 22 января 2016 г.

Журнал включен в Перечень российских  
рецензируемых научных журналов, в которых  
должны быть опубликованы основные  
научные результаты диссертаций  
на соискание ученых степеней доктора  
и кандидата наук

Журнал включен в систему  
Российского индекса научного цитирования

Подписка по каталогу Агентства «Урал-Пресс».  
Подписной индекс 84670

При перепечатке материалов ссылка на  
журнал «Вестник Российского экономического уни-  
верситета имени Г. В. Плеханова» обязательна.  
Рукописи, не принятые к публикации, не возвра-  
щаются.  
Мнение редакции и членов редколлегии  
может не совпадать с точкой зрения авторов публи-  
каций.

© ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2023

Scientific Journal

Founder

Plekhanov Russian University of Economics  
(PRUE)

Founded in 2003

The edition is reregistered  
in the Federal Service for communication,  
informational technologies and media control:  
PI N FS77-64709 dated 22 January 2016

The journal was included in the List of leading  
scientific journals and publications  
of the Higher Attestation Board, publication  
in which is mandatory for defending  
PhD and Doctorate dissertations

The journal is included in the Russian index  
of scientific citing

Subscription by 'Ural-Press' catalogue.  
Index 84670

In case materials from 'Vestnik of the Plekhanov  
Russian University of Economics' are reproduced,  
the reference to the source is mandatory. Materials not  
accepted for publication are not returned.  
Opinions of editorial council and editorial board  
may not coincide with those of the authors of  
publications.

© Plekhanov Russian University of Economics, 2023

## ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

*Лобанов И. В.*, канд. юрид. наук, доцент, ректор  
Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

## РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

*Рюдигер Ульрих*, д-р наук, профессор, ректор Рейнско-Вестфальского технического университета, Ахен, Германия  
*Шромник Анджей*, доктор наук, профессор, заведующий кафедрой торговли и рыночных учреждений Краковского экономического университета, Польша  
*Асалиев А. М.*, д-р экон. наук, профессор, директор Центра социально-экономических проектов Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Бахтизин А. Р.*, чл.-корр. РАН, профессор РАН, доцент, д-р экон. наук, директор ЦЭМИ РАН, Москва, Россия  
*Брагина З. В.*, д-р техн. наук, профессор, профессор кафедры экономики и экономической безопасности Костромского государственного университета, Кострома, Россия  
*Гагарина Г. Ю.*, д-р экон. наук, доцент, заведующая кафедрой национальной и региональной экономики Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Галанов В. А.*, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры мировых финансовых рынков и финтеха Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Дементьев В. Е.*, чл.-корр. РАН, д-р экон. наук, профессор, главный научный сотрудник ЦЭМИ РАН, Москва, Россия  
*Екимова К. В.*, д-р экон. наук, профессор, проректор Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Зарова Е. В.*, д-р экон. наук, профессор, начальник отдела обработки и анализа статистической информации Департамента экономической политики и развития города Москвы; руководитель Центрально-Евразийского представительства Международного статистического института, Москва, Россия  
*Караваяева И. В.*, д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой экономической теории Института экономики РАН, Москва, Россия  
*Кореньков В. В.*, д-р техн. наук, профессор, директор лаборатории информационных технологий Объединенного института ядерных исследований, Москва, Россия  
*Косоруков О. А.*, д-р техн. наук, профессор, профессор факультета Высшей школы управления и инноваций Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия  
*Ленчук Е. Б.*, д-р экон. наук, руководитель научного направления «Экономическая политика» Института экономики РАН, Москва, Россия  
*Масленников В. В.*, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Орлова Л. Н.*, д-р экон. наук, доцент, профессор Департамента экономической безопасности и управления рисками Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия  
*Скоробогатых И. И.*, д-р экон. наук, профессор, заведующая кафедрой маркетинга Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Тихомиров Н. П.*, д-р экон. наук, профессор кафедры математических методов в экономике Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Устюжанина Е. В.*, д-р экон. наук, профессор кафедры экономической теории Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия  
*Фитунни Л. Л.*, чл.-корр. РАН, д-р экон. наук, профессор, заместитель директора Института Африки РАН, Москва, Россия  
*Шутилин В. Ю.*, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры промышленного маркетинга и коммуникаций Белорусского государственного экономического университета, Минск, Беларусь

## CHIEF EDITOR

*Ivan V. Lobanov*, PhD, Assistant Professor,  
Rector of the Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

## EDITORIAL BOARD

*Ulrich Ruediger*, Dr. Sc., Professor, Rector, Rhenish-Westphalian Technical University, Aachen, Germany  
*Andrzej Szromnik*, Doctor of Science, Professor, the Head of the Department for Trade and Market Institutions of the Krakow University of Economics, Poland  
*Asali M. Asaliev*, Doctor of Economics, Professor, Director of the Center for Socio-Economic Projects of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Albert R. Bakhtizin*, Corresponding member of RAS, Professor of RAS, Assistant Professor, Doctor of Economics, Director of CEMI RAS, Moscow, Russia  
*Zinaida V. Bragina*, Doctor of Tech. Sciences, Professor, Professor of the Department for Economics and Economic Security of Kostroma State University, Kostroma, Russia  
*Galina Yu. Gagarina*, Doctor of Economics, Assistant Professor, the Head of the Department for National and Regional Economy of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Vladimir A. Galanov*, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department for World Financial Markets and Fintech of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Victor E. Dementiev*, Corresponding member of RAS, Doctor of Economics, Professor, chief researcher CEMI RAS, Moscow, Russia  
*Kseniya V. Ekimova*, Doctor of Economics, Professor, Vice-rector of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Elena V. Zarova*, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Section of Processing and Analyzing Statistic Information of the Department for Economic Policy and Development of Moscow; the Head of the Central-Eurasian Representation Office of the International Statistics Institution, Moscow, Russia  
*Irina V. Karavaeva*, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Department for Economic Theory of the Institute of Economics of RAS, Moscow, Russia  
*Vladimir V. Korenkov*, Doctor of Tech. Sciences, Professor, Director of the Informational Technologies Laboratory of the Joint Institute of Nuclear Research, Moscow, Russia  
*Oleg A. Kosorukov*, Doctor of Tech. Sciences, Professor, Professor of the Graduate School of Management and Innovation Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia  
*Elena B. Lenchuk*, Doctor of Economics, Head of the Scientific Direction "Economic Policy" of the Institute of Economics of RAS, Moscow, Russia  
*Valeriy V. Maslennikov*, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department for Management Theory and Business Technologies of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Liubov N. Orlova*, Doctor of Economics, PhD, Professor of the Department for Economic Security and Risk Analysis of the Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia  
*Irina I. Scorobogatikh*, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Department for Marketing of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Nikolay P. Tikhomirov*, Doctor of Economics, Professor of the Department for Mathematical Methods in Economics of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Elena V. Ustyuzhanina*, Doctor of Economics, Professor, the Head of the Department for Economic Theory of the Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia  
*Leonid L. Fituni*, Corresponding member of RAS, Doctor of Economics, Professor, Deputy Director of the Institute of Africa of RAS, Moscow, Russia  
*Vyacheslav Yu. Shutilin*, Doctor of Economics, Assistant Professor, Professor of the Department for Industrial Marketing and Communications of the Belarus State Economic University, Minsk, Belarus

## Содержание

### Экономическая теория

<i>Карпунин В. И., Новашина Т. С.</i> Окно Овертона. О практическом применении теории социально-экономических механизмов .....	5
<i>Чуйко А. С.</i> Деловая активность в циклическом развитии экономики и степени специализации инвестиционных благ .....	25
<i>Самохин А. В., Мясников С. А.</i> Взаимосвязь субъективных и объективных показателей в оценке качества жизни (на примере Индекса ВЭБ.РФ).....	38
<i>Чурилин М. Ю., Валиулина Т. А.</i> От общества сантиментов к обществу солидарного контроля .....	55

### Экономика

<i>Епишов А. П., Воронов А. В., Коваленко М. А.</i> Вопросы законодательного регулирования обращения пищевых отходов в России .....	66
---	----

### Региональная экономика

<i>Кудрявцева О. В., Серебренников Е. В.</i> Вопросы экологического страхования арктических нефтегазодобывающих шельфовых проектов России .....	76
<i>Портнова Л. В.</i> Кластерный подход к анализу регистрируемой безработицы в регионе .....	89

### Финансы

<i>Галанов В. А., Галанова А. В.</i> Закономерности фондового рынка .....	94
<i>Гарнов А. П., Афанасьев Е. В.</i> Проблемы привлечения физических лиц на российский фондовый рынок .....	101
<i>Воротникова Д. В., Моисеев Н. А., Трындина Н. С.</i> Анализ реакции цен отрасли на влияние внешних факторов на основе модели межотраслевого баланса .....	109

### Экономика труда

<i>Горина И. Г.</i> Организационно-управленческий механизм формирования человеческого капитала организации на основе управления знаниями .....	116
--	-----

### Экономика предпринимательства

<i>Родионов А. В., Корнеев Д. В., Щербакова Е. В., Петрущенко А. Э.</i> Мотивация интеграционных процессов предпринимательских структур .....	125
<i>Баурина С. Б.</i> Структурные преобразования и траектория развития российского консалтинга .....	136
<i>Векшина А. О.</i> Трансформация видов социальной ответственности малого бизнеса в условиях кризиса COVID-19 .....	146

### Теория и практика управления

<i>Захарова Т. И.</i> Перспективы развития корпоративной культуры государственной службы .....	155
<i>Каленов О. Е.</i> Оценка эффективности деятельности бизнес-экосистем в цифровой экономике .....	162
<i>Крамаренко А. А., Фоменко А. С.</i> Программно-целевой механизм развития агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики .....	175
<i>Шелухомов Д. В.</i> Оценка востребованности инструментов научно-технической поддержки в стратегии устойчивого развития современных организаций .....	188

### Маркетинг, логистика, сфера услуг

<i>Азарян Е. М., Возиянов Д. Э., Бекетов А. Н., Кадерова В. А.</i> Генезис маркетинга территорий .....	200
<i>Щенетова И. В.</i> Формирование платформы бренда для компании в сфере horeca (методика, исследование, результат) .....	211

## Contents

### Economic Theory

- Karpunin V. I., Novashina T. S.* Overtone Window. Practical Application of the Theory of Social and Economic Mechanisms ..... 5
- Chuyko A. S.* Business Activity in Cyclic Development of Economy and Stages in Investment Value Specialization ..... 25
- Samokhin A. V., Myasnikov S. A.* Interrelation of Subjective and Objective Indicators in Assessing Quality of Life (illustrated by VEB.RF Index) ..... 38
- Churilin M. Yu., Valiulina T. A.* From Society of Sentimentality to Society of Joint Control ..... 55

### Economics

- Epishov A. P., Voronov A. V., Kovalenko M. A.* Legal Regulation of Food Waste Handling in Russia ..... 66

### Regional Economy

- Kudryavtseva O. V., Serebrennikov E. V.* Ecological Insurance of Arctic Oil and Gas Producing Shelf Projects in Russia ..... 76
- Portnova L. V.* Cluster Approach to Analyzing Registered Unemployment in the Region ..... 89

### Finance

- Galanov V. A., Galanova A. V.* Stock Market Laws ..... 94
- Garnov A. P., Afanasyev E. V.* Attraction of Individuals to Russian Stock Market ..... 101
- Vorotnikova D. V., Moiseev N. A., Tryndina N. S.* Analyzing Industry Price Response to External Factor Impact on the Basis of Inter-Branch Balance Model ..... 109

### Economics of Labour

- Gorina I. G.* Organization-Managerial Mechanism of Shaping Human Capital in Organization Based on Knowledge Management ..... 116

### Economics of Entrepreneurship

- Rodionov A. V., Korneev D. V., Scherbakova E. V., Petrushchenko A. E.* Motivating Integration Processes in Entrepreneurial Structures ..... 125
- Baurina S. B.* Structural Transformations and Trajectory of Developing Russian Consulting ..... 136
- Vekshina A. O.* Transformation of Social Responsibility Types in Small Business During COVID-19 Crisis ..... 146

### Theory and Practice of Management

- Zakharova T. I.* Prospects of Developing Corporate Culture of Civil Service ..... 155
- Kalenov O. E.* Estimating Efficiency of Business Ecosystem Functioning in Digital Economy ..... 162
- Kramarenko A. A., Fomenko A. S.* Program and Target Mechanism of Developing Agro-Industrial Complex of the Donetsk People's Republic ..... 175
- Sheloumov D. V.* Assessment of the Demand of Scientific and Technical Support Tools in the Sustainable Development Strategy of Modern Organizations ..... 188

### Marketing, Logistics, Service Sector

- Azaryan E. M., Voziyanov D. E., Beketov A. N., Kaderoova V. A.* The Origin of Territory Marketing ..... 200
- Shchepetova I. V.* Building Brand Platform for the Company in Horeca Sphere (Methodology, Research, Result) ..... 211

**ВЕСТНИК  
РОССИЙСКОГО  
ЭКОНОМИЧЕСКОГО  
УНИВЕРСИТЕТА  
имени Г. В. ПЛЕХАНОВА**  
Том 20, № 1 (127) 2023

Ответственный секретарь  
**Н. В. Прядко**

Редактор **Н. В. Прядко**  
Переводчик **Н. Г. Пучкова**  
Оформление обложки  
**Ю. С. Жигалова**

Адрес редакции:  
117997, Москва,

Стремянный пер., 36.  
Тел.: 8 (495) 800-12-00, доб. 19-35  
E-mail: [izdatelstvo@rea.ru](mailto:izdatelstvo@rea.ru)

Подписано в печать 06.02.23.

Формат 60 x 84 1/8.

Печ. л. 28,5.

Усл. печ. л. 26,51.

Уч.-изд. л. 21,23.

Тираж 1000 экз.

Заказ

Цена свободная.

Отпечатано в ФГБОУ ВО  
«РЭУ им. Г. В. Плеханова».

117997, Москва,

Стремянный пер., 36.

**VESTNIK  
OF THE PLEKHANOV  
RUSSIAN UNIVERSITY  
OF ECONOMICS**  
Vol. 20, N 1 (127) 2023

Executive secretary  
**N. V. Pryadko**

Editor **N. V. Pryadko**  
Translator **N. G. Puchkova**  
Cover design **Yu. S. Zhigalova**

**Editorial office address:**

36 Stremyanny Lane,

117997, Moscow.

Тел.: 8 (495) 800-12-00, доб. 19-35

E-mail: [izdatelstvo@rea.ru](mailto:izdatelstvo@rea.ru)

Signed for print: 06.02.23.

Format 60 x 84 1/8.

Printed sheets 28,5.

Conv. sheets 26,51.

Publ. sheets 21,23.

Circulation 1,000.

Order

Free price.

Printed in Plekhanov  
Russian University  
of Economics.

36 Stremyanny Lane,  
117997, Moscow.



# ОКНО ОВЕРТОНА. О ПРАКТИЧЕСКОМ ПРИМЕНЕНИИ ТЕОРИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ

**В. И. Карпунин**

Московский государственный институт международных отношений  
(Университет) МИД России,  
Национальный Фонд Управления Активами,  
Москва, Россия

**Т. С. Новашина**

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,  
Национальный Фонд Управления Активами,  
Москва, Россия

Статья является продолжением опубликованного ранее в журнале материала концептуального характера (Россия расправила крылья. Феноменология развертывания глобального системного противоречия современной эпохи // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2022. – Т. 19. – № 5 (125). – С. 44-53), требующего особого подхода к решению стоящих сегодня перед Россией жизненно важных задач, обусловленных беспрецедентным за весь период после окончания Второй мировой войны институциональным вызовом коллективного Запада, направленным на слом российской государственности, на уничтожение русской идентичности, на уничтожение России как таковой, как нации. Ранее были раскрыты особенности современного этапа развертывания глобального системного противоречия «кредиторы – должники», генезис его острой фазы в контексте многообразия форм проявления тотальной гибридной и особо выделенной информационной войны. В контексте данной публикации авторы раскрывают острую фазу развертывания глобального системного противоречия современной эпохи. Признание социально-экономического противоречия как глобального феномена современной эпохи получило важное подтверждение в выступлении Президента России В. В. Путина на пленарном заседании XIX ежегодного форума Международного дискуссионного клуба «Валдай»: «...В этом и есть главное противоречие современной эпохи... ситуация революционная». Для практического использования и массивного продвижения выбранных и возведенных в ранг политической доктрины социальных технологий элиты США и Великобритании создали и запустили изощренную, весьма изобретательную, циничную в достижении поставленных целей пропагандистскую машину – машину лжи. Глобальный старт этой машины осуществлен 11 сентября 2001 г. По сути, это дата начала третьей мировой войны – гибридной войны. За этим последовали информационные и силовые воздействия на страны и народы, на ни в чем не повинных перед США и Великобританией жителей планеты Земля. Англосаксонские политические элиты формируют общественное сознание в контексте идеологической парадигмы хозяев денег, создают и реализуют механизмы трансформации общественного сознания, используя доктрину «Окно Овертона» – манипулятивную матрицу политического и социального менеджмента. Массивный информационный поток призван сформировать «дымовую завесу», скрывающую истинные мотивы и намерения архитекторов глобального доминирования. А силовое воздействие на умы, души, плоть людей (и прежде всего военные кровавые бои, развязываемые США) призвано окончательно разрушить устои гуманистической цивилизации и закрепить власть глобального доминирования над миром, закрепить власть хозяев денег. Вызов Россия приняла. Перед Россией стоит множество наисерьезнейших задач, которые предстоит, безусловно, решить.

*Ключевые слова:* англосаксонская элита, безусловное требование, гибридная война, деньги, информационная война, категорический императив, первоочередная задача России, первостепенная задача России, политическая элита, социально-экономическое противоречие, стратегический императив, хозяева денег.

# OVERTONE WINDOW. PRACTICAL APPLICATION OF THE THEORY OF SOCIAL AND ECONOMIC MECHANISMS

**Vyacheslav I. Karpunin**

Moscow State Institute of International Relations (University)  
of the Ministry of Foreign Affairs Russian Federation,  
National Asset Management Fund,  
Moscow, Russia

**Tatyana S. Novashina**

Moscow University for Industry and Finance «Synergy»,  
National Asset Management Fund,  
Moscow, Russia

The article elaborates the conceptual material published earlier in the journal (Russia has Spread its Wings. Phenomenology of Developing the Global System Contradiction of Our Era// Vestnik of the Russian Plekhanov University of Economics. – 2022. – Vol. 19. – N 5 (125). – pp. 44-53), which requires a specific approach to resolving vital problems facing Russia today. It is caused by unprecedented after the World War 2 institutional challenges launched by the collective West that aim at destruction of the Russian state system, at elimination of Russian identity, at eradication of Russia as it is, as a nation. Earlier the authors revealed specific features of the current stage in developing the global system contradiction 'creditors – debtors' and the origin of its sharp phase in view of diverse forms of total hybrid and informational war. Within the context of the present publication the authors characterize a sharp phase of developing the global system contradiction in the current era. Recognition of social and economic contradiction as a global phenomenon of our age was confirmed in the speech by President of Russia V.V.Putin at the plenary session of the 19<sup>th</sup> annual forum of the International Discussion Club 'Valdai': '...This forms the principle contradiction of the current epoch... the situation is revolutionary.' In order to apply and promote social technologies which were chosen and announced a political doctrine the US and UK elites devised and started a keen, rather inventive, cynical propaganda machine, i.e. the machine of lie. The global start of the machine took place on September 11, 2001 that can be called the beginning of the World War 3 – the hybrid war. It was followed by informational and power attacks on countries and nations, peoples of the Earth innocent towards the US and UK. Anglo-Saxon elites shale public opinion in the format of cash-masters' ideological paradigm, develop and implement mechanisms for transforming public opinion, use the doctrine 'Overtone Window', the manipulation matrix of political and social management. Massed informational flow is used to form a 'smoke-screen', which can hide true grounds and intentions of architects of global predomination. Military pressure on thoughts, souls and bodies of people, first of all bloody slaughters unleashed by the US, are meant to disrupt foundations of humanistic civilization and secure global predomination over the world and cash masters' control. Russia has accepted the challenge. Today Russia is facing numerous crucial problems, which must be resolved by all means.

*Keywords:* Anglo-Saxon elite, unconditional requirement, hybrid war, cash, informational war, explicit imperative, top-priority task for Russia, paramount task for Russia, political elite, social and economic contradiction, strategic imperative, cash masters.

Симфонические танцы, ор. 45, 1940.

С. В. Рахманинов

## **Объединенный Запад.**

### **Хозяева денег**

**С**егодня в условиях острейшего геополитического разлома информационная война и ложь суть одно и то же. Эти понятия неотделимы.

Существует мнение: эпоха всевластия денег завершается, наступает эпоха власти ин-

формации. Это заблуждение. Суть вещей иная.

Глобальное системное противоречие «кредиторы – должники» разворачивается и существует во все возрастающем масштабе и переходит в острую фазу. Информация как форма бытия вещей в лице ее ак-

торов подвластна деньгам и служит им исправно уже многие столетия.

В чем уникальность денег как финансового инструмента? Деньги – это рыночная форма *универсального требования* на часть общественного богатства [1; 31]. Деньги, в отличие от всех иных многообразных и многочисленных финансовых инструментов (в абсолютном понимании всех иных), существующих и существовавших когда-либо в анналах финансового рынка, обладают исключительной особенностью – правом универсального требования. Требование как правовая норма выступает антиподом обязательствам. В эпоху фиатных валют и монополии эмиссии эмитент обладает правом требования, не имея при этом обязательств. Для эмитента всеобщего платежного средства, эмитента мировых денег деньги – не только *универсальное требование*, но и прежде всего *всеобщее требование*. Федеральная резервная система (ФРС) является всего лишь институтом, обладающим правом эмиссии мировой резервной и мировой платежной валюты. Удержание права на безграничный, ничем не обусловленный оборот всеобщего универсального требования в мировой экономике составляет *жизненную силу хозяев денег, сущность их власти, основу их мирового могущества*. Генри Форд, человек, несомненно, талантливый, 100 лет назад (в начале 1920-х гг.) высказал глубокое суждение, касающееся сущностной характеристики денег: «Федеральная резервная система предоставляла им [банкам]... почти неограниченный кредит... Границы кредита, в конце концов, растягиваются... безотносительно к имеющемуся в стране богатству... Какими глазами взглянул бы он [народ] на государственную систему, если бы знал, во что они [деньги] могут превратиться в руках посвященных... в чем заключается уловка, посредством которой *государства и народы* подпадают под власть нескольких отдельных индивидуумов... богатство всегда больше денег и действительное богатство зачастую поступает в рабство к деньгам. Это ведет к нелепому парадоксу – мир бла-

гословен богатством и все же терпит нужду» [30. – С. 144–147].

### **О лицемерии англосаксонских элит**

Особенности психологии поведения хозяев денег нам следует хорошо понимать, чтобы не строить неоправданных иллюзий, не обманываться по поводу перспектив возможных с ними взаимоотношений. Их жизненные интересы предопределили архитектуру глобальных финансовых отношений, а спроектированные ими механизмы управления социально-экономическими и политическими процессами позволили сплотить политические элиты коллективного Запада в единую конгломерацию *лицемеров*.

Исторические последствия Реформации в поведенческой культуре англосаксов своеобразны и значительны, в том числе *лицемерие и ложь*. Российским политикам, дипломатам, журналистам и всем людям русского мира надо понимать природу этого явления – впитанный столетиями и вошедший в *генетический код англосаксонской политической элиты* поведенческий стереотип. Ложь нравственна, если она во благо нации. Это святая ложь. Однако в *практической деятельности* политики, особенно сегодня, в это сложное время, наполненное противоречивыми событиями, когда политики не в состоянии не только внятно объяснить, но и понять, что на самом деле происходит, ложь сама по себе без всяких условий становится их средством политического выживания. *Ложь становится их нормой поведения*.

Британская политическая элита традиционно со свойственным цинизмом формирует ложные информационные потоки, направленные на дискредитацию заранее выбранного объекта – своего противника, носителя иных духовно-нравственных, философско-цивилизационных, религиозных взглядов, носителя иных, противоположных социальных, политических, экономических интересов. Она манипулирует общественным мнением ради достижения

своих узкокорыстных геополитических и геоэкономических интересов.

Англосаксонская элита выступает бенефициаром. Специализированные и тайные службы объединенного королевства, их сподвижники и наймиты выступают заказчиками и исполнителями.

Преднамеренно сформированный ложный информационный поток направлен на дискредитацию в глазах мировой общественности заранее выбранного объекта. Объект – это назначенный институциональный враг. Объект, который является преградой, в силу факта своего естественного существования мешает и категорически неприемлем англосаксонским элитам в реализации своих истинных интересов и помыслов, поскольку мешает воплощению новой идеи – *глобальному доминированию*, возведенному британской элитой в ранг *стратегического императива*, этого *безусловного, настоятельного требования*.

Стратегический императив – это не фигура речи. Доктрина стратегического императива отражает истинные потребности британской элиты. Доктрину стратегического императива в свое время (27 апреля 2022 г.) *поручили озвучить* Лиз Трасс – главе МИД Британии. Это произошло в *особо торжественной светской обстановке* на пасхальном обеде в резиденции лорд-мэра лондонского Сити. Не случайно Лиз Трасс была выдвинута в дальнейшем внутрипартийным голосованием (с минимальным перевесом) лидером Консервативной партии Великобритании и в силу этого назначена на пост 78-м премьер-министром Великобритании.

*Политическое кредо* Лиз Трасс – русофобия, реванш; *мировоззренческое кредо* – глобальное доминирование; *нравственная основа* – цинизм, расизм, национализм; *психологическое свойство* – фанатизм, фанатерия (ни на чем не основанная надменность, самодовольство), эгоцентризм; *истинность знания* – обыденное, основанное на повседневном бытовом опыте.

*Политическое кредо* личности оказалось доминантно предпочтительным в решении

на данный момент времени острой партийной *проблемы лидера* (конечно же, лидерство формальное) правящей партии Великобритании.

### **Формирование стратегических союзов политического, экономического, военного характера конца XIX – начала XX столетия в эпоху развития империализма**

Наше исследование не носит историографического характера. Наша задача – исключительно концептуально отметить знаковые исторические даты, состав ключевых участников, мотивы формирования стратегических союзов в эпоху колониальной экспансии. Важно обратить внимание на *идеологию*, принятую и взятую на вооружение правящими элитами, идеологию как форму общественного сознания, как инструмент манипулирования поведением людей в угоду интересам правящих элит.

Военные альянсы, оставившие по своим последствиям значимый след в мировой истории:

– *Тройственный союз* (1882–1915): Германия, Австро-Венгрия, Италия. Страны взяли обязательства (сроком на 5 лет) *не принимать участия ни в каких союзах или соглашениях, направленных против одной из этих стран*, консультироваться по вопросам политического и экономического характера и оказывать взаимную поддержку. Договор был направлен прежде всего против *Франции*, поскольку Италия имела к ней *значительные экономические, торговые претензии и территориальные притязания*;

– *Антанта* (*Тройственная Антанта*): Великобритания, Франция (1904), Россия (1907). Альянс создан в качестве *противовеса Тройственному союзу*.

– *Четвертый союз* (1915–1918): Германия, Австро-Венгрия, Османская империя (1914), Болгарское царство (1915).

В результате Первой мировой войны прекратили свое существование четыре империи: *Российская, Австро-Венгерская, Османская, Германская*.

Для Российской империи это была трагедия национального масштаба: период

революций и Гражданской войны, миллионы жертв и человеческих жизней.

Первая мировая война *изменила идеологическую, политическую и цивилизационную парадигмы существующего мира*. Его отличительными чертами стали национализм, фашизм, расизм, экспансионизм, милитаризм, колониализм, коммунизм.

### **Идеология хозяев денег. Окно Овертона**

Идеология хозяев денег – идеология *ниспровержения гуманизма, расчеловечивания, дьявольщины, бесовщины, человеконенавистничества, уничтожения общечеловеческих ценностей*.

Государственный политический режим, который проводят США как глобальный лидер идеологии ниспровержения гуманизма, – *тоталитарный либерализм*, тотальное воздействие на все сферы общественной и частной жизни.

*Цель* – деформация и деградация общественного сознания, духовно-нравственная деградация человека, трансформация и манипулирование социальным поведением людей.

*Каналы коммуникации* – массированное использование всех возможных локальных и международных каналов социальной коммуникации: политика, дипломатия, культура, искусство, язык, образование, наука, религия, экономика, финансы.

*Инструментарий воздействия* – массированное использование всего многообразия существующих и апробированных в мире в течение столетий вновь изобретаемых изощренных инструментов манипулирования общественным сознанием, массовым поведением людей.

*Идеология расчеловечивания* – идеология внедрения в сознание человека ненависти и/или презрения к общечеловеческим ценностям. Это процесс утраты человеком человеческих качеств, т. е. духовно-нравственная деградация [27].

Бесконечная мантра представителей англосаксонской политической элиты о глобальных ценностях их мира, обличенная в

благозвучные, высокопарные фразы, не может при всем их старании скрыть истинную суть идеологии хозяев денег, которой они верно (но далеко не бескорыстно) служат.

Фактически происходящие события характеризуют содержание идеологии объединенного Запада. Назовем лишь некоторые знаковые явления XXI в.

2001. *Трагедия. Начало третьей мировой войны. Начало гибридной мировой войны*. Нью-Йорк, США – 11.09.2001.

2003. *Трагедия. Иракская война*. Коалиционные силы – 39 государств. США.

2003. *Торжество. Американский солдат*. Символ года. Война в Ираке. Журнал ТЕМ. США.

2008. *Трагедия. Военная операция*. Грузия – 08.08.2008.

2008. *Торжество*. Вручение Нобелевской премии «голубю мира» Б. Обама. Все во имя укрепления фундамента власти доллара США.

2008. *Крах*. Преднамеренное спасение, банкротство Леман Бразерс. Точка формального отсчета. Мировой финансовый кризис официально признан мировым сообществом. США.

2011. *Трагедия. Ливийская война*. Полномасштабная военная операция НАТО «Объединенный защитник». Коалиционные силы – 15 государств.

2011. *Трагедия. Сирийская война*. 2014 – военная интервенция США и ее союзников. 2015 – по приглашению президента Сирии Б. Асада военную операцию начали Воздушно-космические силы Российской Федерации.

2014. *Торжество*. Государственный переворот. Украина.

2021. *Демонстрация солидарности*. Форум демократии под эгидой США.

2022. *Трагедия. Военная операция*. Украина – 24 февраля 2022 г.

2022. *Демонстрация силы, солидарности, непоколебимой решимости*. Форум НАТО. Военно-воздушная база США в Европе. Участники – главы министерств обороны (более 40 стран). Создание международной

военной коалиции. Рамштайн-Мизенбах. Германия.

2022. *Демонстрация силы, непоколебимой решимости*. Форум НАТО. Новая стратегическая концепция НАТО. Поглощение нейтральных государств Финляндии и Швеции политико-военным альянсом НАТО. Члены – 29 государств. Программа «Партнерство во имя мира» – 19 государств. Россия признана основной угрозой безопасности для НАТО (2016). Новая, официально провозглашенная миссия НАТО (2016) – сдерживание России. Новая стратегическая концепция НАТО (2022): Россия – самая значительная и прямая угроза безопасности альянса.

Формальная и диалектическая логика, системный анализ феноменов, причинно-следственные связи, их обуславливающие, понимание сущности, многообразия и сложности форм проявления глобального системного противоречия «кредиторы – должники» – все это позволяет осознать скрытые смыслы идеи хозяев денег, их мотивы и стратегические цели, реализуемые посредством деяний исполнителей их престоупных планов [9].

Публичная информационная модель, которую они используют: *действительное скрыть за декларируемым* (идеологемы как инструмент), *желаемое облачить в действительное* (механизмы реформативного сознания).

Скрытые смыслы их учения – антигуманизм, расчеловечивание, внедрение этих смыслов в сознание индивида, формирование общественного сознания и, как следствие, манипулирование массовым поведением людей. Это осуществляется через соответствующие механизмы: социальные, социально-экономические, социально-нравственные, социально-политические. По сути, англосаксонские политические элиты формируют общественное сознание, разрушают индивидуальное сознание в контексте идеологической парадигмы хозяев денег, создают и реализуют механизмы трансформации общественного, индивидуального сознания, используя

доктрину «окно Овертона» – манипулятивную матрицу политического, социального менеджмента. Это позволяет выделить стадии трансформации политического/общественного, индивидуального сознания: *немыслимо – радикально – приемлемо – разумно – популярно – норма*.

Логическая модель трансформации сознания и восприятия человеком ранее неприемлемого представляет собой последовательность стадий манипулирования сознанием:

- *первая стадия* – перевод *немыслимого* в степень *радикального*;
- *вторая стадия* – перевод *радикального* в степень *приемлемого*;
- *третья стадия* – перевод *приемлемого* в степень *разумного*;
- *четвертая стадия* – перевод *разумного* в степень *популярного*;
- *пятая стадия* «приводит к логичному уничтожению прежнего политического сознания с помощью перехода «популярного» на уровень «актуальной политики» (закрепление идеи как политической нормы или закона). Идет активная подготовка законодательной базы конкретными лоббистскими группировками на уровне легислатур» [4. – С. 80–81].

Что означают скрытые смыслы наиболее важных из отмеченных нами феноменов? Обратимся к мнению экспертов и авторитетных исследователей [2; 9; 12; 22; 24], прежде всего к мнению профессора В. Ю. Катасонова – мыслителя, философа, публициста, общественного деятеля, человека незаурядного и яркого в проявлении своего таланта. Его точка зрения не всегда бесспорна, но всегда глубока и достаточно аргументирована.

Широко известны исследовательские работы зарубежных и российских авторов, раскрывающие истинную подоплеку событий 11 сентября 2001 г., кардинально не совпадающую с официальной точкой зрения [12; 16; 17]. В своих фундаментальных исследованиях профессор В. Ю. Катасонов дает им весьма глубокую оценку с позиций развертывания глобального системного

противоречия «кредиторы – должники». Он отмечает: «Несмотря на все потуги Вашингтона, позиции американской валюты к началу нового века и тысячелетия оказались весьма шаткими (в это время в США разразился фондовый кризис, который в короткий отрезок времени привел к потерям виртуальных активов на сумму в несколько триллионов долларов).

В самых безвыходных ситуациях у хозяев печатного станка остается единственный выход – большая война. И она была начата. Речь идет об известных событиях 11 сентября 2001 г., которые фактически означали начало глобальной (третьей мировой) войны под вывеской «борьбы с терроризмом».

На самом деле речь идет не о «борьбе с терроризмом», а о борьбе со всем человечеством с использованием культивируемого Вашингтоном (читай: хозяев печатного станка ФРС) терроризма» [12. – С. 974].

Более того, В. Ю. Катасонов однозначно определяет и указывает на главных заказчиков, главных организаторов этой трагедии, этой бесчеловечной, антигуманной, циничной и жестокой бойни, повлекшей гибель тысячи невинных людей, раскрывает стратегический замысел этого преступления.

«Главным организатором всей операции выступало Центральное разведывательное управление США... Главным заказчиком операции явилась «мировая закулиса». Ее стратегический замысел состоял в том, чтобы окончательно уничтожить остатки демократии в главной западной стране США и начать перманентную глобальную войну против всего мира под удобным прикрытием, называемым «борьба с терроризмом» [11. – С. 258].

Эта война была тщательно подготовлена и началась открыто 11 сентября 2001 г. Она продолжается и сегодня. Направление главного, стратегического удара – Россия как государство, как суверенная держава, как нация. Эта война вступила в критическую фазу глобального противоречия, и у

России нет иного выбора, кроме как победить в этой войне.

Характеризуя полномасштабную военную операцию НАТО «Объединенный защитник», В. Ю. Катасонов пишет: «Предлагаются две лживые версии: официальная – защита прав человека, неофициальная – попытка отнять нефть у Каддафи... Правда заключается в том, что Муаммар Каддафи решил повторить попытку генерала де Голля – выйти из зоны бумажных денег и вернуться к золоту, к золотому динару, т. е. замахнулся на власть хозяев «печатного станка» [11. – С. 193].

*Мотивы Ливийской войны* и как следствие их воплощения – сама война разрушили не только процветающее государство – Ливию, но и политическую карьеру директора-распорядителя Международного валютного фонда (МВФ) Д. Стросс-Кана, который выразил свою поддержку М. Каддафи *ввести в группе мусульманских стран золотой динар* [11. – С. 204]. Эта бубличная поддержка идеи М. Каддафи о золотом динаре очень дорого обошлась ему. По указанию хозяев денег Д. Стросс-Кан был раздавлен нравственно (беспрецедентно циничный и до омерзения лживый сексуальный скандал) и убит политически. А сама идея золотого динара погибла в зародыше. Практические шаги, предпринимаемые М. Каддафи, стоили ему самому жизни в буквальном смысле этого слова.

Оценивая действия США в Сирии, профессор В. Ю. Катасонов в своей монографии «Хозяева денег» отмечает: «С моей точки зрения, в иерархии целей «сирийского проекта» Вашингтона можно выделить три главные и взаимосвязанные цели:

- 1) проложить путь для агрессора к границам России;
- 2) создать условия для развязывания третьей мировой войны;
- 3) сохранить нефтедолларовую валютную систему» [13. – С. 219].

*«Вашингтону нужен нефтедоллар, а не нефть. Теперь о третьей стратегической задаче – сохранении нефтедолларовой системы. <...> И лишь тогда, когда дальней-*

шая борьба Вашингтона за сохранение нефтедолларовой системы окажется безнадежной, он приступит к реализации «плана Б» под названием «третья мировая война» [13. – С. 221, 223].

России противостоит сильнейший враг, объединенный в лице коллективного Запада американо-британской политической элитой. Демонстративное и фактическое обострение конфронтации НАТО – Россия продиктовано *цивилизационным непринятием* России. Два мира – два миропонимания, две нравственные и цивилизационные системы.

При наличии серьезных геополитических вызовов России следует быть готовой к полномасштабной войне и военнотехнически (всеохватывающая и непреодолимая мощь российского оружия), и морально (единство и сплоченность нации, высота нравственного духа русского мира). Готовиться – это значит быть *готовой к отражению любых внешних угроз* суверенитету, национальной, территориальной целостности российской державы.

### **О практическом применении теории социально-экономических механизмов**

Массированное и глубокое воздействие на процесс развертывания глобального системного противоречия «кредиторы – должники» *в течение длительного времени геополитических и геоэкономических факторов* во всем их разнообразии, разновекторности, интенсивности привело к тому, что противостояние полюсов противоречия в сегодняшнем историческом контексте – между воображаемым коллективным Востоком и воображаемым коллективным Западом – вошло в *критическую фазу*.

Сила противодействия сторон, реализующих и отстаивающих свои фундаментальные ценности, свои интересы, увеличивается, приближаясь к состоянию аннигиляции<sup>1</sup>. Аннигиляция социально-экономического противоречия, поскольку оно

существует уже в глобальной и системной форме, содержательно означает цивилизационный разлом между коллективным Западом и коллективным Востоком.

*Мир неизбежно переходит в иную цивилизационную форму бытия* [7].

К. Маркс, например, характеризуя острую форму развертывания социально-экономического противоречия в ее критической фазе, подчеркивает: «Это отрицание отрицания». И переводит это отрицание отрицания в конкретную социальную, классовую форму (столкновение полюсов противоречия): «Бьет час капиталистической частной собственности – экспроприаторов экспроприируют» [18. – С. 766].

Для уверенного обеспечения национальных интересов в бескомпромиссном историческом противоборстве сторон (полюсов противоречия) России в лице соответствующих правомочных институтов необходимо, на наш взгляд, сформировать *системную совокупность социально-экономических механизмов* с заранее заданными, запрограммированными функциями. Это *необходимое условие*.

*Достаточным условием* выступает безусловное требование по обеспечению *устойчивого функционирования* созданных механизмов. Это уникальная, серьезная и весьма ответственная задача, требующая для своего решения высоких профессиональных знаний и истинного мастерства исполнителей – людей, преданных своему делу, разделяющих и принимающих идеалы России. Разработка и реализация социально-экономических механизмов предъявляют к исполнителям особые, повышенные требования, глубокие профессиональные знания, истинное мастерство, бескорыстную преданность в служении отчизне, стремление и волю к победе.

Системное представление человека о мире постоянно углубляется. Углубляется и совершенствуется знание о системах, их свойствах, законах функционирования. От признания системного устройства объективного материального мира пришли к признанию существования социальных

<sup>1</sup> Мы употребляем это понятие в значении «полное уничтожение; отмена» (лат. *Annihilatio*).

систем. От объектного понимания систем как совокупности элементов, объединенных устойчивыми связями, благодаря которым рассматриваемую систему можно отграничить от иных объектов окружающего мира, пришли к пониманию того, что системная совокупность элементов (система как единое целое) обладает иными свойствами, не присущими ее элементам в отдельности, – эмерджентными<sup>1</sup>. Идею относительно эмерджентных свойств *физических систем* высказал Джон Стюарт Милль – английский философ, политэконом. В конце XX столетия исследователи социально-экономических систем пришли к пониманию сложной *пространственно-временной, функциональной организации* системы как таковой. Эта идея получила название «системная парадигма» [14]. Концепцию системной парадигмы в экономике впервые ввел в научный оборот Янош Корнай.

Позже идея системной парадигмы (пространственно-временной и функциональной организации систем) трансформировалась в сугубо прикладную, утилитарную форму – так называемую экосистему [15]. Вульгаризация представлений о системной парадигме и ее примитивно-коммерческая эксплуатация привели к массовой организации экосистем, первоначально в сфере ЭКОномики, прежде всего в сфере финансов, например, экосистема «Сбера», а в дальнейшем – к попыткам внедрить эту идею в иные сферы человеческой деятельности, например, в систему территориального образования (экосистема МГИМО)<sup>2</sup>, в высшую школу [15].

Системная парадигма, если исключить коммерческую вульгаризацию этой идеи, с нашей точки зрения, представляет собой новую *методологию исследования социально-экономических систем*, позволяющую значительно глубже заглянуть в суть вещей.

<sup>1</sup> Несводимость свойств системы к сумме свойств ее компонентов.

<sup>2</sup> URL: <https://mgimo.ru/about/news/main/torkunov-forbes-12-21/>

Согласно системной парадигме, в искусственно созданных социально-экономических системах (любого функционального предназначения) в обязательном порядке присутствуют компоненты *четырёх типов систем* [25. – С. 115]: *объектной, средовой, процессной и проектной*. Каждая из этих систем располагает собственными *специфическими ключевыми функциями*, такими как:

- *функция объектных систем – объединение* разнородных элементов в единое целое;
- *функция средовых систем – коммуникация и координация, создание условий для обмена* между различными компонентами;
- *функция процессных систем – гармонизация деятельности и состояния* всех экономических систем;
- *функция событийных (проектных) систем – инновационная трансформация* других видов систем.

Реализация этих функций с учетом особенностей индивидуального, парного и группового взаимодействия фактически и составляет, как мы полагаем, *процесс функционирования экономики*.

Это чрезвычайно важное умозаключение, которое предопределяет содержание системного подхода в проектировании, построении, организации функционирования, развитии *социально-экономических механизмов*.

В чем состоит преимущество применения данного системного подхода в экономических исследованиях?

*Во-первых*, исчезает разрыв между событиями, процессами, институтами, средами; они рассматриваются как системы разного типа.

*Во-вторых*, появляется понимание взаимодействия, взаимозависимости субъектов и объектов, реального и виртуального (идеализированного), рационального и иррационального, фиктивного (мнимого) и подлинного в цепочках причинно-следственных связей.

*В-третьих*, возникает возможность решать системно значимые управленческие задачи в рамках различных предметных

политик и стратегий, к примеру, стратегий национальной, энергетической, продовольственной безопасности.

*В-четвертых*, появляется понимание и возможность проектирования и построения различного рода *социально-экономических механизмов*, которые в разнообразии своего применения (экономические, финансовые, инвестиционные, рыночные, передаточные, трансмиссионные и др.) изначально различаются базовыми функциями, предписанными механизмам и заложенными при их проектировании. Эти механизмы могут и должны представлять собой устойчивые во времени системы, состоящие по меньшей мере из органического единства трех компонентов: *институционального, процедурного и инструментального* [25. – С. 115–116; 32].

Первый компонент – *институциональный*: институты (организации), наделенные теми самыми функциями, которые закладываются при проектировании механизма.

Второй компонент – *процедурный*: государственный уровень – законодательно-нормативная база; народно-хозяйственный уровень – доктрины, концепции, стратегии, политики, программы; внутренние регламенты институтов – уставы, корпоративные стратегии, политики, регламенты, инструкции. Данный компонент обеспечивает правила и регламенты взаимодействия институтов социально-экономического механизма между собой и с институтами внешней среды; регламентирует трудовые процессы, поведение и взаимодействие исполнителей, оценку результатов труда; обеспечивает в социально-экономических механизмах (системах) контроль, реализуя тем самым систему обратной связи, жизненно необходимую любым системным образованиям для обеспечения их устойчивой жизнедеятельности.

Третий компонент – *инструментальный*: инструменты и методология их применения. Инструменты – это, по сути, средства труда, с помощью которых осуществляется манипулирование поведением субъектов в сфере социально-экономических отноше-

ний. При этом могут использоваться как традиционные, так и специально созданные инструменты [19]. Например, в финансовых механизмах применяются прежде всего финансовые инструменты, но могут применяться и иные. К финансовым относятся инструменты как прямого действия, так и косвенного. Инструменты косвенного действия – это инструменты рынка. Без рыночного механизма рынок не работает.

Пожалуй, самыми известными рыночными инструментами являются *деньги и процентная ставка*. Этими инструментами манипулируют центральные (национальные) банки, поскольку в современную эпоху именно они наделены и обладают монопольным правом эмиссии национальных валют – и мировой резервной, и расчетной – долларом США.

Сегодня это ФРС США. США задолго готовились к этому событию и получили на излете Второй мировой войны эту привилегию (именно привилегию) от представителей большинства стран мира в 1944 г., привилегию, основанную на вере этих стран в будущее справедливое устройство мира, на вере, что США окажутся надежным гарантом и сподвижником этой справедливости.

*Деньги* как финансовый инструмент – это рыночная форма *универсального требования* на часть общественного богатства.

Факт очевидный, убедительно обоснованный в новой современной теории денег [1], и не имеет значения, о какой конкретно форме денег идет речь: о явной – вещной, монетной, бумажной; или о неявной – электронной. Формы денег с точки зрения эмиссии и запуска в экономический оборот различаются только технологиями эмиссии (технологиями производства денег как финансового инструмента); монетная – чеканка, литье; бумажная – высокая или офсетная печать; электронная – запись в ручном или автоматическом режиме и хранение в памяти электронно-вычислительного устройства, компьютера или же примене-

ние и использование для этих целей распределенного реестра компьютерной сети.

Власти США, технически эмитируя посредством ФРС, распространяя по всему миру *универсальное требование*, приобретают безграничную рыночную власть в мире. Именно в этом состоят скрытые смыслы процесса *глобализации*, продвигаемые политическими элитами англосаксов. Именно для поддержания и укрепления своей безграничной власти политические элиты англосаксов идут на любые преступления против мира. *Британский историк* Ниал Фергюсон в своей монографии «Империя: чем современный мир обязан Британии» выделяет фазы глобализации: глобализация товарного рынка, глобализация рынка труда, глобализация культуры, глобализация государственного управления, *глобализация финансового рынка*, всемирный характер войны [29. – С. 30–31]. Последние две фазы характеризуют современную эпоху разворачивания глобального системного противоречия «кредиторы – должники» [7].

*Процентная ставка* как финансовый инструмент – это форма дохода на финансовом рынке. Инструмент имеет векторную направленность. Чем выше процентная ставка, тем выше денежный интерес продавца денег – кредитора. Чем выше процентная ставка, тем большая часть дохода заемщика (совершенно экономически не оправданно) перетекает продавцу денег. Исправно работает передаточный (трансмиссионный) механизм, перекачивая денежный капитал из реального сектора экономики в сферу финансового рынка.

Центральные банки ряда стран, в том числе и Банк России, отказавшись от таргетирования денежной массы (проблемы манипулирования на принципах монетарной теории), перешли в качестве цели своей денежно-кредитной политики к таргетированию инфляции, как мы понимаем и неоднократно публично это показывали, преждевременно.

На необходимость соблюдения ряда важных фундаментальных условий этого перехода указывал в свое время А. Улюкаев

[21. – С. 34; 28. – С. 94–107]. При этом монетарные власти должны были понимать, что целесообразное (достижение поставленной цели) таргетирование инфляции посредством манипулирования процентной ставкой (название финансового инструмента «ключевая ставка» – это предложение А. Улюкаева) допустимо в пределах, не превышающих 8–10% годовой инфляции. Ключевая ставка (используем официально принятую Банком России терминологию) – это *инструмент тонкой настройки* [20; 21]. Решения, принятые в свое время советом директоров Банка России по ключевой ставке, – 17% (декабрь 2014), 20% (февраль 2022). Эти решения были приняты по иным соображениям, нежели официально заявляемые советом директоров Банка России цели – намерение минимизировать проинфляционные факторы. Это решение крайне неблагоприятное для подавляющего числа экономических субъектов – заемщиков денежного капитала, существенно влияющее на уровень их деловой активности. Именно поэтому правительство России вынуждено было принимать контррешения о субсидировании процентной ставки для широкого круга заемщиков. В свое время, прекрасно понимая парадоксальность принимаемых советом директоров Банка России решений, помощник президента России А. Р. Белоусов заявил о необходимости изменений в реализации денежно-кредитной политики (ДКП): «изменения будут... Нужно стабилизировать или удержать обменный курс и при этом добиться снижения процентных ставок, потому что при такой процентной ставке ведение бизнеса в России практически невозможно» [3].

Подчеркнем, Банк России в лице членов его совета директоров, принимая те или иные исключительные решения, обязан профессионально и адекватно использовать весь арсенал финансовых инструментов, имеющихся в его распоряжении. Каждый из членов совета директоров обязан нести персональную ответственность за решения, принимаемые этим коллегиаль-

ным органом управления. Профессиональному сообществу необходимо понимать и знать позицию каждого из членов совета директоров по принятому исключительному, неординарному решению.

Другими словами, с любым финансовым инструментом (и прежде всего с ключевой ставкой) нужно уметь профессионально обращаться.

Британскому деятелю профсоюзного движения, публицисту Томасу Джозефу Даннингу принадлежит весьма образное и поразительно точное по сути высказывание, опубликованное в 1860 г. британским журналом *Quarterly Review*. Британия находилась в этот период на вершине мирового экономического могущества. К. Маркс приводит это высказывание в своем фундаментальном политэкономическом исследовании «Капитал»: «Обеспечьте 10 процентов, и капитал согласен на всякое применение, при 20 процентах он становится оживленным, при 50 процентах положительно готов сломать себе голову, при 100 процентах он попирает все человеческие законы, при 300 процентах нет такого преступления, на которое он не рискнул бы, хотя бы под страхом виселицы» [18. – С. 770].

Возможно манипулирование как процентной ставкой, так и объемом денежных средств: как ссужаемых экономическим агентам, так и вновь введенных в экономику с помощью денежной эмиссии.

Особо отметим в контексте раскрытия темы особенности функционирования финансовых механизмов. Многообразие применяемых сегодня финансовых инструментов весьма велико. При этом может происходить их функциональная трансформация в зависимости от задач, которые предстоит решать для достижения поставленных целей. Это свойство финансового инструментария весьма важно, поскольку позволяет существенно расширить операционные возможности финансовых механизмов без необходимости проектирования специального инструментария.

Проектированием финансовых инструментов профессионально занимаются финансовые инженеры. Новые инструменты первоначально мало знакомы участникам финансового рынка и в силу этого ограничены в своей дееспособности. Это приводит к неоправданным затратам времени как на проектирование, так и на запуск новых инструментов [19; 21; 33].

Созданные в системной взаимосвязи социально-экономические механизмы, с одной стороны, должны обеспечить *противодействие* факторам, разрушающим российскую государственность, экономику, культуру, базовые основы существования многонационального этноса народов России. С другой стороны, они должны создать условия и способствовать поступательному, динамичному развитию российского государства и общества, укреплению экономики, упрочению безопасности России.

Развитие – это закономерное, качественное изменение функционирующей системы. Понятие «развитие» впервые введено в научный оборот классической немецкой философской школой и является альтернативой функционированию. Функционирование системы происходит без изменения ее качественных параметров, без необратимости процессов функционирования. Развитие – это качественно новые параметры функционирования любых систем, в том числе и искусственно созданных – социально-экономических.

Механизмы должны устойчиво функционировать, и их функционирование направлено на обеспечение *качественных изменений*, в частности направлено на *качественные изменения в экономике*. К примеру, на Петербургском экономическом форуме 2022 г. на различных коммуникационных площадках была озвучена осознанная приоритетная необходимость структурной перестройки экономики. На форуме отмечена важность создания «новой системы международных расчетов» (Э. Набиуллина), необходимость «принять доктрину технологической безопасности по аналогии с доктриной продовольственной безопасно-

сти» (А. Силуанов), озвучена приоритетная «задача России – *«купить время»* для перестройки экономики» (М. Орешкин).

Были выступления и нелепые, противоречащие здравому смыслу. Назначенный в совет директоров Банка России 21 апреля 2022 г. А. Б. Заботкин, заместитель председателя Банка России (2020), высший по должности чиновник в Банке России, отвечающий за формирование и реализацию денежно-кредитной политики России, за подготовку документов для рассмотрения Национальным финансовым советом, прилюдно продемонстрировал свою профессиональную некомпетентность [6]. Это событие особо знаковое по ряду причин: *во-первых*, особенность времени, когда острота ситуация требует, а общество ожидает экстраординарных, смелых, конструктивных предложений; *во-вторых*, миллионная трибуна для выступления – Петербургский экономический форум; *в-третьих*, статус института – Банк России, исключительность должности, которую А. Заботкин представляет, и функции, которые на него возложены. Данный прецедент вызвал совершенно справедливо весьма критическую и очень нелюбимую оценку в экспертном, научном, деловом сообществе.

В связи с этим необходимо отметить одно чрезвычайно важное обстоятельство: в процессе формирования и реализации денежно-кредитной политики Банка России длительное время (по меньшей мере с 2013 г.) присутствует ряд *проблем*, что в конечном итоге привело к формированию и развертыванию *локального противоречия* в сфере ДКП.

Существенным обстоятельством возникновения и устойчивого существования феномена – *противоречия ДКП* – является *кадровая проблема*, проблема неадекватного выбора и назначения на ключевую должность в сфере методологии, проектирования и реализации ДКП Банка России. Природа этой проблемы заложена в субъективном факторе, в конкретном должностном лице, наделенном всей полнотой власти в сфере ДКП Банка России. Полага-

ем, членам Национального финансового совета (в состав совета входит и председатель совета директоров Банка России) необходимо осмыслить и критически пересмотреть критерии кадрового подбора, изменить процедуру назначения потенциальных кандидатов на столь высокую должность, предусмотреть персональную ответственность за ошибки в проектировании и реализации ДКП России, поскольку цена ошибок для экономики России, особенно сегодня в условиях институциональных перемен, может быть исключительна велика, а последствия непоправимы.

Таким образом, с высокой трибуны Петербургского экономического форума были озвучены три задачи.

*Первая – структурная перестройка.* Структурная перестройка экономики (как изменение качества национальной экономики в процессе развития) требует создания соответствующих *экономических механизмов*. Исполнительная власть всех уровней должна осознать, что без должных, *осознанно спроектированных механизмов* структурную перестройку экономики не осуществить.

*Вторая – новая система международных расчетов.* Новая система международных расчетов (как изменение качества денежной системы в процессе развития) требует создания соответствующих *финансовых механизмов*. Без должных, *осознанно спроектированных механизмов* новую систему международных расчетов не создать.

*Третья – доктрина технологической безопасности.* Доктрина технологической безопасности сама по себе важна. Но она (или стратегия, или программа, или политика) может быть реализована только при условии, если *осознанно спроектирован* и создан соответствующий *механизм технологической безопасности* (механизм обеспечения), входящий в *системную совокупность механизмов*, обеспечивающих национальную безопасность России. В будущем механизме официально принятая доктрина технологической безопасности, доктрина,

сформированная по сути, но не по форме, несомненно, сыграет важную роль, поскольку позволит четко определить функциональный состав и принципы функционирования институтов, входящих в состав механизма, необходимый, но достаточный минимум инструментов, способствующих обеспечению технологической безопасности России.

В историческом противоборстве сторон – полюсов глобального системного противоречия – для победы России необходимо на всех уровнях власти, на всех уровнях принятия решений осознать жизненную потребность в *безотлагательном формировании системной совокупности социально-экономических механизмов. Эту системную совокупность социально-экономических механизмов, обеспечивающих национальную безопасность России, механизмов с заранее понимаемыми и четко обозначенными функциями, необходимо разработать правительству России, научному и экспертному сообществу по поручению Совета безопасности Российской Федерации и лично главы государства президента В. В. Путина.*

Проектируемые социально-экономические механизмы в случае их успешного запуска и функционирования призваны обеспечить не только нейтрализацию беспрецедентных по своей потенциальной разрушительной силе геополитических и геоэкономических вызовов, создаваемых поборниками и проводниками политики англосаксонского глобального доминирования и однополярного мира, представителями иного (противоположного) полюса глобального системного противоречия [23], но и реализацию системной структурной перестройки экономики, создание прочного фундамента будущего развития Российской Федерации.

Резонно поставить вопрос: кто они, эти представители иного (противоположного) полюса глобального системного противоречия? То, что основой социальной и политической «цементации» этой особой социальной группы выступает идеология че-

ловеконенавистничества, нам ясно. Но это стало ясно и не только нам. В 2018 г. в период вступления США в эпоху Трампа вышла в свет книга американского публициста Ананда Гиридхарадаса (в прошлом редактора журнала TIME) «Победители получают все. Элитная шарада изменения мира» [5]. Дж. Стиглиц писал, что книга А. Гиридхарадаса представляет разрушительный портрет целого класса. Сегодняшняя элита может быть одной из наиболее социально заинтересованных элит в истории, но также по холодной логике чисел является одной из *самых хищных в истории*. Все, что происходит, является формами консервативной самозащиты – мерами, которые призваны защитить элиты от более угрожающих изменений [5]. И самое основное – эти элиты *фальшивы*, озабоченные самозащитой, готовые любой ценой удерживать власть.

Какова структура системной совокупности социально-экономических механизмов, о необходимости формирования которой мы говорим. Она может состоять из таких компонентов, как [25. – С. 117–118; 32]:

а) механизм (институты, инструменты, процедуры) асимметричного ответа (системный подход) на репрессии и вызовы в сфере геополитики и геоэкономики. Обозначим несколько событий самого последнего времени в сфере геополитики и геоэкономики, которые, несомненно, не должны остаться без внимания и ответной реакции Российской Федерации:

– Канада (25.06.2022). Сенат Канады одобрил продажу замороженных российских активов. Декларируемая цель – денежные средства для восстановления Украины. В случае реализации намерений – прямое нарушение норм международного права;

– США (22.06.2022). Председатель Федеральной резервной системы США Дж. Пауэлл на слушаниях в одном из комитетов Сената Конгресса США на вопрос, стала ли спецоперация России на Украине «основной движущей силой», инфляции, заявил, что инфляция и ранее была высока и ФРС в целом системно работает над этой проблемой;

– США (23.06.2022). Дж. Стиглиц полагает, что США вступили в новую холодную войну с Китаем и Россией. США могут проиграть. Американские лидеры изображают ее противостоянием между демократией и авторитаризмом. Это не так. Американские элиты на карту поставили глобальную гегемонию, а не ценности;

– США, Великобритания (25.06.2022). США объявили о создании нового альянса в Тихоокеанском регионе (*Partners in the Blue Pacific – РВР*): Великобритания, Австралия, Новая Зеландия, США, Япония. Декларируемая цель – более эффективная и действенная поддержка тихоокеанских приоритетов под руководством и лидерством тихоокеанских государств;

– Литва (18.06.2022). Власти Литвы наложили запрет и прекратили транзит широкого перечня грузов по железной дороге между Калининградской областью и Россией;

– Великобритания (05.08.2021/24.06.2022). АСЕАН и Великобритания провели первое заседание Совместного комитета по сотрудничеству АСЕАН и Соединенного Королевства (АУК/СС). Декларируемая цель – защитить ключевые столпы международного права, такие как Конвенция ООН по морскому праву;

– США, Великобритания (15.09.2021). США, Великобритания, Австралия объявили о создании особого англосаксонского содружества АУКУС (*Australia/UK/US*). Декларируемая цель – доминирование в Тихом океане посредством строительства для Австралии атомного подводного флота и оснащение подводных лодок крылатыми ракетами большой дальности *Tomahawk*;

– Россия (27.06.2022). Власти Ирана и Аргентины подали заявки на присоединение к БРИКС;

б) механизм обеспечения экономической безопасности Российской Федерации;

в) механизм обеспечения финансовой безопасности Российской Федерации;

г) механизм обеспечения безопасности культурного пространства России;

д) механизм обеспечения безопасности в сфере информации;

е) механизм обеспечения устойчивости национальной финансовой системы;

ж) механизм обеспечения устойчивости национальных финансовых систем государств – членов ЕАЭС;

з) механизм обеспечения устойчивости и защиты национальной денежной единицы – российского рубля;

и) механизм обеспечения условий формирования человеческого капитала высокого качества;

к) механизм обеспечения условий эффективной защиты материнства и детства;

л) механизм обеспечения условий роста реальных доходов населения;

м) механизм обеспечения условий формирования национальной элиты в сфере политики, науки, культуры, корпоративного и государственного управления.

Среди предложенных для разработки механизмов особо выделим два: первоочередной и первостепенный.

*Первоочередной* – разработка механизмов (институты, инструменты, процедуры) асимметричного ответа на репрессии, осуществляемые геоэкономическими и геополитическими противниками России. Эти механизмы открывают представленный нами перечень. Направления главного «удара» – это научно-технические, политические, социокультурные, гуманистические сферы, т. е. все те сферы бытия человека, где Россия прежде всего может, высоко подняв знамя своего престижа, продемонстрировать высокий гуманизм, нравственность и привлекательность своей жизненной философии миру.

*Первостепенный* – разработка механизмов (институты, инструменты, процедуры) обеспечения условий формирования национальной элиты в сфере политики, науки, культуры, корпоративного и государственного управления. Эти механизмы заканчивают представленный нами перечень.

Проектирование данных механизмов затрагивает глубинные основы и широчайший фронт всего спектра жизнедеятельности человека и всего жизненного обустройства российской нации, российской культуры. При этом особо обратим внимание на *первостепенность* формиро-

вания (проектирование и запуск) механизма разрешения противоречия высшей школы России – между формой и содержанием. Данные понятия системно условны. В высшей школе России сложилась крайне напряженная ситуация в процессе развертывания основного противоречия между социальными группами: с одной стороны – аппарат управления (полюс противоречия – форма), с другой – студенчество и профессорско-преподавательский состав (ППС) (полюс противоречия – содержание). Стала обычным явлением интеграция (перекрещивание) функций представителей ППС, а следовательно, наличие *одновременно* соответствующих противоположных интересов в сфере управления и в сфере собственно педагогической и научной деятельности. Эту застарелую проблему, как, впрочем, и иные устойчиво существующие проблемы высшей школы России, необходимо *безотлагательно* решать. В противном случае основное противоречие высшей школы России закономерно переходит из сегодняшней острой фазы в фазу *критическую* [8. – С. 27–31]. Этого нельзя допустить, цена слишком велика. Цена – существование самой России как государства суверенного. Необходимы энергичные, *безотлагательные, системные, жесткие* меры.

Существуют различные, порой *диаметрально противоположные* оценки состояния и путей развития высшей школы России [8; 15; 26].

Ключевую роль в формировании новой парадигмы высшей школы России призван сыграть Совет при Президенте Российской Федерации по науке и образованию [8. – С. 31]. Необходимо *безотлагательно* запустить механизм конструктивного функционирования Совета: разработать и принять новую парадигму высшей школы России; в соответствии с принятой парадигмой

спроектировать, сформировать и запустить механизмы трансформации, развития, совершенствования высшей школы России. В новой парадигме высшей школы России особое место должно занять понимание того, что формирование национальной элиты – не только *первостепенная* задача государственной важности, но и, несомненно, *первоочередная* задача. Наиважнейшее положение новой парадигмы: высшее образование – это не услуга, предназначенная для продажи на рынке; высшее образование – это функция государства. В сегодняшних условиях институционального разлома эта функция становится *первостепенной*.

### Вместо заключения

Для того чтобы реально отразить внутренние и внешние угрозы единству и национальному суверенитету России, максимально защитить социокультурное и экономическое пространство нации, необходимо осознать, что освобождение от любого диктата зависит не от теории, не от моделей, объясняющих (лучше или хуже) реалии окружающей действительности. Истинное освобождение зависит от *политической воли и единства* правящей элиты, от *творческой энергии пассионариев* – лучших представителей многочисленных народов, населяющих Россию, от осознания исторической миссии России широкими слоями населения. Формирование и творческое воспитание национальной элиты в широком понимании, в том числе в сфере культуры, науки, образования, политики, идеологии, государственного управления, экономики, военного дела, медицины, теологии и других сферах, как мы представляем, должно отражать историческую миссию России, составлять *главную стратегическую цель национальной доктрины безопасности России*.

### Список литературы

1. Базулин Ю. В. Происхождение и природа денег. – СПб. : Изд-во СПб. ун-та, 2008.
2. Блэквилл Р., Харрис Дж. М. Война иными средствами. Геоэкономика и государственное регулирование. – М. : АСТ, 2017.

3. Взгляд. Деловая газета. – 2015. – 16 января. – URL: <https://vz.ru/news/2015/1/16/724657.html>
4. Володенков С. В., Федорченко С. Н. Окно Овертона – манипулятивная матрица политического менеджмента // ОБОЗРЕВАТЕЛЬ-OBSERVER. – 2015. – № 4. – С. 83–93.
5. Гириджарадас А. Победители получают все. Элитная шарада изменения мира. – New York : Knopf, 2018.
6. Заботкин А. Б. Цифровой рубль: возможности и варианты. – URL: [https://cbr.ru/about\\_br/bankstructute/zabotkinab/](https://cbr.ru/about_br/bankstructute/zabotkinab/)
7. Карпунин В. И. «Кредиторы – должники»: генезис глобального системного противоречия // Вестник Московского университета. Серия 27: Глобалистика и геополитика. – 2013. – № 2. – С. 59–64.
8. Карпунин В. И. Современная высшая школа России: проблемы и противоречия // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. – Т. 18. – № 2 (116). – С. 21–33.
9. Карпунин В. И., Новашина Т. С. Феноменология власти – генезис форм проявления глобального системного противоречия «кредиторы – должники» // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2017. – № 3 (93). – С. 3–18.
10. Карпунин В. И., Новашина Т. С., Сироткин А. С. Дефиниции в экономической теории и практике: финансовый механизм // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2014. – № 9 (75). – С. 16–36.
11. Катасонов В. Ю. За кулисами международных финансов. – М. : МГИМО МИД России, 2013.
12. Катасонов В. Ю. Капитализм. История и идеология «денежной цивилизации». – М. : Институт русской цивилизации, 2017.
13. Катасонов В. Ю. Хозяева денег. 100-летняя история ФРС. – М. : Алгоритм, 2014.
14. Клейнер Г. Б. Системная парадигма в экономических исследованиях: новый подход // Цивилизация знаний: российские реалии : труды Восьмой научной конференции. – М. : РосНОУ, 2007. – С. 453–457.
15. Клейнер Г. Б. Современный университет как экосистема: институты междисциплинарного управления // Journal of Institutional Studies. – 2019. – № 11 (3). – С. 054–063.
16. Коулман Дж. Иерархия заговорщиков: Комитет 300 : пер с англ. – 4-е изд. – М. : Древнее и современное, 2011.
17. Кьеза Дж. ZERO: почему официальную версию событий 11 сентября следует считать фальшивкой. – М. : Трибуна, 2008.
18. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. – Т. 1. – Л. : Государственное издательство политической литературы, 1952.
19. Маршал Дж. Ф., Бансал В. К. Финансовая инженерия: полное руководство по финансовым нововведениям : пер. с англ. – М. : Инфра-М, 1998.
20. Моисеев С. Р. Инфляционное таргетирование. – М. : Маркет ДС, 2004. – (Академическая серия).
21. Новашина Т. С. Современная денежно-кредитная политика России в свете теории дисфункции денег // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2019. – № 1 (103). – С. 27–44.
22. Паренти М. Власть над миром. Истинные цели американского империализма. – М. : Поколение, 2006.
23. Рейган Р., Тэтчер М. Англосаксонская мировая империя. – М. : Алгоритм, 2014. – (Титаны XX века).
24. Слейтер Р. Нефть. Кто диктует правила миру, сидящему на сырьевой игле. – М. : Эксмо, 2011.

25. Социальная модернизация: российская специфика и некоторые уроки : коллективная монография / под ред. В. Д. Мамонтова, А. В. Саяпина. – Тамбов : Издательский дом «Державинский», 2020.
26. Торкунов А. В. Университет как часть национальной экономики // Вопросы экономики. – 2019. – № 12. – С. 111–122.
27. Тульчинский Г. Л. Свобода и смысл. Новый сдвиг гуманитарной парадигмы // Российские исследования в гуманитарных науках. – Т. 16. – Lewiston – Queenston – Lampeter : The Edwin Mellen Press, 2001.
28. Улюкаев А. В. Современная денежно-кредитная политика: проблемы и перспективы. – 2-е изд. – М. : Издательство «Дело» АНХ, 2010.
29. Фергюсон Н. Империя: чем современный мир обязан Британии : пер. с англ. – М. : АСТ : CORPUS, 2014.
30. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения : пер. с англ. – Л., 1924.
31. Шейнман М. М. Вера в дьявола в истории религии. – М. : Наука, 1977.
32. Novashina T. S., Karpunin V. I. Genesis of Global Systemic Contradiction of Modern Time // Revista Inclusiones. – 2020. – Vol. 7. – Special number. – P. 96–115.
33. Novashina T. S., Karpunin V. I., Isaeva E. A. Genesis of Functions of Banking Regulation Tools: Compulsory Reserves // International Journal of Mechanical Engineering and Technology. – 2018. – N 9 (12). – P. 1301–1312.

#### References

1. Bazulin Yu. V. Proiskhozhdenie i priroda deneg [Origin and Nature of Cash]. Saint Petersburg, Izd-vo SPb. un-ta, 2008. (In Russ.).
2. Blackwill R., Harris J. M. Voyna inymi sredstvami. Geoekonomika i gosudarstvennoe regulirovanie [War by Other Means. Geo-Economics and State Regulation]. Moscow, AST, 2017. (In Russ.).
3. Vzglyad. Delovaya gazeta [Vzglyad. Business Paper], 2015, January 16. (In Russ.). Available at: <https://vz.ru/news/2015/1/16/724657.html>
4. Volodenkov S. V., Fedorchenko S. N. Okno Overtona – manipulyativnaya matritsa politicheskogo menedzhmenta [Overtone Window as a Manipulation Matrix of Political Management]. *OBSERVER*, 2015, No. 4, pp. 83–93. (In Russ.).
5. Giridkharadas A. Pobediteli poluchayut vse. Elitnaya sharada izmeneniya mira [Winners Get All. Elite Charade of World Changes]. New York, Knopf, 2018. (In Russ.).
6. Zobotkin A. B. Tsifrovoy rubl: vozmozhnosti i variant [Digital Ruble: Opportunities and Variants]. (In Russ.). Available at: [https://cbr.ru/about\\_br/bankstructute/zobotkinab/](https://cbr.ru/about_br/bankstructute/zobotkinab/)
7. Karpunin V. I. «Kreditory – dolzhniki»: genezis globalnogo sistemnogo protivorechiya [‘Creditors – Debtors’: the Origin of Global System Contradiction]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 27: Globalistika i geopolitika* [Bulletin of the Moscow University. Series 27: Globalistics and Geopolitics], 2013, No. 2, pp. 59–64. (In Russ.).
8. Karpunin V. I. Sovremennaya vysshaya shkola Rossii: problemy i protivorechiya [Today’s Higher School of Russia: Challenges and Contradictions]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2021, Vol. 18, No. 2 (116), pp. 21–33. (In Russ.).
9. Karpunin V. I., Novashina T. S. Fenomenologiya vlasti – genezis form proyavleniya globalnogo sistemnogo protivorechiya «kreditory – dolzhniki» [Phenomenology of Power – Origin of Forms in Global System Contradiction ‘Creditors – Debtors’]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2017, No. 3 (93), pp. 3–18. (In Russ.).

10. Karpunin V. I., Novashina T. S., Sirotkin A. S. Definitzii v ekonomicheskoy teorii i praktike: finansovyy mekhanizm [Definitions in Economic Theory and Practice: Finance Mechanism]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2014, No. 9 (75), pp. 16–36. (In Russ.).
11. Katasonov V. Yu. Za kulisami mezhdunarodnykh finansov [Behind the Scenes of International Finance]. Moscow, MGIMO Ministry of Foreign Affairs of Russia, 2013. (In Russ.).
12. Katasonov V. Yu. Kapitalizm. Istoriya i ideologiya «denezhnoy tsivilizatsii» [Capitalism. History and Ideology of 'Cash Civilization']. Moscow, Institute of Russian Civilization, 2017. (In Russ.).
13. Katasonov V. Yu. Khozyaeva deneg. 100-letnyaya istoriya FRS [Cash Masters. 100-Year History FRS]. Moscow, Algoritm, 2014. (In Russ.).
14. Kleyner G. B. Sistemnaya paradigma v ekonomicheskikh issledovaniyakh: novyy podkhod [System Paradigm in Economic Research: New Approach]. *Tsivilizatsiya znaniy: rossiyskie realii: trudy Vosmoy nauchnoy konferentsii* [Civilization of Knowledge: Russian Reality: papers of the 8th Conference]. Moscow, RosNOU, 2007, pp. 453–457. (In Russ.).
15. Kleyner G. B. Sovremennyy universitet kak ekosistema: instituty mezhdistsiplinarnogo upravleniya [Today's University as Eco-System: Institutions of Inter-Disciplinary Management]. *Journal of Institutional Studies*, 2019, No. 11 (3), pp. 054–063. (In Russ.).
16. Coalman G. Ierarkhiya zagovorshchikov: Komitet 300 [Plotter Hierarchy: Committee of 300], translated from English, 4th edition. Moscow, Drevnee i sovremennoe, 2011. (In Russ.).
17. Kieza G. ZERO: pochemu ofitsialnuyu versiyu sobytii 11 sentyabrya sleduet schitat falshivkoy [ZERO: Why the Official Version of September, 11 Events must be Considered False]. Moscow, Tribuna, 2008. (In Russ.).
18. Marx K. Kapital. Kritika politicheskoy ekonomii [Capital. Criticism of Political Economy]. Vol. 1. Leningrad, State Publishing House of Political Literature, 1952. (In Russ.).
19. Marshal Dzh. F., Bansal V. K. Finansovaya inzheneriya: polnoe rukovodstvo po finansovym novovvedeniyam [Financial Engineering: Complete Guidebook on Finance Innovation], translated from English. Moscow, Infra-M, 1998. (In Russ.).
20. Moiseev S. R. Inflyatsionnoe targetirovanie [Inflation Targeting]. Moscow, Market DS, 2004. (Academic Series). (In Russ.).
21. Novashina T. S. Sovremennaya denezhno-kreditnaya politika Rossii v svete teorii disfunktsii deneg [Today's Monetary and Credit Policy in Russia in View of the Theory of Money Malfunction]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2019, No. 1 (103), pp. 27–44. (In Russ.).
22. Parenti M. Vlast nad mirom. Istinnyye tseli amerikanskogo imperializma [Control over the World. True Aims of American Imperialism]. Moscow, Pokolenie, 2006. (In Russ.).
23. Reagan R., Thatcher M. Anglosaksonskaya mirovaya imperiya [Anglo-Saxon World Empire]. Moscow, Algoritm, 2014. (Titans of the 20th Century). (In Russ.).
24. Slaiter R. Neft. Kto diktuet pravila miru, sidyashchemu na syrevoy igle [Crude Oil. Who Controls the World Sitting on the Raw Material Needle]. Moscow, Eksmo, 2011. (In Russ.).
25. Sotsialnaya modernizatsiya: rossiyskaya spetsifika i nekotorye uroki: kollektivnaya monografiya [Social Modernization: Russian Specificity and Certain Lessons: collective monograph], edited by V. D. Mamontov, A. V. Sayapin. Tambov, Publishing house 'Derzhavinskiy', 2020. (In Russ.).
26. Torkunov A. V. Universitet kak chast natsionalnoy ekonomiki [University as an Element of National Economy]. *Voprosy ekonomiki* [Issues of Economics], 2019, No. 12, pp. 111–122. (In Russ.).

27. Tulchinskiy G. L. Svoboda i smysl. Novyy sdvig gumanitarnoy paradigmy [Freedom and Sense. New Shift in Humanitarian Paradigm]. *Rossiyskie issledovaniya v gumanitarnykh naukakh* [Russian Research in Arts], Vol. 16. Lewiston – Queenston – Lampeter: The Edwin Mellen Press, 2001. (In Russ.).

28. Ulyukaev A. V. Sovremennaya denezhno-kreditnaya politika: problemy i perspektivy [Today's Monetary and Credit Policy: Challenges and Prospects], 2nd ed. Moscow, Publishing house 'Delo' ANH, 2010. (In Russ.).

29. Ferguson N. Imperiya: chem sovremennyy mir obyazan Britanii [Empire: Why is Today's World Obligated to Britain], translated from English. Moscow, AST, CORPUS, 2014. (In Russ.).

30. Ford G. Moya zhizn. Moi dostizheniya [My Life. My Achievements], translated from English. Leningrad, 1924. (In Russ.).

31. Sheinman M. M. Vera v dyavola v istorii religii [Belief in Devil in History of Religion]. Moscow, Science, 1977. (In Russ.).

32. Novashina T. S., Karpunin V. I. Genesis of Global Systemic Contradiction of Modern Time. *Revista Inclusiones*, 2020, Vol. 7, Special number, pp. 96–115.

33. Novashina T. S., Karpunin V. I., Isaeva E. A. Genesis of Functions of Banking Regulation Tools: Compulsory Reserves. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 2018, No. 9 (12), pp. 1301–1312.

#### Сведения об авторах

##### **Вячеслав Иванович Карпунин**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры «Международные финансы»  
МГИМО МИД России;  
исполнительный директор  
Национального Фонда Управления Активами.  
Адрес: ФГАОУ ВО «Московский  
государственный институт международных  
отношений (университет) Министерства  
иностраннных дел Российской Федерации»,  
119454, Москва, проспект Вернадского, д. 76;  
НО «Национальный Фонд Управления  
Активами», 103132, Москва, ул. Варварка, д. 7.  
E-mail: vikarpunin@mail.ru  
ORCID: 0000-0002-7947-4131

##### **Татьяна Сергеевна Новашина**

кандидат экономических наук, доцент,  
заведующая кафедрой банковского дела  
Университета «Синергия»; член Коллегии  
Правления Национального Фонда  
Управления Активами.  
Адрес: негосударственное образовательное  
частное учреждение высшего образования  
«Московский финансово-промышленный  
университет "Синергия"», 125190, Москва,  
Ленинградский проспект, д. 80;  
НО «Национальный Фонд Управления  
Активами», 103132, Москва, ул. Варварка, д. 7.  
E-mail: tnovashina@mail.ru  
ORCID: 0000-0001-9959-7385

#### Information about the authors

##### **Vyacheslav I. Karpunin**

PhD, Assistant Professor, Assistant Professor  
of the Department for Internationale Finanzen  
of MGIMO University; Exekutivdirektor  
of the National Asset Management Fund.  
Address: Moscow State Institute  
of International Relations (University)  
of the Ministry of Foreign Affairs Russian  
Federation, 76 Vernadskiy Avenue,  
Moscow, 119454, Russian Federation;  
National Asset Management Fund,  
7 Varvarka Str., Moscow, 103132,  
Russian Federation.  
E-mail: vikarpunin@mail.ru  
ORCID: 0000-0002-7947-4131

##### **Tatyana S. Novashina**

PhD, Assistant Professor,  
the Head of the Department for Banking  
of the Synergy University; board-member  
of the National Asset Management Fund.  
Address: Non-state private educational  
institution of higher professional education  
"Moscow University for Industry and Finance  
"Synergy", 80 Leningradsky Avenue,  
Moscow, 125190, Russian Federation;  
National Asset Management Fund,  
7 Varvarka Str., Moscow, 103132,  
Russian Federation.  
E-mail: tnovashina@mail.ru  
ORCID: 0000-0001-9959-7385



# ДЕЛОВАЯ АКТИВНОСТЬ В ЦИКЛИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ЭКОНОМИКИ И СТУПЕНИ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ БЛАГ

**А. С. Чуйко**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

На основе системного подхода в статье проводится анализ развития экономической системы при движении инвестиционных благ (рабочих мест) и человеческого капитала по ступеням их специализации. Кратко рассмотрены экономические циклы, каждый из которых заканчивается в конце первой четверти XXI в. С помощью уравнения обмена показаны экономические инвестиционные циклы и циклы запасов как результат деловой активности, направленной на разрешение проблем, создаваемых растущей численностью человеческого капитала и его спросом на блага комфортного проживания. Рассмотрены циклы штатной деловой активности, непрерывно ведущие экономическую систему к новым ступеням специализации инвестиционных благ. Отмечены проблемные результаты деловой активности, ввергающие экономическую систему либо в состояние спада, либо в галопирующую инфляцию. Представлена важная роль инфляции в управлении деловой активностью и развитии экономической системы. Определены условия, в которых бедные беднеют, а богатые богатеют. Особое внимание обращено к проблемам, возникающим в экономических системах при нарушении последовательности штатной деловой активности.

*Ключевые слова:* рабочие места, человеческий капитал, производительность труда, деловая активность, уравнение обмена, совокупный спрос, экономические циклы, инфляция, дефляция.

# BUSINESS ACTIVITY IN CYCLIC DEVELOPMENT OF ECONOMY AND STAGES IN INVESTMENT VALUE SPECIALIZATION

**Anatoliy S. Chuyko**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

On the basis of system approach the article analyzes the development of economic system during movement of investment values (jobs) and human capital by stages of their specification. Economic cycles were discussed briefly and each of them finishes in the late first quarter of the 21<sup>st</sup> century. With the help of exchange equation the author shows economic investment cycles and stock cycles as a result of business activity aimed at resolving problems created by growing number of human capital and its demand for values of comfortable life. Cycles of staff business activity were studied, which constantly take the economic system to new stages of investment value specialization. Controversial results of business activity were highlighted, which can cause either a recession of the economic system or galloping inflation. An important role of inflation in managing business activity and developing economic system was underlined. The article identifies the conditions when the poor become poorer and the rich – richer. Special attention was paid to problems that could arise in economic systems in case the sequence in staff business activity is broken.

*Keywords:* jobs, human capital, labour productivity, business activity, exchange equation, aggregate demand, economic cycles, inflation, deflation.

Из составляющих производительных сил *человеческий капитал* (ЧК) представляет собой живой труд, а *средства труда и предметы труда* – овеществленные знания. При этом до *трех четвертей затрат* в производстве благ (товаров и услуг) приходится на человеческий капитал. Основой развития средств труда, направленного на поддержание динамического равновесия в экономической системе (ЭС), является интеллектуальный и физический труд человеческого капитала по созданию, овеществлению и использованию знаний о технологиях производства потребляемых благ.

Удовлетворить растущий спрос на блага можно либо тиражируя существующее производство, либо увеличивая *производительность труда* (ПТ). Процесс *тиражирования* связан с трудностями привлечения большого количества человеческого капитала необходимой квалификации и организацией его совместного труда с ове-

ществленными знаниями, а также организацией управления им. Эти проблемы эффективнее решаются через повышение *производительности труда*, заменяя человеческий капитал овеществленными знаниями, которые выполняют трудовые функции качественнее и быстрее, чем человек. При этом уровень образования человеческого капитала должен соответствовать используемым овеществленным знаниям.

Затраты на увеличение *производительности труда* рентабельны, когда производятся *массово* потребляемые блага. Результатом овеществления знаний становятся *специализированные рабочие места* (РМ), или, что то же самое, *инвестиционные блага* (ИБ), выполняющие рутинные (массовые, однообразные) операции, которые появляются на каждой ступени их специализации (рис. 1). Одновременно знания (интеллект) овеществляются как в рабочих местах, так и в *формах их организации* с человеческим капиталом и в структурах *управления* им.

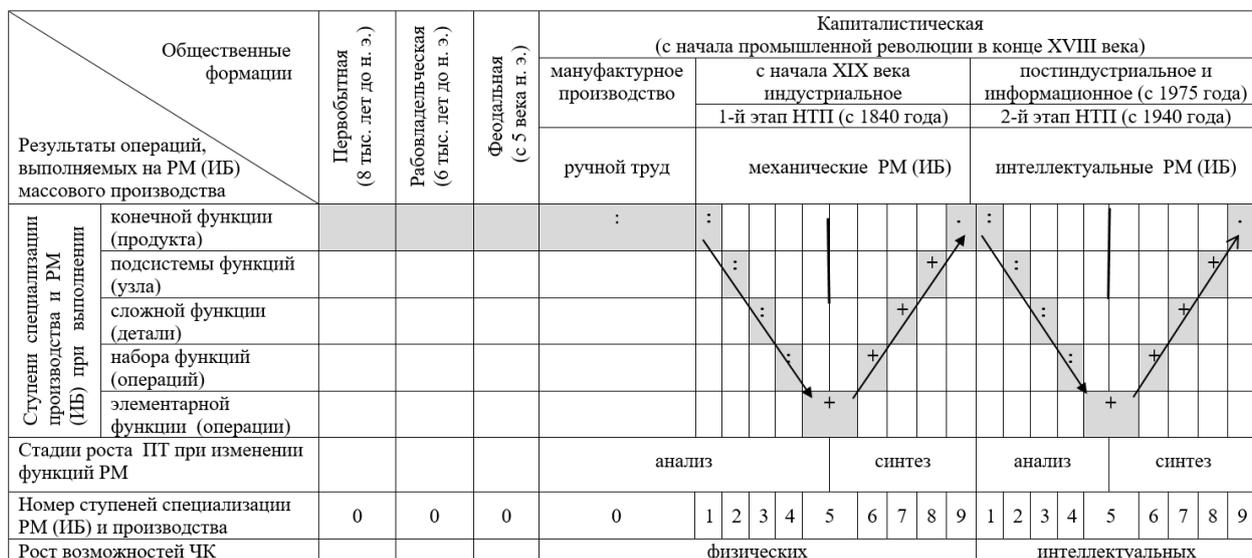


Рис. 1. Ступени специализации рабочих мест (инвестиционных благ) в различные периоды развития человечества

В течение почти десяти тысяч лет человечество тиражировало различные универсальные рабочие места, с помощью которых, используя в основном ручной труд, производились жизненные блага. С появлением рыночной экономики в конце

XVIII в. началось движение рабочих мест по ступеням их специализации на базе разделения ручных трудовых функций в мануфактурном производстве. Затем благодаря научно-технической революции (начало XIX в.), а также научно-техни-

ческому прогрессу (НТП) ручное выполнение трудовых функций стали заменять машинным (овеществленными знаниями в рабочих местах). На каждой ступени специализации рабочих мест появление эффективного направления увеличения *производительности труда* [2] инициировало использование его во всех сферах производства благ.

Ступени роста *производительности труда* [3; 4] в результате анализа (разделения трудовых функций) и синтеза (объединения трудовых функций) переходов к новым направлениям специализации рабочих мест стали результатом *двух* периодов НТП.

В первом периоде специализация рабочих мест была направлена на выполнение рутинных, в основном механических, функций в технологиях производства благ, увеличивая физические возможности человеческого капитала; во втором периоде – на выполнение рутинных интеллектуальных функций, увеличивая интеллектуальные возможности.

Создание специализированных рабочих мест (активной части физического капитала) каждой ступени осуществлялось с использованием более совершенных факторов производства (знаний, энергии, материалов, информационных технологий, а также человеческого капитала). Каждый из этих периодов НТП образует так называемый *вековой* цикл поведения индексов фондового рынка [5. – С. 54].

На рис. 2 показана общая 100-летняя перспектива. Выводы нетрудно сделать. Последний растущий суперцикл (III) длился примерно 70 лет. Это дает некоторое представление о вероятной величине новой волны быков, начавшейся в 1949 г.

По Эллиотту, мы находимся в большом суперцикле свыше 100 лет и будем пребывать в нем еще очень много лет, вероятно, и в XXI в.

Второй и третий циклы из серии *больших экономических циклов Н. Кондратьева*, каждый продолжительностью около 50 лет, определяемых сроком эксплуатации пас-

сивной части физического капитала, стали результатом первого периода НТП. Четвертый и завершающийся в конце первой четверти XXI в. современный пятый цикл являются следствием поступательного движения второго периода НТП. Каждому из этих четырех экономических циклов соответствовал свой технологический уклад массового производства благ определенного функционального назначения.

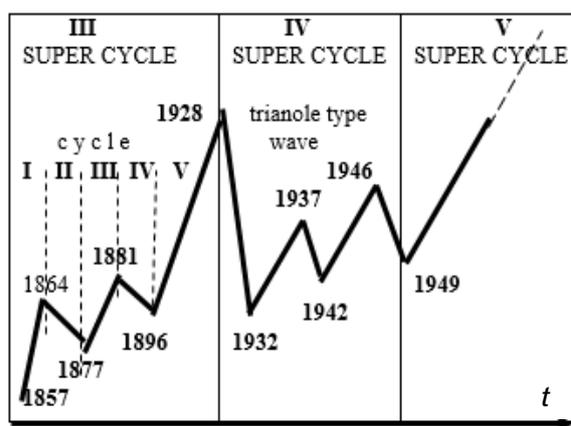


Рис. 2. 100-летняя перспектива

В каждом технологическом укладе используются конкретные ресурсы. Их дефицит в периоды перехода к следующему технологическому укладу обычно вызывал турбулентности и потрясения в экономической и социальной деятельности. Надо полагать, что смена технологического уклада пятого цикла не стала исключением.

Массовое новое строительство, оборудование производственных сооружений и их инфраструктуры (результат развития промышленной индустрии), а также жилищное строительство (результат притока человеческого капитала в города) происходили в течение смены нескольких ступеней специализации рабочих мест с периодичностью 20–25 лет средних волн, получивших название «*экономические инфраструктурные строительные циклы С. Кузнецца*».

За четыре технологических уклада продолжительностью почти двести лет *специализация рабочих мест, формы организации*

их с человеческим капиталом и *организационные структуры управления* производством прошли почти 18 ступеней. Таким образом, срок использования рабочих мест на каждой ступени их специализации в среднем составлял около одиннадцати лет. Этот срок попадает в период от 9 до 12 лет *инвестиционных* экономических циклов К. Жюгляра, продолжительность которых определяется возможностью активной частью физического капитала обеспечить платежеспособный спрос на блага. Переходя к взаимосвязанному развитию технологий производства благ и деловой активности в лице человеческого капитала, уместно напомнить, что понятия «*рабочее место*» и «*инвестиционное благо*» эквивалентны.

*Инвестиционные* экономические циклы базируются на нескольких циклах *запасов* Дж. Китчина. В этих циклах продолжительностью от 3 до 4 лет наблюдаются колебания деловой активности. Причинами этих колебаний являются как необходимость управлять объемами производимых благ, так и дефицит времени и информации для принятия решений. Обычно в развитых экономиках не менее двадцати процентов от полной загрузки производственных ресурсов находится в резерве, используя их в случае улучшения конъюнктуры. Тогда производители полностью загружают имеющиеся ресурсы. Возрастающая деловая активность привлекает инвестиции в развитие и расширение производства. Рынки наполняются инвестиционными и потребительскими благами, опережая спрос на них. Для осознания этого необходимо время на проверку информации, а также время на принятие и реализацию решения об изменении объемов производства до естественного уровня. Деловая активность снижается. Однако за ушедшее на принятие решения время накапливаются *запасы* произведенных благ сверх обеспеченного спроса.

Следует отметить, что с развитием средств коммуникаций продолжительность всех видов экономических циклов

сокращается, но при этом число циклов, начиная с самого короткого, сохраняется в циклах следующего вида.

Цель нашего исследования – выявить *результаты* деловой активности в *инвестиционных* циклах и циклах *запасов* функционирования и развития экономической системы, а также их связь с движением инвестиционных благ по ступеням специализации.

Для этого используем модель из макроэкономической теории [1]. Эта модель записана в виде *уравнения обмена*:

$$M \cdot V = P \cdot AD,$$

где  $M$  – количество денег, находящихся в обращении;

$V$  – скорость обращения (число раз в год) денег в движении доходов;

$P$  – абсолютный уровень цен (дефлятор);

$AD$  – совокупный спрос на блага, количество которых потребители планируют приобрести при существующем уровне цен.

Функция  $AD = M \cdot V / P$ , характеризующая изменение величины совокупного спроса, который осуществляется с использованием несколько раз в год количества денег, находящихся в обращении, возрастает при снижении уровня цен на производимые блага. Эта зависимость отражается в *кривой  $AD$  совокупного спроса* (рис. 3, а). В любой точке этой кривой величина монетизированного *совокупного спроса* является *постоянной*. Объем производства благ зависит от уровня спроса на них и от *предельных ( $MS$ ) затрат* на их производство. Затраты возрастают как с увеличением объема производства благ, так и с повышением уровня цен на привлекаемые факторы. Влияние изменения уровня цен на уровень совокупного предложения благ такое же, как и на уровень затрат, и отражается в поведении *кривой  $AS$  совокупного предложения* (рис. 3, б). Если скорость обращения денег постоянна, а их количество увеличивается (или уменьшается), то уровень совокупного спроса повышается (или понижается), а кривая совокупного

спроса сдвигается вверх вправо (или вниз влево). При тех же условиях кривая сово-

купного предложения сдвигается вверх влево (или вниз вправо).

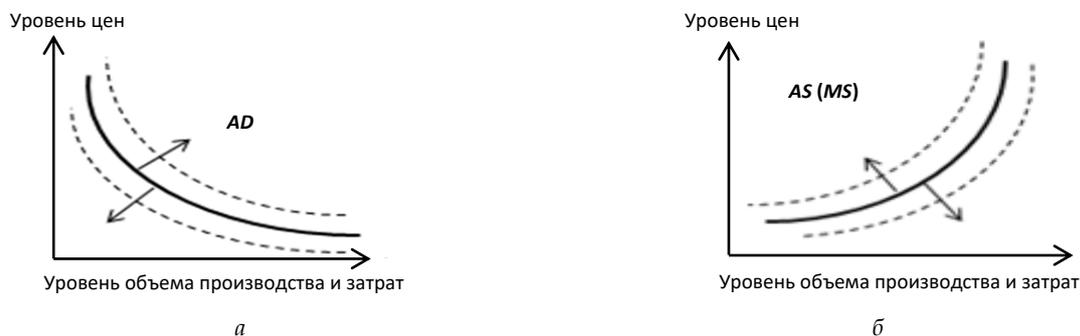


Рис. 3. Кривые совокупного спроса (а) и предложения (б)

Для достижения поставленной цели воспользуемся графическими пояснениями с помощью рис. 4, где кривые совокупного спроса и предложения представлены соответственно отрезками  $AD$  нисходящей прямой и  $AS$  восходящей прямой. Обозначения этих кривых и точек их пересечения  $E$ , соответствующие состояниям экономической системы, находящейся в  $(k + 1)$ -м ин-

вестиционном цикле, имеют нижнее подчеркивание. Когда кривые  $AD$  совокупного спроса и  $AS$  совокупного предложения пересекаются на линии естественного уровня объема производства экономической системы, система находится в состоянии равновесия  $E$ . Естественный уровень объема производства возрастает с увеличением числа потребителей и их спроса на блага.

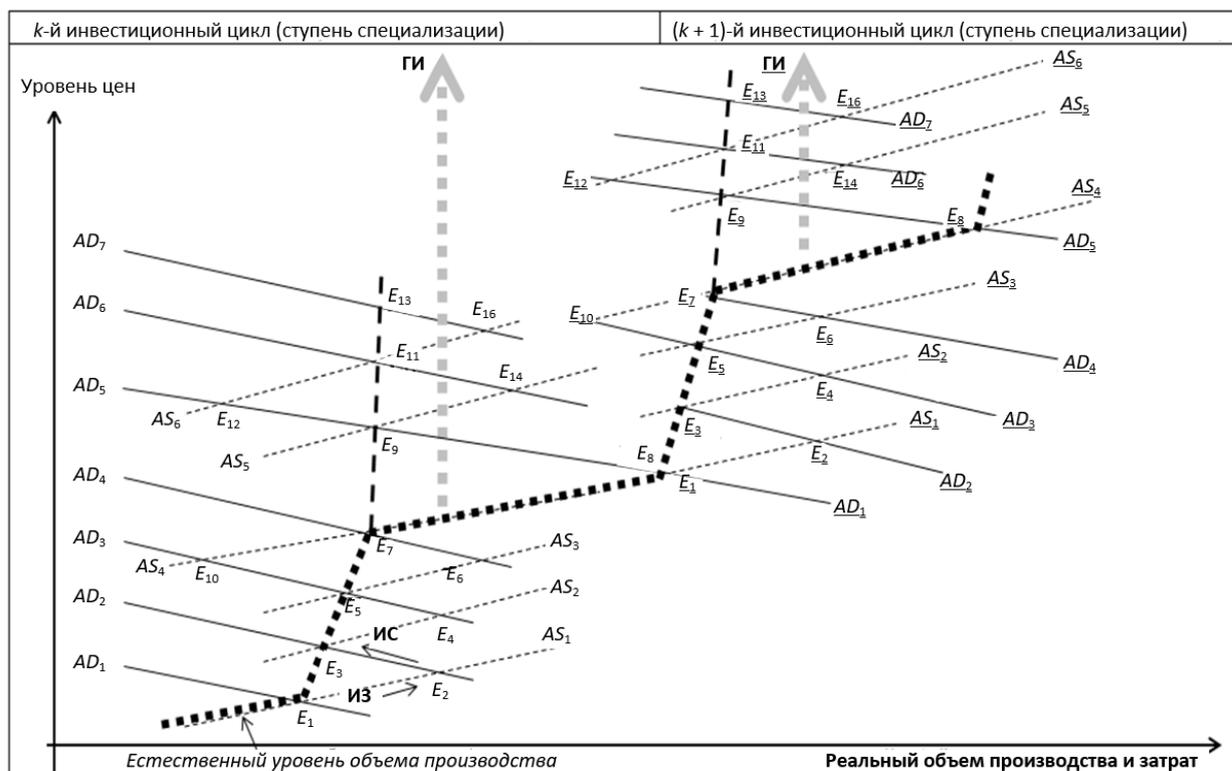


Рис. 4. Результаты деловой активности в  $k$ -м и  $(k + 1)$ -м инвестиционных циклах (ГИ – галопирующая инфляция)

Проведем анализ результатов деловой активности в экономической системе, находящейся в условиях использования инвестиционных благ и человеческого капитала  $k$ -й ступени их специализации (т. е. во временном промежутке  $k$ -го инвестиционного цикла Жюгляра). Предполагается, что рост совокупного спроса на краткосрочных (1–2 года) временных промежутках не затрагивает уровень цен на привлекаемые факторы производства. Пусть экономическая система находится в точке равновесного состояния  $E_1$ , в которой пересекаются кривые  $AD_1$  совокупного спроса и  $AS_1$  совокупного предложения.

В этом состоянии на *краткосрочном* временном промежутке увеличение количества денег (*неважно, по какой причине, но важно с каким темпом и в каком объеме*), находящихся в обращении, сдвигает кривую совокупного спроса  $AD_1$  в направлении  $AD_2$ , *поднимая* уровень объема совокупного спроса. Полностью загружаются доступные ресурсы (производственные мощности и привлекаемые факторы, включая человеческий капитал). Уровень предельных затрат возрастает. Возрастает и уровень цен (*инфляции*) на блага. Рыночная конъюнктура мотивирует производителей увеличивать *объемы* производства благ и *цены* на них. Деловая активность, находясь на *подъеме*, инициирует инвестиции в производство. Кроме увеличения производства потребительских благ, растут производство и использование инвестиционных благ следующей ступени специализации. Меняется форма организации этих инвестиционных благ с человеческим капиталом и организационная структура управления человеческим капиталом. Экономическая система, переходя из состояния  $E_1$  в состояние  $E_2$ , успевает произвести больше инвестиционных и потребительских благ, чем необходимо для удовлетворения совокупного спроса при том количестве денег, которое соответствует положению кривой  $AD_2$  совокупного спроса. Экономическая система в состоянии  $E_2$  создала некоторый *запас* благ. Количество

денег, находящихся в обращении, не увеличивается. Кривая  $AD_2$  совокупного спроса перестает перемещаться. Подъем уровня реального объема производства прекращается. Однако *подъем* уровня цен (*инфляции*, активизированной спросом, – ИС) на произведенные блага обусловил к этому времени подъем уровня цен (*инфляции*, активизированной затратами, – ИЗ) на привлекаемые факторы производства. Производители сокращают производство благ. Эти процессы отражаются в движении кривой  $AS_1$  совокупного предложения в направлении  $AS_2$  и в переходе экономической системы из состояния  $E_2$  в равновесное состояние  $E_3$ . Точка  $E_3$  находится на кривой  $AD_2$  совокупного спроса, в каждой точке которой величина монетизированного совокупного спроса постоянная, а уровень цен *больше, чем в соответствующих точках на кривой  $AD_1$* . В состоянии  $E_3$  ступенчатая линия, проходящая через точку, соответствующую естественному уровню объема производства экономической системы, исполняет роль кривой  $AS$  совокупного предложения.

Необходимо отметить, что анализируемая экономическая система не только функционирует, но еще и развивается. Поэтому результатами деловой активности являются, кроме всего прочего, инвестиционные блага следующей ступени специализации. Дискретное увеличение производительности труда в цикле запасов формирует ступенчатую *линию* естественного уровня производства, которая на рис. 4 изображена в виде наклонного отрезка ( $E_1$ ;  $E_7$ ) прямой, как и ранее все кривые. Реальный объем производства возвращается к естественному уровню (состояние  $E_3$ ), но с более *высоким* уровнем цен (*инфляции*).

Таким образом, увеличение количества денег, находящихся в обращении, *поднимает уровень цен (инфляции)*, оставляя реальный объем производства на естественном уровне в  $k$ -м *инвестиционном* цикле.

Часть доходов, получаемых от сокращения производства и реализации *запасов* благ при удовлетворении снижающегося

уровня спроса, направляется на приобретение *инвестиционных благ*, подготовку человеческого капитала следующей ступени специализации и их встраивание в производственные структуры. Первый цикл ( $E_1 - E_2 - E_3$ ) *запасов* Китчина продолжительностью от 3 до 4 лет заканчивается.

В экономической системе, находящейся в состоянии  $E_3$ , на *краткосрочном* временном промежутке происходит увеличение количества денег в обращении. Иницируется 2-й цикл ( $E_3 - E_4 - E_5$ ) *запасов*, в котором расширяются приобретение и использование *инвестиционных благ*, подготовка человеческого капитала следующей ступени специализации и их встраивание в производство. Цикл заканчивается сокращением объемов производства, ростом запасов благ и увеличением уровня цен на блага.

Увеличение на *краткосрочном* временном промежутке количества денег, находящихся в обращении, иницирует 3-й цикл ( $E_5 - E_6 - E_7$ ) *запасов*, в котором продолжают наращивание производства и использование *инвестиционных благ* следующей ступени специализации. Цикл также заканчивается сокращением объемов производства, ростом запасов благ и подъемом уровня цен на блага.

В результате деловой активности в течение трех циклов запасов, продолжительность которых соответствует продолжительности (9–12 лет) *инвестиционного* цикла Жюгляра, экономическая система перешла в состояние  $E_7$ . Количество инвестиционных благ, человеческого капитала и привлекаемых факторов производства следующей ( $k + 1$ )-й ступени специализации в этом состоянии либо позволяет начать новый инвестиционный цикл, либо не позволят. В зависимости от этих двух исходов  $k$ -го *инвестиционного* цикла и дальнейших действий регулятора количества денег, находящихся в обращении, существует несколько вариантов продолжения деловой активности из состояния  $E_7$ .

*Вариант 1.* Экономическая система в состоянии равновесия  $E_7$  имеет инвестици-

онные блага, подготовленный человеческий капитал и остальные привлекаемые факторы производства (материальные, энергетические и капитальные) следующей ( $k + 1$ )-й ступени специализации в объемах, которые удовлетворяют переходу экономической системы в ( $k + 1$ )-й *инвестиционный* цикл Жюгляра. Увеличение на *краткосрочном* временном периоде количества денег, находящихся в обращении, сдвигает кривую  $AD_4$  совокупного спроса в положение  $AD_5$ , а экономическую систему – в состояние  $E_8$ .

В каждой точке кривой  $AD_5$  совокупного спроса величина монетизированного совокупного спроса постоянна и больше, чем в соответствующих точках кривой  $AD_4$ . Деловая активность на пути перемещения экономической системы из состояния  $E_7$  в состояние  $E_8$  завершает формирование инвестиционных благ и человеческого капитала следующей ступени специализации для перехода производства благ в ( $k + 1$ )-й инвестиционный цикл.

Состояние  $E_8$  экономической системы в  $k$ -м *инвестиционном* цикле совпадает с состоянием  $E_1$  в ( $k + 1$ )-м *инвестиционном* цикле. Естественный уровень объема производства экономической системы увеличился. Результаты деловой активности в ( $k + 1$ )-м *инвестиционном* цикле при движении экономической системы от состояния  $E_1$  до состояния  $E_7$  аналогичны результатам в  $k$ -м цикле. Следовательно, можно утверждать, что такое поведение деловой активности (назовем его штатным) одинаково в каждом *инвестиционном* цикле, начиная с первого.

Результаты штатной деловой активности в экономической системе были получены путем перемещения на рис. 4 кривых совокупного спроса и предложения благ с учетом изменения количества денег, находящихся в обращении, согласно избранной модели обмена, а также движения инвестиционных благ и человеческого капитала по ступеням специализации. Динамика состояний экономической системы становится нагляднее, когда поведение па-

раметров (количества денег в обращении, цен, реального объема производства относительно естественного уровня объема производства, количества незанятых – безработных), отражающих результаты деловой активности, показано во времени (рис. 5).

В нижней строке рис. 5 под осью времени ( $t$ ) указаны номера состояний экономической системы в двух ( $k$ -м и  $(k + 1)$ -м) инвестиционных циклах. На временном проме-

жутке этих двух циклов уровень количества денег не убывает. В обоих инвестиционных циклах постоянно растет уровень цен (*инфляции*). Тренд уровня реального объема производства представляет собой рост (пунктиром представлен естественный уровень объема производства в каждом цикле). Изменения уровней количества безработных и реального объема производства направлены противоположно.

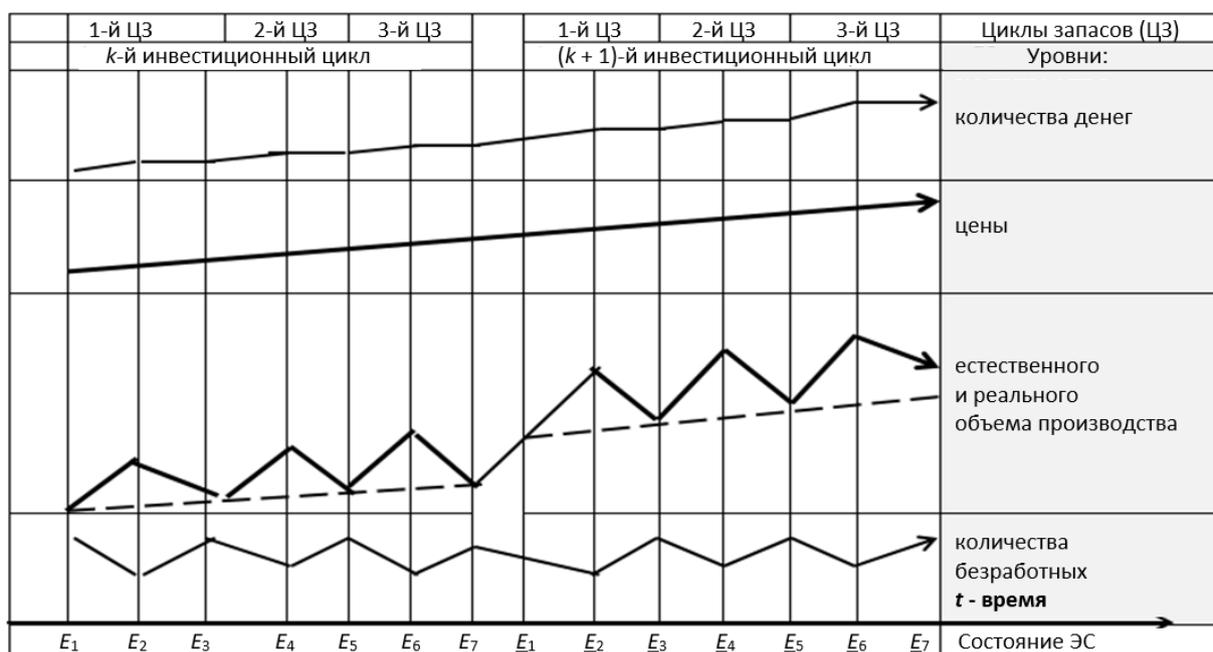


Рис. 5. Поведение параметров (колонка справа) результатов деловой активности

*Вариант 2.* Экономическая система, пришедшая после трех циклов запасов в состояние равновесия  $E_7$ , не имеет необходимого количества инвестиционных благ и человеческого капитала следующей  $(k + 1)$ -й ступени специализации. Тогда возможны два исхода деловой активности в состоянии спада: с дефляцией или с инфляцией.

*Спад с дефляцией.* В экономической системе (см. рис. 4) на краткосрочном временном интервале по каким-то причинам (например, регулятором) уменьшается количество денег, находящихся в обращении. Совокупный спрос уменьшается.

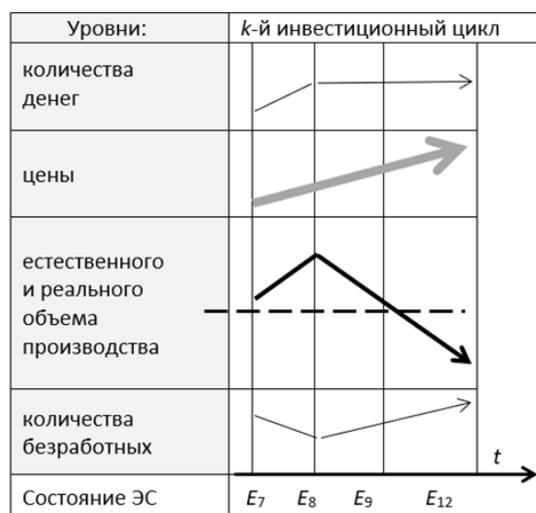
Кривая  $AD_4$  совокупного спроса перемещается в положение  $AD_3$  влево вниз вдоль неподвижной кривой  $AS_2$  совокупного предложения. В любой точке кривой  $AD_3$  величина монетизированного совокупного спроса является постоянной и меньше величины совокупного спроса в соответствующих точках кривой  $AD_4$ . Поэтому в экономической системе, перешедшей из состояния  $E_7$  в состояние  $E_{10}$ , уровень реального объема производства ниже естественного уровня, при этом ниже и уровень цен (*дефляция*). За уменьшением реального объема производства следует рост числа безработных (незанятых в производстве). Дело-

вая активность находится в состоянии *спада с дефляцией*. На это же указывает поведе-

ние всех параметров результатов деловой активности (рис. 6, а).



а



б

Рис. 6. Спад деловой активности (а – дефляция, б – инфляция)

*Спад с инфляцией.* В экономической системе (см. рис. 4), находящейся в состоянии равновесия  $E_7$ , на *краткосрочном* временном промежутке увеличивается количество денег, находящихся в обращении. Кривая  $AD_4$  совокупного спроса перемещается в положение  $AD_5$ , а экономическая система переходит из состояния  $E_7$  в состояние  $E_8$ . Если в этом состоянии увеличение количества денег, находящихся в обращении, *прекращается*, то кривая совокупного спроса останется в положении  $AD_5$ . Достигнутое полное использование ресурсов и *ожидание* производителями дальнейшего роста затрат на привлекаемые факторы производства перемещают кривую  $AS_4$  совокупного предложения вверх влево в положение  $AS_5$ . Экономическая система переходит из состояния  $E_8$  в равновесное состояние  $E_9$ , сокращая реальный объем производства до естественного уровня (пунктирная линия ( $E_7$ ;  $E_{13}$ )). Однако это состояние экономической системы невозможно зафиксировать, так как производители, продолжая ожидать рост затрат на привлекаемые факторы, снижают производство благ и поднимают уровень цен (*инфляции*) на них. Такое поведение производителей вынуждает

кривую  $AS_5$  совокупного предложения продолжить перемещение вверх влево и занять положение  $AS_6$ , а экономическую систему перейти из состояния  $E_9$  в состояние  $E_{12}$ . В этом состоянии уровень реального объема производства ниже естественного уровня, поэтому уровень безработицы выше и при этом выше уровень цен (*инфляции*).

Деловая активность находится в состоянии *спада*, да еще *с инфляцией* в экономической системе. Это видно на рис. 6, б, где при снижении уровня реального объема производства благ уровни цен на них и безработицы растут.

*Вариант 3. Непрерывный рост инфляции.* За время перехода (см. рис. 4) из равновесного состояния  $E_1$  в равновесное состояние  $E_7$  по какой-то причине (например, недостаточное увеличение количества денег в *краткосрочные* промежутки времени) после состояний  $E_1$ ,  $E_3$ ,  $E_5$  экономическая система не смогла произвести и запустить в эксплуатацию необходимое количество инвестиционных благ и человеческого капитала следующей ( $k + 1$ )-й степени специализации.

После того как экономическая система оказалась в состоянии  $A_7$ , на следующем *краткосрочном* временном промежутке увеличение количества денег, находящихся в обращении, перемещает кривую  $AD_4$  совокупного спроса вверх вправо в положение  $AD_5$ . На этом пути происходит увеличение объема реального производства и движение вверх уровня цен (*инфляции* – ИС). Экономическая система из равновесного состояния  $E_7$  переходит в состояние  $E_8$ , в котором деловая активность сокращается. В это же время производители ожидают движение вверх уровня цен на привлекаемые факторы производства. Поэтому кривая  $AS_4$  совокупного предложения, хотя и с запаздыванием, перемещается вверх влево в положение  $AS_5$ , а экономическая система – в *равновесное состояние*  $E_9$  на линии, соответствующей естественному уровню объема производства. В этом состоянии объем реального производства меньше, чем в состоянии  $E_8$ , а уровень цен выше (*инфляция* – ИЗ).

Цикл ( $E_7 - E_8 - E_9$ ) *запасов* Китчина заканчивается. Если за этим циклом на последующих *краткосрочных* периодах времени при увеличении количества денег, находящихся в обращении, кривые  $AD$  совокупного спроса и  $AS$  совокупного предложения будут синхронно двигаться по описанной выше схеме, то циклы *запасов* Китчина ( $E_7 - E_8 - E_9$ ), ( $E_9 - E_{14} - E_{11}$ ), ( $E_{11} - E_{16} - E_{13}$ ) и т. д. будут повторяться. При этом реальный объем производства может в течение *длительного* промежутка времени оставаться *не ниже* естественного уровня, но при *постоянном* движении *вверх* уровня цен (*инфляции*). Этот тренд соответствует *галопирующей инфляции* в экономической системе.

Как видно из рис. 7, при *неубывающем* количестве денег, находящихся в обращении, уровень реального объема производства не ниже естественного уровня, однако уровень цен (*инфляции*) на блага постоянно поднимается.

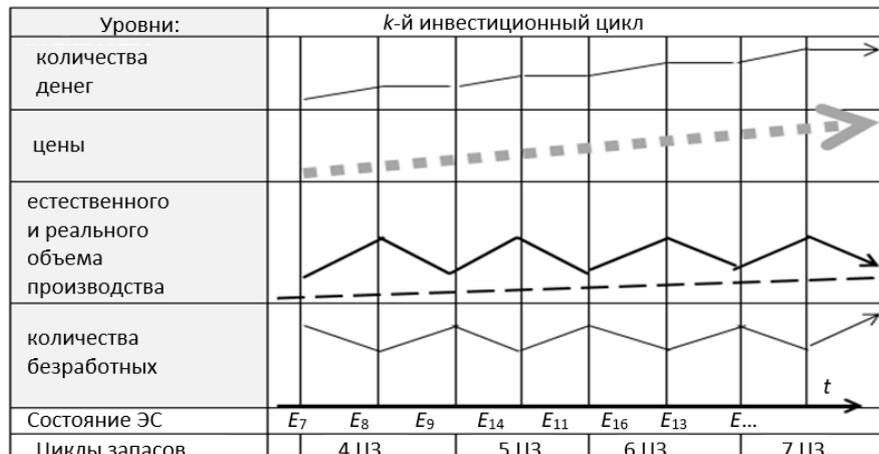


Рис. 7. Галопирующая инфляция с реальным объемом производства не ниже естественного уровня

Таким образом, если в экономической системе к концу  $k$ -го инвестиционного цикла объемы инвестиционных благ и человеческого капитала не соответствуют  $(k + 1)$ -й ступени специализации, то любые действия регулятора с количеством денег, находящихся в обращении, приведут к одному из неблагоприятных состояний.

В одном из них (вариант 2) деловая активность *падает* либо с *инфляцией*, либо с *дефляцией*. В другом (вариант 3) – деловая активность порождает *галопирующую инфляцию*, негатив от которой в несколько раз больше, чем позитив от ограниченного увеличения реального объема производства благ относительно естественного

уровня объема производства экономической системы.

В случае появления проблемных результатов деловой активности (варианты 2 и 3) требуется переход к штатной деловой активности (вариант 1). Однако для этого должны быть выполнены, как минимум, два условия: первое – обеспечить необходимое количество денег, находящихся в обращении; второе – обеспечить возможность и способность наращивать в конкурентной среде объемы инвестиционных благ, человеческого капитала и привлекаемых факторов производства следующей ступени специализации в течение не более трех последовательных циклов запасов, формирующих инвестиционный цикл.

Выявленные результаты деловой активности в циклах запасов и инвестиционных циклах помогут принимать адекватные решения в управлении экономическими системами, как продолжающимися развитие, так и пропустившими в своем развитии некоторые инвестиционные циклы. При этом основными факторами, обеспечивающими деловую активность, были не только определенное количество денег, находящихся в обращении, совокупный спрос на блага и реальный объем совокупного предложения благ, но и определенные объемы инвестиционных благ, человеческого капитала и привлекаемых факторов производства соответствующей ступени специализации.

1. Сравнение уровней жизни человечества в течение десяти тысяч лет почти при отсутствии *инфляции* и в течение последних двухсот лет с *постоянно растущей инфляцией* свидетельствует в пользу рыночной экономики (экономики массового потребления). Находясь под постоянным давлением роста численности населения и его спроса на блага, рыночная экономика развивается. Это развитие всегда сопровождается ростом уровня цен (*инфляцией*) как на производимые блага (*негативная сторона*), так и на стоимость человеческого капитала, участвующего в производстве инвестиционных благ следующей ступени

специализации (*позитивная сторона*). Приемлемая двойственность сторон инфляции достигается как мониторингом роста уровня цен (*инфляцией*), так и регулированием количества денег, находящихся в обращении. Количество денег, находящихся в обращении, должно гарантировать производство инвестиционных благ, подготовку человеческого капитала и наличие привлекаемых факторов производства следующей ступени специализации для перехода на новый естественный уровень объема производства благ. Иначе говоря, недостаточный или пульсирующий рост количества денег в начале каждого цикла запасов провоцирует постоянный рост цен (*галопирующую инфляцию*). Излишек денег, находящихся в обращении, приводит к неуправляемой *инфляции*, а постоянный недостаток денег – к падению деловой активности либо с инфляцией, либо с дефляцией.

2. Для обеспечения жизненными благами большей части человечества его выдающиеся умы предложили использовать рыночные принципы, среди которых – уникальная способность денег осведомлять *всех* о потере своей покупательной способности при *росте уровня цен (инфляции)* на блага. При этом для части человеческого капитала, производящей инвестиционные блага следующей ступени специализации, обесценивание денег возмещается в виде увеличения оплаты их труда после реализации этих благ. Остальная часть человеческого капитала в ожидании компенсации потери покупательной способности денег в соответствии с социальными законами должна на некоторое время затянуть пояса. Такой временной лаг порождает ситуацию, в которой *бедные беднеют, а богатые богатеют*. Причем эта ситуация повторяется каждый раз, когда экономическая система наполняется инвестиционными благами и человеческим капиталом следующей ступени специализации.

3. Штатная деловая активность происходит на базе инвестиционных благ, соот-

ветствующих как данной ступени специализации (тиражируя их), так и следующей ступени специализации, объемы которых увеличиваются с каждым очередным циклом запасов. Возрастает производительность труда, увеличивается реальный объем производимых благ, расширяется ассортимент (появление благ нового функционального назначения) и улучшается их качество. Повышается и уровень цен (*инфляции*). ВВП *экономической системы* увеличивается, возрастает конкурентное преимущество и ее инвестиционная привлекательность. Рост объема используемых инвестиционных благ, человеческого капитала и наличие привлекаемых факторов производства следующей ступени специализации с каждым циклом запасов обеспечивают рост естественного уровня объема производства благ. Происходит переход в новый инвестиционный цикл, в котором последовательность шагов деловой активности такая же, как и в рассматриваемом инвестиционном цикле.

На фоне позитивных результатов штатной деловой активности часть человеческого капитала, которая непосредственно не участвовала в производстве инвестиционных благ следующей ступени специализации, беднеет, так как ее доходы индексируются далеко не сразу.

4. В развитии экономической системы возможны ситуации, когда деловая активность обходит стороной производство инвестиционных благ и подготовку человеческого капитала следующей ступени специализации. При этом экономическая система имеет *другие способы* наполнения ВВП. Между тем для производства благ используются инвестиционные блага и человеческий капитал прошедших ступеней специализации. Производительность труда остается прежней. Естественный уровень объема производства *потребительских* благ и стоимость человеческого капитала не меняются. Экономическая система не способна увеличить объем производимых благ, расширить ассортимент и повысить качество благ. С каждым циклом запасов

повышается уровень цен (*инфляции*) на потребительские блага, поэтому часть человеческого капитала, не причастная к *другим способам* наращивания ВВП, становится беднее.

5. В каждом инвестиционном цикле человеческий капитал представлен как бедными, так и богатыми (не анализируя причин, которые способствовали такому разделению). Бедные – это те, кому недоступны блага, соответствующие уровню проживания в конкретном цикле и произведенные с помощью инвестиционных благ и человеческого капитала как предыдущих ступеней специализации, так и существующей. Остальные – богатые. С каждым циклом запасов блага растут в цене (*инфляция*). Поэтому в категории бедных оказывается часть человеческого капитала, доходы которой индексируются из-за инфляционных потерь покупательной способности денег не сразу от момента повышения цен. Это категория тех, кто живет на доходы из бюджета; трудится в сфере, финансируемой из бюджета; использует в работе инвестиционные блага, соответствующие прошедшим ступеням специализации с меньшей производительностью и меньшей ценой человеческого капитала, в то время как уровень цен (*инфляции*) непрерывно возрастает.

6. Циклы Жюгляра называются инвестиционными, так как в каждом из их трех циклов запасов вкладывается капитал в производство инвестиционных благ и подготовку человеческого капитала следующей ступени специализации. Форма развития экономической системы – спираль, движение по которой циклично. Знания экономических циклов необходимы для наведения порядка в организации и управления деловой активностью. Предвидение результатов деловой активности в циклах *запасов* и *инвестиционных* циклах может дать дополнительную информацию фундаментальному анализу фондового рынка при выборе направления инвестирования в существующих денежно-кредитных условиях.

Инфляция сопровождает развитие экономической системы, постоянно сигнализируя об отклонениях между спросом и предложением. Эти сигналы являются

предпосылкой цифровизации системы управления динамическим равновесием спроса и предложения.

#### Список литературы

1. Долан Э. Дж., Кэмпбелл К. Д., Кэмпбелл Р. Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика / пер. с англ. В. Лукашевича и др.; под общ. ред. В. Лукашевича. – М., 1996.
2. Сахал Д. Технический прогресс: концепции, модели, оценки : пер. с англ. / под ред. А. А. Рывкина. – М. : Финансы и статистика, 1985.
3. Чуйко А. С. Еще одна концепция периодичности в развитии производительных сил // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2013. – № 1 (55). – С. 27–39.
4. Чуйко А. С. Природа периодичности в развитии производительных сил // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2013. – № 9 (63). – С. 34–45.
5. Bolton H. The Elliott Wave Principle: A Critical Assessment // Unknown Binding. – 1960. – January 1.

#### References

1. Dolan E. Dzh., Kempbell K. D., Kempbell R. Dzh. Dengi, bankovskoe delo i denezhno-kreditnaya politika [Money, Banking and Monetary Policy], translated from English by V. Lukashovich et al.; edited by V. Lukashovich. Moscow, 1996. (In Russ.).
2. Sakhal D. Tekhnicheskii progress: kontseptsii, modeli, otsenki [Technological Progress: Concepts, Models, Estimates], translated from English, edited by A. A. Ryvkin. Moscow, Finansy i statistika, 1985. (In Russ.).
3. Chuyko A. S. Eshche odna kontseptsiya periodichnosti v razvitii proizvoditelnykh sil [Another Concept of Periodicity in the Development of Productive Forces]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2013, No. 1 (55), pp. 27–39. (In Russ.).
4. Chuyko A. S. Priroda periodichnosti v razvitii proizvoditelnykh sil [The Nature of Periodicity in the Development of Productive Forces]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2013, No. 9 (63), pp. 34–45. (In Russ.).
5. Bolton H. The Elliott Wave Principle: A Critical Assessment. *Unknown Binding*, 1960, January 1.

#### Сведения об авторе

##### **Анатолий Степанович Чуйко**

кандидат физико-математических наук,  
профессор кафедры высшей математики  
РЭУ им. Г. В. Плеханова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова»,  
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: chuyko.AS@rea.ru

#### Information about the author

##### **Anatoliy S. Chuyko**

PhD, Professor of the Department  
for Higher Mathematics of the PRUE.  
Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997,  
Russian Federation.  
E-mail: chuyko.AS@rea.ru

## ВЗАИМОСВЯЗЬ СУБЪЕКТИВНЫХ И ОБЪЕКТИВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ (на примере Индекса ВЭБ.РФ)

**А. В. Самохин**

ВЭБ.РФ, Москва, Россия

**С. А. Мясников**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
Москва, Россия

Современным трендом в составлении индексов качества жизни является использование как объективных, так и субъективных показателей. В статье рассматриваются подходы к концептуализации качества жизни, оценивается научная применимость существующих российских и международных индексов качества жизни. Цель данной статьи – на примере Индекса ВЭБ.РФ оценить взаимосвязь объективных и субъективных показателей в структуре индексов качества жизни. Анализ проведен на примере оценки зависимости восприятия качества жизни от уровня образования, благоустроенности жилья, доступности медучреждений, доступности продуктовых магазинов, загрязнения атмосферы, уровня доходов, чувства безопасности, состояния здоровья (по данным за 2021 г.). Выбор Индекса ВЭБ.РФ в качестве аналитического инструмента обоснован тем, что, в отличие от ряда других индексов, его база данных является открытой, а структура основана как на объективных, так и на субъективных показателях. Авторы выявили корреляцию между объективными и субъективными показателями, что доказывает необходимость учитывать оба типа показателей при составлении индексов качества жизни.

*Ключевые слова:* индекс качества жизни, качество жизни, окружающая среда, управление, регрессионный анализ.

## INTERRELATION OF SUBJECTIVE AND OBJECTIVE INDICATORS IN ASSESSING QUALITY OF LIFE (illustrated by VEB.RF Index)

**Andrei V. Samokhin**

VEB.RF, Moscow, Russia

**Stanislav A. Myasnikov**

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

The current trend in working out the quality of life index is the use of both objective and subjective indicators. The article studies approaches to conceptualization of quality of life and evaluates the academic acceptability of existing Russian and international indices of the quality of life. The goal of the present article is to assess the interrelation of objective and subjective figures in the structure of quality of life indices on the basis of VEB.RF Index. The analysis was carried out by estimating the dependence of the quality of life perception on the level of education, comfort of dwellings, accessibility of medical institutions and food stores, contamination of the atmosphere, the level of profits, sense of security and health indicators (based on data of 2021). The choice of VEB.RF Index as an analytical tool was grounded by the fact that its database, in contrast to other indices, is open and its structure is based both on objective and subjective indicators. The authors identified the correlation between objective and subjective indicators and it proves the necessity to take into account both types of indicators for working out the quality of life indices.

*Keywords:* quality of life index, quality of life, environment, management, regressive analysis.

## Введение

Оценка качества жизни в городах необходима для выработки стратегий их развития. Этому служат индексы качества жизни, которые выступают альтернативой для применяемых ранее инструментов – ВВП, ВРП и ВНП на душу населения [5; 18; 20; 21]. ВВП, ВРП и ВНП имеют ограничения, поскольку основаны лишь на эконометрических показателях и не учитывают индикаторы социального прогресса, а следовательно, не показывают степень удовлетворенности людей качеством жизни [6]. Это определяет необходимость составления индексов качества жизни, структура которых будет включать как объективные показатели (состояние инфраструктуры, уровень дохода и т. д.), так и субъективные (то, как сами жители воспринимают свое качество жизни). Если первые основаны на эконометрических и статистических переменных, то вторые – на проведении социологических опросов. Подобный подход позволяет проводить комплексную оценку качества жизни. Однако большинство существующих российских индексов основаны на объективных показателях и не включают в структуру субъективные показатели [17], что ограничивает возможность их практического применения.

## Качество жизни

В науку термин «качество жизни» ввел Дж. Гэлбрейт, который понимал его как совокупность получения общественных благ [3]. В 1960-х гг. словосочетание «качество жизни» появилось в политическом контексте как новая цель для общества [6]. Позже С. МакКол писал о *качестве жизни* более абстрактно – как о необходимых условиях для счастья [19]. В свою очередь советская наука выступала антагонистом западного понимания качества жизни. В трудах О. Б. Зинина, Т. Л. Кащенко [2], С. И. Попова [11] в приоритет материальным благам ставились возможности для развития личности и социальные свободы как наиболее значимые для *качества жизни*

человека. Впоследствии концепт начали применять в медицине и психологии для анализа влияния физиологических и ментальных ограничений на качество жизни индивида [9; 16; 23]. Однако более широко *качество жизни* представлено в трудах экономистов и социологов – как агрегированный показатель.

Ученые стали оценивать качество жизни на основе экологических показателей, индикаторов гражданских свобод, показателей дохода, индикаторов образования и других социально-экономических показателей [1; 4; 8; 13; 14; 22]. Так, российский ученый А. И. Субетто включает в качество жизни духовные, материальные, социокультурные, экологические и демографические компоненты [12; 13]. В свою очередь П. Дасгупта и М. Уил в контексте *качества жизни* оценивали доход на душу населения, ожидаемую продолжительность жизни, уровень грамотности, индексы политических прав и гражданских свобод [15], а российский ученый О. А. Кислицина – здоровье, образование, работу, доходы, жилье, безопасность, семью, культуру и отдых, управление, состояние окружающей среды [5]. Таким образом, на данном этапе *качество жизни* – многосоставный концепт.

Широкий спектр показателей *качества жизни* принято агрегировать в единый индекс [22]. По мнению Л. С. Лебедевой, такой подход неактуален, более корректно не просто агрегировать разные переменные, а изучать их отдельно. Например, такая методика применяется в Индексе лучшей жизни ОЭСР [6]. Мы склонны согласиться с Л. С. Лебедевой в том, что *качество жизни* является калькулируемым показателем, где каждая переменная имеет значение. Например, человеческое благополучие является зависимой переменной от условий жизни, здоровья, окружающей среды, безопасности, стресса, возможностей для отдыха, социального контракта. В этом контексте важно анализировать субъективные и объективные показатели, рассматривая их (в том числе) по отдель-

ности, а не только в рамках агрегированного индекса.

### **Индексы качества жизни**

Чтобы оценить взаимосвязь между объективными и субъективными показателями качества жизни в городах России, необходимы индексы, база данных которых открыта, содержит обе категории показателей и данные российских городов. Рассмотрим некоторые из существующих индексов.

#### *Международные индексы*

1. *Индекс человеческого развития ООН* (2020). Его составляющие – ожидаемая продолжительность жизни, уровень образования, уровень дохода – не позволяют учитывать такие показатели, как экология, а также субъективные оценки людей относительно их удовлетворенности жизнью, что ограничивает его использование в нашем исследовании.

2. *Всемирный доклад счастья* (2020) и *Евробарометр* (2022). Оценки формируются на основании данных, полученных в ходе соцопросов. Однако эти отчеты не позволяют делать комплексные выводы о качестве жизни, так как включают только субъективные индикаторы и не учитывают объективные показатели.

3. *Глобальный индекс человеческого капитала Всемирного экономического форума* (2017). Включает объективные и субъективные показатели, однако не содержит данные по внутристрановым регионам, что ограничивает его применение в отношении анализа качества жизни российских регионов.

4. *Индекс Организации экономического сотрудничества и развития* (2020). Индекс сочетает объективные показатели (материальные условия, факторы качества жизни, социальные связи) и субъективные индикаторы. Однако он не содержит данные по внутристрановым региональным показателям, поэтому в чистом виде малоприменим для России.

#### *Российские индексы*

1. *РИА Рейтинг* (2021). Анализ строится на основе 70 индикаторов на базе офици-

альной статистики. Не учитывает субъективные показатели.

2. *Рейтинг российских регионов по качеству жизни*. РБК (2020). Включает 10 показателей. Не учитывает субъективные показатели, имеет ограниченный набор индикаторов.

3. *Национальный индекс качества жизни, разработанный О. А. Кислицкиной* [5]. Данный индекс строится на 82 индикаторах, включая объективные и субъективные показатели. Однако предложенная методика не учитывает удовлетворенность качеством жизни (опросный показатель), что ограничивает возможности его использования в нашем исследовании.

4. *Рейтинг качества жизни АСИ* (2022). Структура содержит объективные и субъективные показатели. Однако закрытость данных не позволяет применять их в данном исследовании.

5. *Индекс качества жизни ВЭБ.РФ*. Индекс основан на объективных и субъективных показателях. Включает индикаторы Индекса ОЭСР, адаптируя их для применимости анализа качества жизни в российских городах. Позволяет проводить сравнение городов России с городами ОЭСР. В основе Индекса лежат 12 направлений: жилищные условия, доход и работа, здоровье, образование, мобильность, благоустройство, экология, безопасность, общество, работа и отдых, гражданские права, удовлетворенность. Открытая база данных содержит 200 индикаторов для 115 российских городов, что позволяет проводить отдельные исследования.

Таким образом, наиболее релевантным для оценивания взаимозависимости объективных и субъективных показателей на примере российских городов выглядит Индекс ВЭБ.РФ.

### **Методика отбора и расчета показателей Индекса ВЭБ.РФ**

В версии Индекса 2021 г. приведены 270 показателей (239 объективных, 31 субъективный), из которых 89 (71 объективный, 18 субъективных) участвуют непосред-

ственно в расчете Индекса, остальные 181 показатель являются информационными. Все показатели разделены на 12 ключевых направлений, отражающих уровень по различным аспектам качества жизни, исхо-

дя из потребностей человека (рис. 1). В основе выбора направлений лежит человекоцентричная система оценки – изучение уровня развития города с точки зрения удовлетворения потребностей человека.

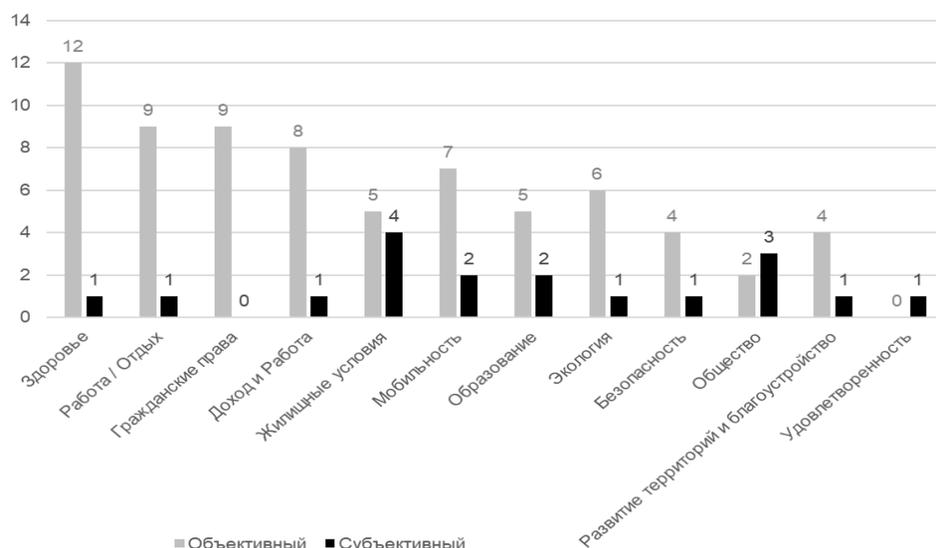


Рис. 1. Распределение объективных и субъективных показателей по направлениям качества жизни, учитываемым в Индексе ВЭБ.РФ

Наибольшая доля учитываемых в Индексе показателей рассчитывается по направлениям «Здоровье» (13 показателей из 89, 15%) и «Работа/Отдых» (11%); наименьшая – «Удовлетворенность» (1%).

Поскольку у каждого из показателей имеются различные единицы измерения, для каждого из них применяется нормирование абсолютных (исходных) значений – от 0 (худшее) до 100 (лучшее) баллов. Чем ближе полученное натуральное значение к лидирующему, тем больше значение относительного безразмерного (балльного) показателя стремится к 100. При этом во время расчета обращается внимание на то, является ли показатель прямым (чем больше, тем лучше) или обратным (чем меньше, тем лучше).

Таким образом, формулы нормирования значений прямого и обратного показателей выглядят следующим образом:

$$X_j = \frac{Хабс_j - Хабс^{\min}}{Хабс^{\max} - Хабс^{\min}} \cdot 100$$

и

$$X_j = 100 - \left( \frac{Хабс_j - Хабс^{\min}}{Хабс^{\max} - Хабс^{\min}} \right) \cdot 100,$$

где  $X_j$  – итоговое значение показателя после нормирования;

$Хабс_j$  – абсолютное значение показателя;

$Хабс^{\min}$  и  $Хабс^{\max}$  – минимальное и максимальное значения показателя соответственно.

После нормирования имеется возможность считать среднее арифметическое значение по всем показателям внутри одного направления, что позволяет получить средний балл по каждому из них по формуле

$$\bar{F}_i = \frac{\sum X_j}{j_{\text{показ}}}$$

Общий балл города рассчитывается как среднее арифметическое по всем 12 направлениям.

Для обеспечения возможности сравнения городов, схожих по вектору развития, они были разделены между собой на шесть

кластеров, исходя из четырех критериев: численность населения, ее динамика, средний размер месячной заработной платы и климатические особенности (рис. 2).

В результате были определены шесть кластеров, каждый из которых состоит из городов, сопоставимых по вышеопределенным критериям.

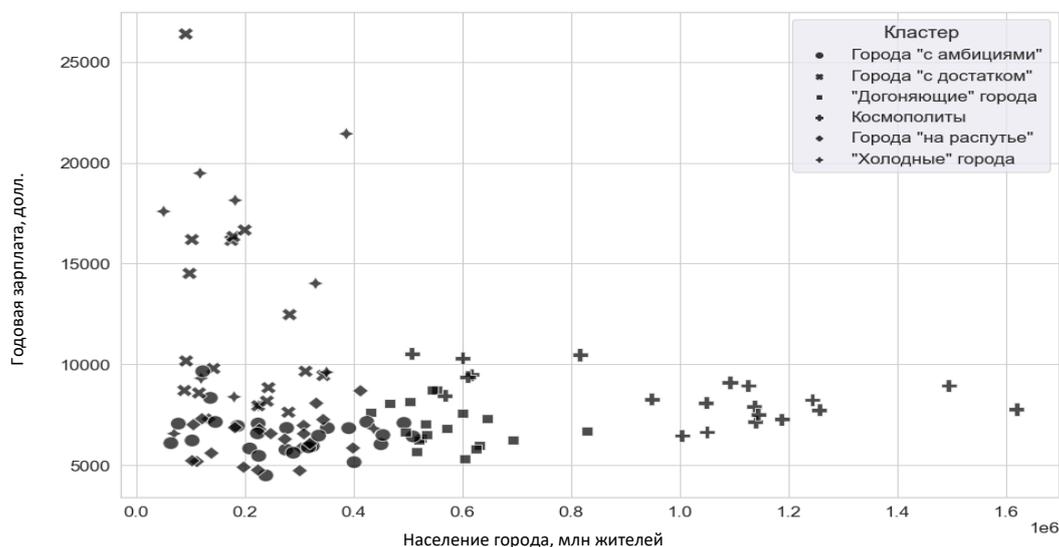


Рис. 2. Распределение городов в зависимости от критериев

Релевантность Индекса как инструмента оценки качества жизни обоснована такими параметрами, как:

- комплексность – рассматриваются все аспекты качества жизни;
- полнота данных – 89 показателей в структуре оценки, еще 181 показатель – справочные, дающие полную исчерпывающую оценку рассматриваемому аспекту;
- открытость – раскрыта и методология расчета, и исходные данные;
- ориентированность – Индекс сфокусирован на оценке потребностей и нужд людей;
- международная сопоставимость – значительная доля показателей рассчитана по методологии ОЭСР, что позволяет сравнивать российские города с зарубежными по идентичным показателям;
- международные практики в основе структуры и методик расчета.

#### Методика оценки взаимосвязи субъективных и объективных показателей

Для оценки взаимосвязи субъективных и объективных показателей при обработке

данных использовались модули языка программирования *Python*. Обработка данных осуществлялась с помощью модуля *pandas*, визуализация – в модулях *matplotlib* и *seaborn*. В модуле *seaborn* использовался метод *.lmplot()*, который реализован как удобный интерфейс для подбора регрессионных моделей любых подмножеств. Метод *.lmplot()*, в отличие от других подобных методов, позволяет визуализировать линейную регрессию с возможностью разделения значений на группы, в частности, в нашем случае – на группы в зависимости от субъективности и объективности показателей.

Линейную регрессию определяет математическое уравнение, определяющее зависимость значения функции  $Y$  от значения аргумента  $x$  и парных коэффициентов  $a$  и  $b$ :  $Y = a + bx$ .

В качестве исходных данных использовалась база данных значений показателей Индекса, рассчитанная по методологии, описанной в предыдущем разделе.

Результаты были визуализированы графически, где по оси ординат отображаются значения балльных оценок сред-

них значений всех объективных и субъективных показателей, участвовавших в расчете Индекса, по оси абсцисс – значения рассматриваемого показателя, зависимость от которого проверяется в каждой конкретной гипотезе.

### Оценка взаимосвязи объективных и субъективных показателей качества жизни российских городов

Восприятие качества жизни горожан может зависеть от ряда факторов. Согласно исследованию, проведенному ВЦИОМ, приоритетными в восприятии качества жизни для россиян являются здоровье, безопасность, стабильность дохода, экология, доступность продуктов питания, доступность медицинской помощи, комфортные жилищные условия, качественное образование и развитая коммунальная инфраструктура. Для того чтобы понять, насколько настроения людей соответствуют реальному положению дел, были проанализированы следующие показатели (из базы данных Индекса):

1. Самооценка состояния здоровья.
2. Чувство безопасности от нахождения в городе ночью.
3. Уровень доходов.

4. Комплексный индекс загрязнения атмосферы.

5. Пешая доступность продуктовых магазинов.

6. Пешая доступность медицинских учреждений.

7. Новизна и благоустроенность жилья.

8. Уровень образования.

Для каждого из 115 городов было отобрано 89 значений тех показателей, которые участвуют в расчете Индекса. При этом отобранные на предыдущем шаге значения разделены на две группы: объективные (71) и субъективные (18) показатели. Для каждой из двух групп и для всех городов рассчитаны средние значения. В итоге получено 230 значений, которые можно распределить по двум осям: усредненное значение группы показателей и значение рассматриваемого показателя.

#### *Зависимость восприятия качества жизни горожан от состояния здоровья*

Одним из ключевых показателей Индекса, который характеризует общее состояние здоровья горожан, является самооценка состояния здоровья, которая оценивается в баллах по результатам социологического опроса (рис. 3).

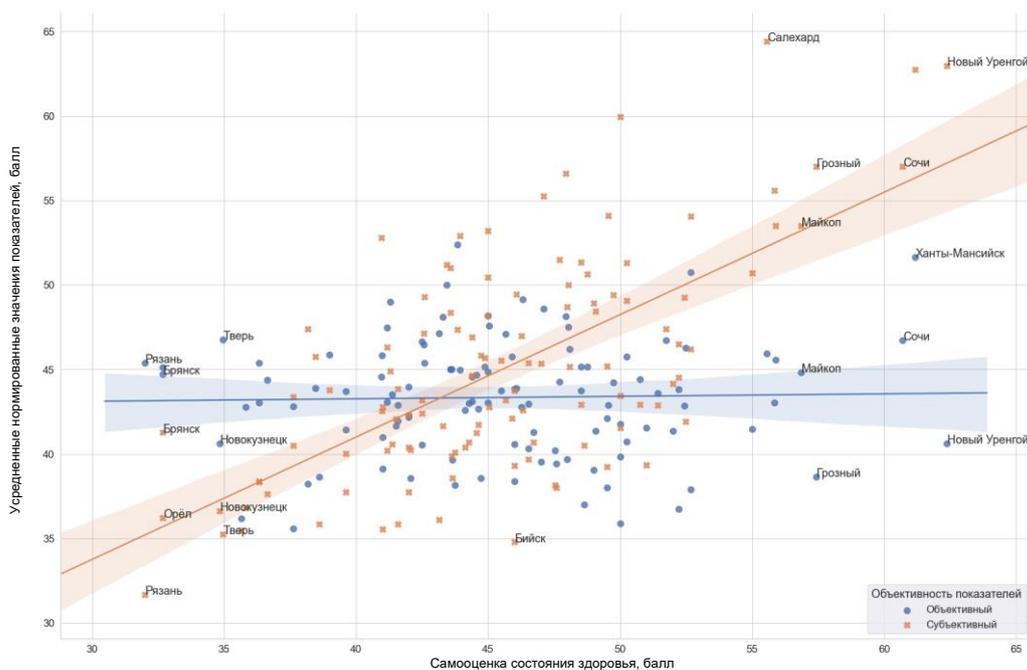


Рис. 3. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от оценки состояния здоровья

Субъективная оценка качества жизни горожан растет вместе с тем, насколько горожане чувствуют себя здоровыми. В то же время тренд значений объективных показателей качества жизни остается неизменным. Самооценка состояния здоровья считается одним из наиболее распространенных показателей, используемых при проведении оценки состояния общественного здоровья во всем мире. Результаты такой оценки напрямую влияют на качество жизни, что подтверждается данными, полученными в результате расчета Индекса. Таким образом, подтверждается тезис о том, что чем лучше чувствует себя человек, тем больший вклад он сможет сделать как

для личной, так и для общественной пользы, что в свою очередь напрямую влияет на уровень качества жизни в контексте как личного комфорта, так и общественного.

*Зависимость субъективного восприятия качества жизни горожан от чувства безопасности нахождения в городе ночью*

В Индексе из пяти показателей, участвующих в расчете агрегированной балльной оценки городов, наиболее подходящим для выявления корреляции является показатель «чувство безопасности от нахождения в городе ночью». Результаты расчета получены на основании социологического опроса (рис. 4).

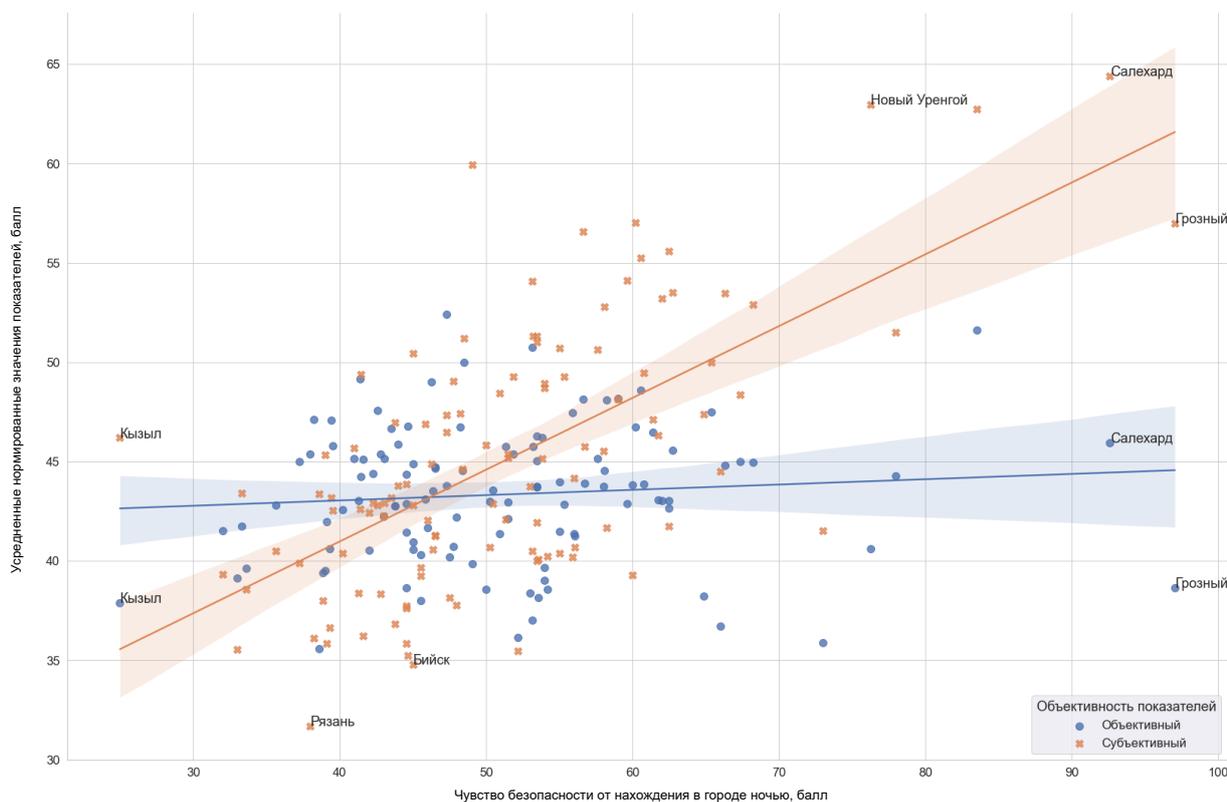


Рис. 4. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от ощущения безопасности нахождения в городе ночью

Корреляция схожа с показателем самооценки состояния здоровья: чем выше балл чувства безопасности, тем выше значения субъективных показателей оценки качества жизни горожан. По результатам рас-

чета объективных показателей какой-либо динамики не наблюдается. Объективная оценка качества жизни не меняется в зависимости от безопасности в городе.

*Зависимость субъективного восприятия качества жизни горожан от уровня доходов*

Другим ключевым показателем Индекса является размер годовой заработной платы. С ростом доходов субъективная оценка качества жизни горожанами является более высокой, чем объективная. Тренд зависимости от среднего дохода такой же показательный, как и в случае со здоровьем и безопасностью. Имеется сравнительно не-

большое число случаев городов с высоким уровнем заработной платы. Тем не менее некоторые полезные наблюдения можно сделать на основании полученного на рис. 5 распределения: рост субъективной оценки качества жизни горожан из городов с высоким уровнем дохода населения (Магадан, Сургут, Новый Уренгой, Салехард, Южно-Сахалинск).

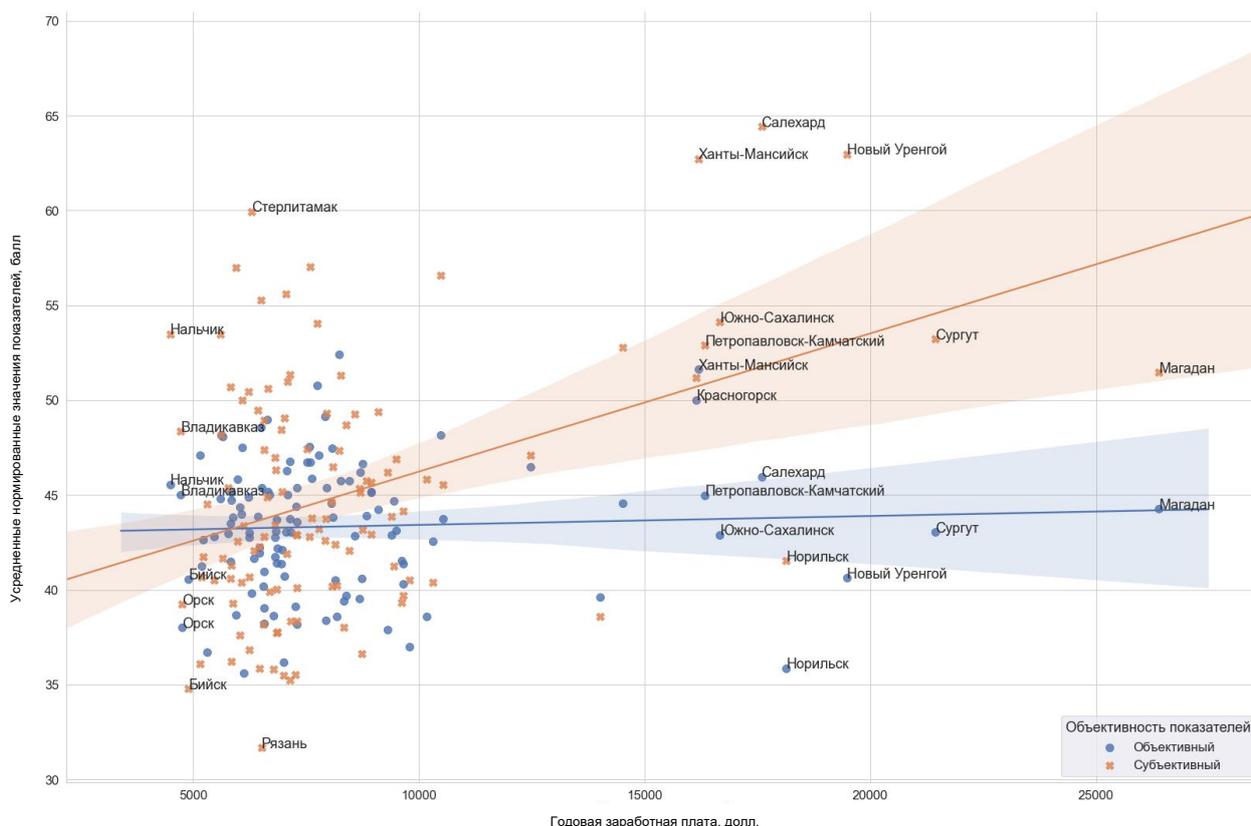


Рис. 5. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от доходов

Из общего ряда выбивается Норильск, у которого низкими являются оценки как по субъективным, так и по объективным показателям, что наталкивает на вывод о действительно невысоком уровне качества жизни, даже несмотря на высокие доходы жителей.

*Зависимость восприятия качества жизни горожан от загрязнения атмосферы*

Четвертым по порядку приоритетом для жителей является экология. Из семи

показателей субиндекса «экология», которые рассчитываются в рамках Индекса качества жизни, наиболее близким к рассматриваемому аспекту является показатель комплексного индекса загрязнения атмосферы в баллах (рис. 6).

Показатель является обратным: чем больше значение в баллах, тем хуже качество воздуха.

Субъективная оценка качества жизни горожан и объективные показатели снижаются по мере того, как ухудшается каче-

ство воздуха. Таким образом, качество воздуха не является определяющим показателем, имеющим сильное влияние на мнение горожан о качестве жизни. Проблема загрязнения окружающей среды, в частности

воздуха, актуальна для значительного количества российских городов, что связано с большим числом крупных производств и промышленных кластеров.

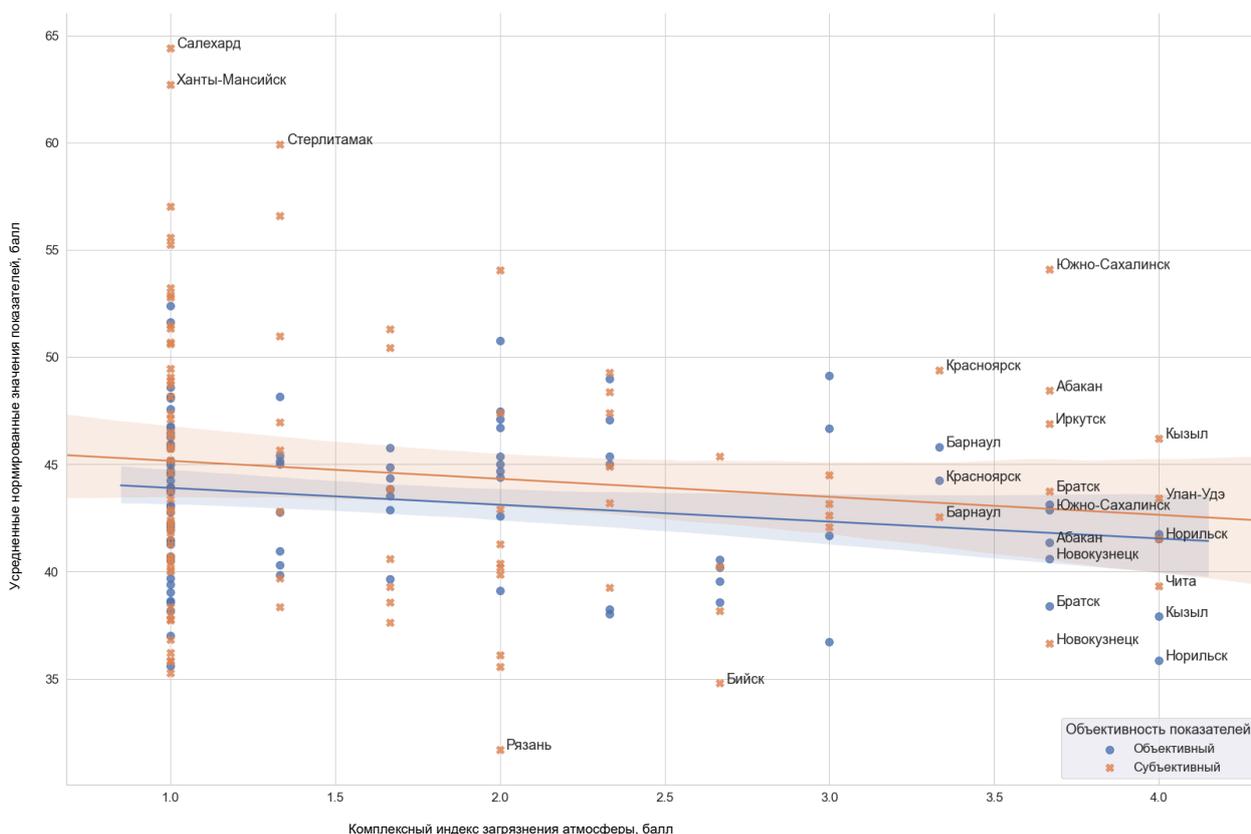


Рис. 6. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от загрязнения атмосферы

*Зависимость субъективного восприятия качества жизни горожан от доступности продуктовых магазинов*

В Индексе показателем, близким к рассматриваемому, является пешая доступность продуктовых магазинов, в частности, доля населения, проживающего в 15-минутной пешей доступности хотя бы от одного продуктового магазина (рис. 7). Мы можем проследить зависимость как субъективной, так и объективной оценки от уровня доступности продуктовых магазинов в сторону увеличения вместе с повышением доли людей, проживающих в пешей доступности от продуктового мага-

зина. Тем не менее тренд роста не такой ярко выраженный, как это можно было наблюдать в визуализациях корреляций зависимости оценки качества жизни от показателей здоровья, безопасности и уровня доходов.

Наличие доступного продовольствия (близость его получения) может считаться базовой потребностью, в связи с чем оценка качества жизни напрямую коррелирует с доступностью продуктовых магазинов. В то же время с развитием сервисов доставки продуктов и готовой еды данный фактор начнет терять свое влияние. Например, тренд роста субъективной оценки в

зависимости от наличия продуктового магазина в пешей доступности не такой рез-

кой, как это можно увидеть в случае здоровья, безопасности и уровня доходов.

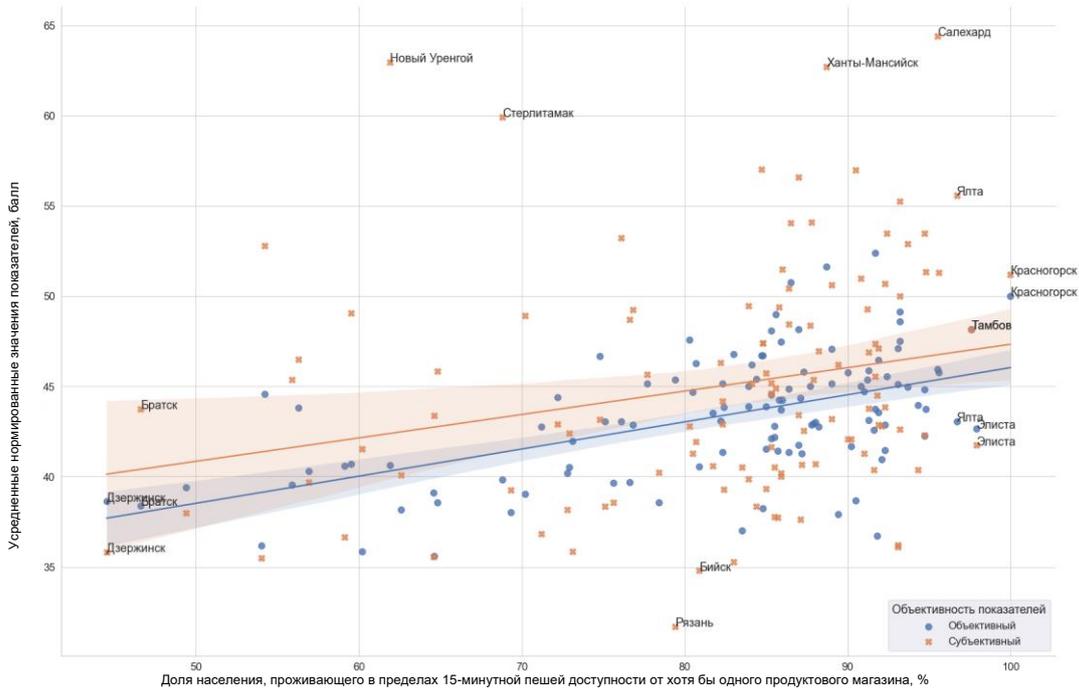


Рис. 7. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от пешей доступности продуктовых магазинов

*Зависимость субъективного восприятия качества жизни горожан от доступности медицинских учреждений*

Показатель Индекса «доля населения, проживающего в 15-минутной пешей доступности от амбулаторных медицинских

учреждений» позволяет анализировать зависимость восприятия качества жизни людей от доступности медицинских учреждений (рис. 8).

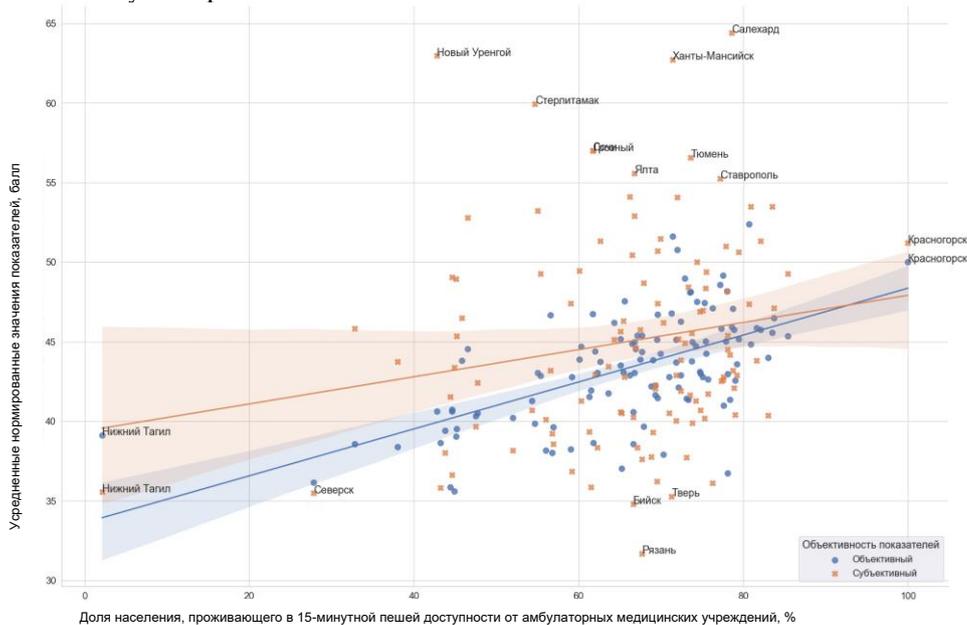


Рис. 8. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от пешей доступности амбулаторных медицинских учреждений

Невысокая значимость территориального охвата объектов здравоохранения связана с возрастом опрошенных: как правило, наиболее частыми посетителями подобных учреждений являются люди старшего возраста, число которых в выборке опрошенных небольшое. Молодым поколением вопрос не воспринимается остро.

Наблюдается корреляция роста качества жизни по субъективным и объективным показателям. Однако рост восприятия жителей с ростом уровня доступности медицинских учреждений не так выражен, как объективная оценка качества жизни, основанная на данных статистики и открытых источников.

*Зависимость субъективного восприятия качества жизни горожан от новизны и благоустроенности жилья*

Важный аспект качества жизни, на который необходимо проецировать субъективные настроения горожан, – жилищные условия. Из объективных показателей, участвующих в расчете Индекса по направлению «жилищные условия», важным индикатором является новизна жилого фонда. На рис. 9 представлена корреляция оценки субъективного восприятия качества жизни и объективной оценки в зависимости от возраста жилья. Чем новее жилье в городе, тем выше оценка качества жизни как по субъективным, так и по объективным показателям.

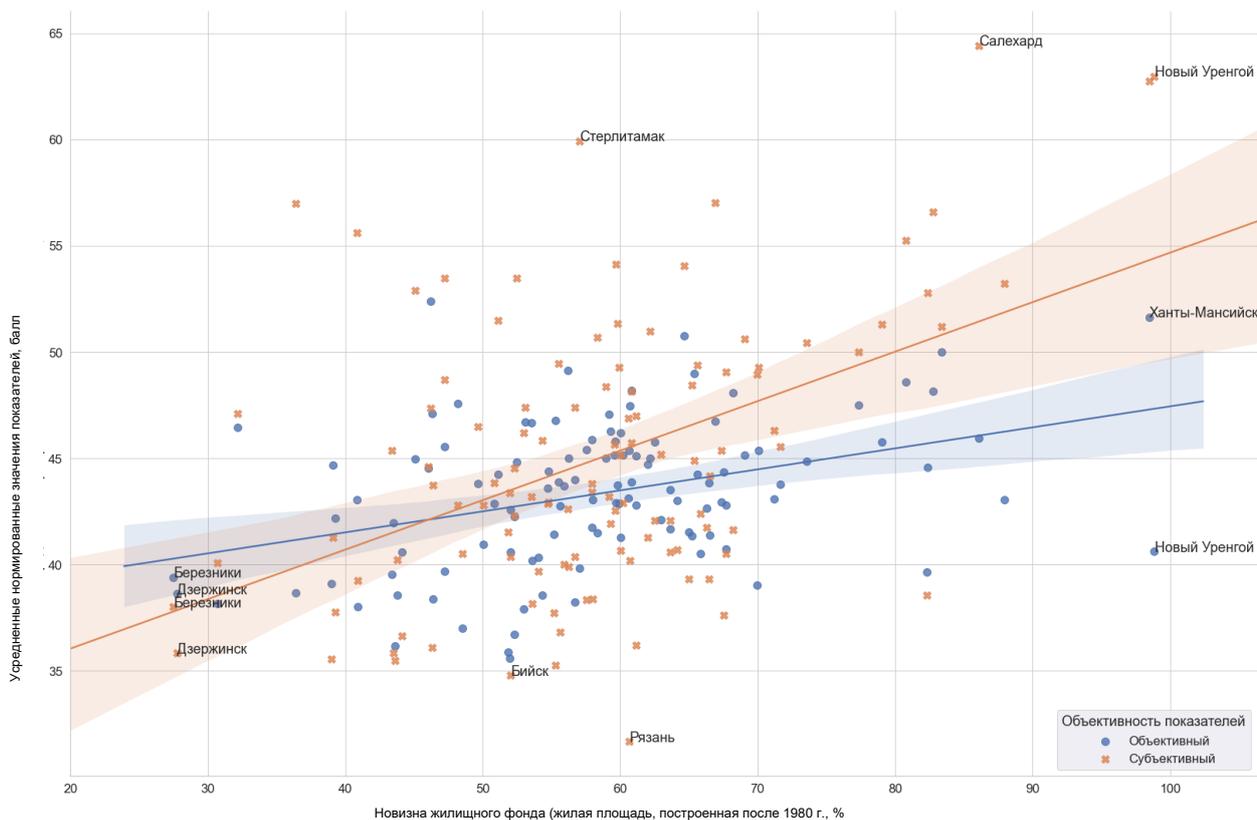


Рис. 9. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от новизны жилья

Более того, эффект старости жилья еще больше снижает субъективную оценку горожан относительно невысокой объективной. Новизна жилья, наоборот, дает прирост субъективной оценки горожан отно-

сительно высоких объективных оценок (рис. 10).

Благоустроенность жилья не влияет на субъективную оценку горожанами качества жизни. Независимо от процента обеспеченности всеми основными жилищно-

коммунальными удобствами как объективные, так и субъективные оценки практически не меняются и лишь немного рас-

ходятся ближе к 100%-ному значению показателя благоустроенности.

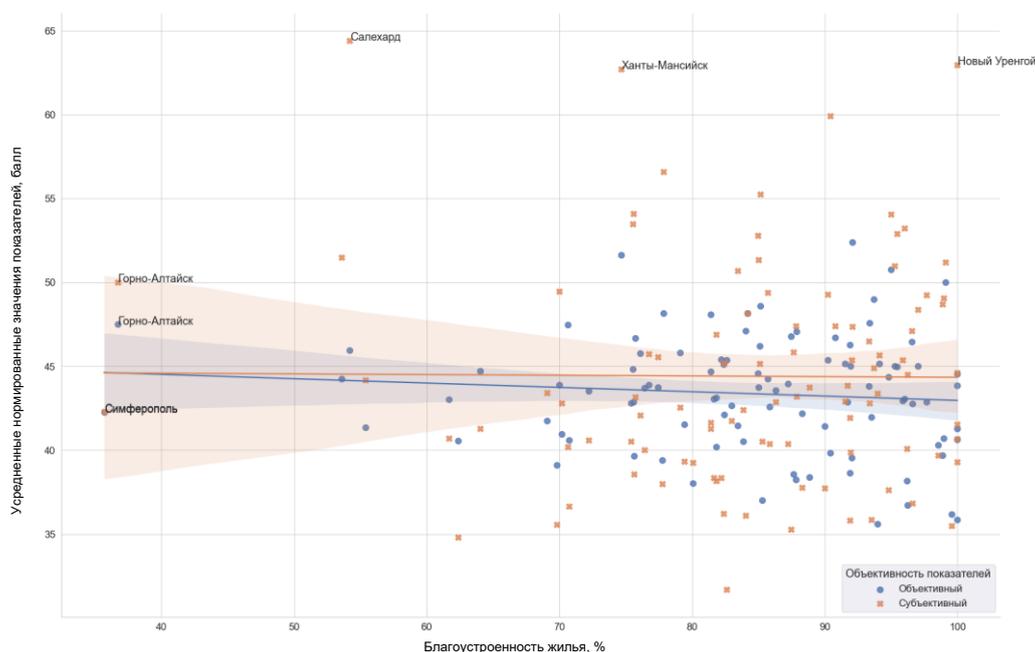


Рис. 10. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от благоустроенности жилья

*Зависимость субъективного восприятия качества жизни горожан от уровня образования*

Одним из ключевых параметров, позволяющих оценивать схожесть субъективной оценки с объективными показателями, является уровень и качество образования.

Распределение демонстрирует равномерный рост как объективной, так и субъективной оценки качества жизни практически прямо пропорционально проценту жителей, имеющих высшее образование (рис. 11).

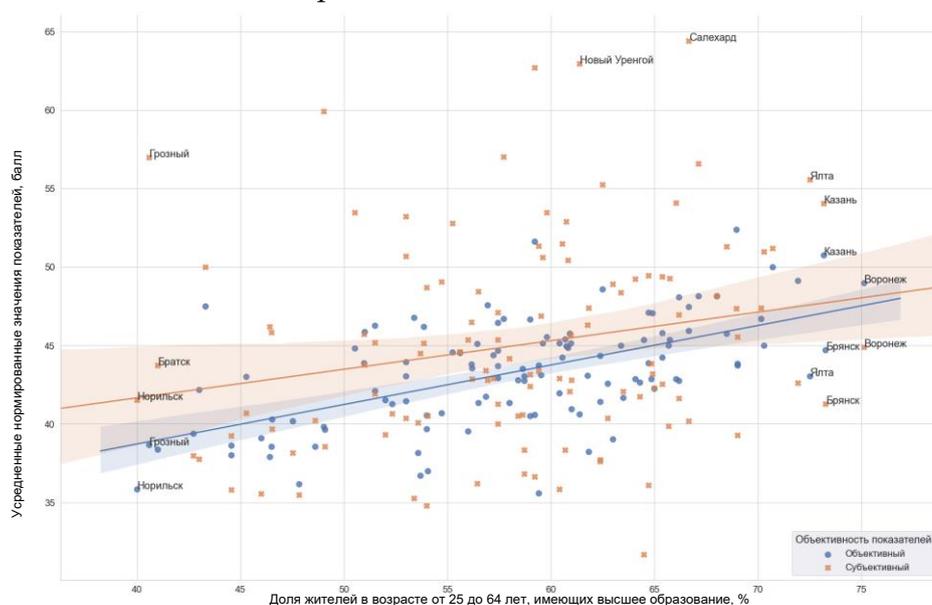


Рис. 11. Распределение результатов средних нормированных значений показателей в зависимости от доли жителей с высшим образованием

За растущим процентом образованных людей следует рост большинства параметров качества жизни: разнообразия видов рабочей деятельности, доходов, качества и количества объектов сферы услуг, параметров благоустройства, досуга и вовлечения в общественную жизнь, включая вопросы экологии и функционирования города.

В таблице представлены результаты зависимостей субъективного показателя по выбранному направлению (жилье, медицина, доступность магазинов и т. д.) от общих субъективных и объективных показателей качества жизни. В случае если тренд меняет свое положение, то фиксируется зависимость, отмечаемая в таблице бинарной логикой да/нет.

#### Влияние субъективных показателей качества жизни на объективные значения

Параметр	Субъективный показатель Индекса ВЭБ.РФ	Зависят ли результаты субъективного показателя от общей оценки качества жизни	Зависят ли результаты субъективного показателя от объективных показателей оценки Индекса качества жизни
Здоровье	Самооценка состояния здоровья, баллы	Да	Нет
Безопасность	Чувство безопасности от нахождения в городе ночью, баллы	Да	Нет
Стабильность дохода	Годовая зарплата, долл.	Да	Нет
Экология	Комплексный индекс загрязнения атмосферы	Нет	Да
Доступность продуктов питания	Доля населения, проживающего в 15-минутной пешей доступности хотя бы от одного продуктового магазина	Да	Да
Доступность медицинской помощи	Доля населения, проживающего в 15-минутной пешей доступности от амбулаторных медицинских учреждений	Да	Да
Новизна и благоустроенность жилья	Новизна жилищного фонда (доля площади, построенной после 1980 г.)	Да	Да
Новизна и благоустроенность жилья	Обеспеченность жилья основными жилищно-коммунальными услугами	Нет	Да
Качество образования	Доля жителей в возрасте от 25 до 65 лет, имеющих высшее образование, %	Да	Да

Таким образом, можно сделать вывод о зависимости объективной оценки выбранного направления качества жизни от общей оценки, а также ее взаимосвязи с объективными показателями Индекса.

#### Заключение

Благодаря сопоставлению результатов Индекса ВЭБ.РФ в части объективных и субъективных показателей в данном исследовании удалось получить ответы на

вопросы, связанные с взаимозависимостью личной оценки качества жизни горожанами и объективной оценки качества жизни. Ниже представлен ряд выявленных трендов после проведенного анализа.

1. Обозначенные ВЦИОМ приоритеты жителей России влияют на субъективное мнение горожан об их уровне качества жизни. Так, высокие показатели состояния здоровья, безопасности и уровня доходов сильно коррелируют с высокой оценкой качества жизни по результатам опросов, проведенных в рамках Индекса. Уровень доходов напрямую связан с субъективной оценкой качества жизни. Чем выше доход, тем лучше мнение жителей, даже несмотря на средние и неизменные значения объективных показателей.

2. Благоустроенность жилья не зависит от оценки качества жизни горожан, в отличие от новизны: чем новее жилье, тем выше оценка, даже если оно необустроенное.

3. Образование оказывает прямое влияние на субъективную оценку качества

жизни в городе. Чем выше уровень образования, тем выше субъективная оценка. При этом в городах с высокой долей образованных людей высокими являются результаты не только по субъективным, но и по объективным показателям.

4. Меньшее влияние на общественное мнение оказывают показатели доступности продуктовых магазинов и медицинских учреждений. Практически не влияет на субъективную оценку качества жизни уровень загрязнения воздуха в городах.

На примере исследования выявлены наиболее приоритетные направления качества жизни и их зависимость от сопоставимых показателей Индекса. Исследование показало, что общественное мнение важно учитывать при комплексной оценке качества жизни, поэтому дальнейшее развитие методики индексов качества жизни должно быть направлено на оценивание двух типов показателей (объективных и субъективных). Это позволит получить максимально точную и обоснованную оценку.

#### Список литературы

1. Васильев В. П., Сушко В. А. Качество жизни как показатель эффективности государственного управления // Вестник Московского университета. Социология и политология. – 2021. – № 4. – С. 235–257.
2. Зинин О. Б., Кащенко Т. Л. Социалистический образ жизни и идеологическая борьба. – М. : Наука, 1986.
3. Калинина Г. В. «Качество жизни» как феномен социального развития // Вестник Чувашского университета. – 2006. – № 7. – С. 67–79.
4. Катаева В. И., Фомичева Т. В. Качество жизни в регионах России // Уровень жизни населения регионов России. – 2017. – № 3. – С. 66–70.
5. Кислицина О. А. Национальный индекс качества жизни как инструмент мониторинга эффективности социально-экономической политики в России // Журнал исследований социальной политики. – 2017. – Т. 15. – № 4. – С. 547–558.
6. Лебедева Л. С. «Качество жизни»: ключевые подходы и структура понятия // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 4 (146). – С. 68–80.
7. Леонтьев Д. А. Качество жизни и благополучие: объективные, субъективные и субъектные аспекты // Психологический журнал. – 2020. – Т. 41. – № 6. – С. 86–95.
8. Литвинцева Г. П., Карелин И. Н. Эффекты и риски цифрового качества жизни населения в регионах России // Экономика региона. – 2022. – Т. 18. – № 1. – С. 146–158.

9. Маликова Т. В., Пирогов Д. Г. Оценка качества жизни людей с ограниченными возможностями // Педиатр. – 2016. – Т. 7. – № 1. – С. 156–162.
10. Нетребко Е. Н. Реализация стратегии национальной безопасности: повышение качества жизни населения (объективные и субъективные показатели) // Электронный сетевой политематический журнал «Научные труды КубГТУ». – 2018. – № 6. – С. 791–797.
11. Попов С. И. Проблема качества жизни в современной идеологической борьбе. – М. : Политиздат, 1977.
12. Субетто А. И. Квалиметрия жизни (Проблемы измерения качества жизни и направления их решения). – Л. : ЛДНТП, 1991.
13. Субетто А. И. Управление качеством жизни и выживаемость человечества // Стандарты и качество. – 1994. – № 1. – С. 13–21.
14. Федонина О. В., Арикова А. А. Уровень и качество жизни как индикаторы экономической безопасности региона // Контентус. – 2019. – Т. 4. – № 81. – С. 97–107.
15. Dasgupta P., Weale M. On Measuring the Quality of Life // World Development. – 1992. – Vol. 20. – N 1. – P. 119–131.
16. Gerson E. M. On "Quality of Life" // American Sociological Review. – 1976. – Vol. 41. – N 5. – P. 793–806.
17. Golovin A. A. Critical Analysis of Methods for Measuring and Monitoring of the Population Life Quality // Upravlenie. – 2022. – Vol. 9. – N 4. – P. 30–42.
18. Hicks N., Streeten P. Indicators of Development: The Search for a Basic Needs Yardstick // World Development. – 1979. – Vol. 7 (6). – P. 567–580.
19. McCall S. Quality of Life // Social Indicators Research: An International and Interdisciplinary Journal for Quality-of-Life Measurement. – 1975. – Vol. 2. – N 2. – P. 229–248.
20. Przybyłowski A., Kataska A., Przybyłowski P. Quest for a Tool Measuring Urban Quality of Life: ISO 37120 Standard Sustainable Development Indicators // Energies. – 2022. – Vol. 15. – N 8. – P. 2841.
21. Ram R. Physical Quality of Life Index and Inter-Country Inequality // Economics Letters. – 1980. – Vol. 5. – N 2. – P. 195–199.
22. Slottje D. J. Measuring the Quality of Life Across Countries // The Review of Economics and Statistics. – 1991. – Vol. 73. – N 4. – P. 684–693.
23. Tengs T. O., Wallace A. One Thousand Health-Related Quality-of-Life Estimates // Medical Care. – 2000. – Vol. 38. – N 6. – P. 583–637.

#### References

1. Vasilev V. P., Sushko V. A. Kachestvo zhizni kak pokazatel effektivnosti gosudarstvennogo upravleniya [Quality of Life as an Indicator of the Effectiveness of Public Administration]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Sotsiologiya i politologiya* [Bulletin of Moscow University. Sociology and Political Science], 2021, No. 4, pp. 235–257. (In Russ.).
2. Zinin O. B., Kashchenko T. L. Sotsialisticheskiy obraz zhizni i ideologicheskaya borba [Socialist Lifestyle and Ideological Struggle]. Moscow, Nauka, 1986. (In Russ.).
3. Kalinina G. V. «Kachestvo zhizni» kak fenomen sotsialnogo razvitiya ["Quality of life" as a Phenomenon of Social Development]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta* [Bulletin of the Chuvash University], 2006, No. 7, pp. 67–79. (In Russ.).
4. Kataeva V. I., Fomicheva T. V. Kachestvo zhizni v regionakh Rossii [Quality of Life in the Regions of Russia]. *Uroven zhizni naseleniya regionov Rossii* [The Standard of Living of the Population of the Regions of Russia], 2017, No. 3, pp. 66–70. (In Russ.).

5. Kislitsina O. A. Natsionalnyy indeks kachestva zhizni kak instrument monitoringa effektivnosti sotsialno-ekonomicheskoy politiki v Rossii [National Life Quality Index as a Tool for Monitoring the Efficiency of Socio-Economic Policy in Russia]. *Zhurnal issledovaniy sotsialnoy politiki* [Journal of Social Policy Research], 2017, Vol. 15, No. 4, pp. 547–558. (In Russ.).

6. Lebedeva L. S. «Kachestvo zhizni»: klyuchevye podkhody i struktura ponyatiya ["Quality of Life": Key Approaches and Concept Structure]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny* [Public Opinion Monitoring: Economic and Social Changes], 2018, No. 4 (146), pp. 68–80. (In Russ.).

7. Leontev D. A. Kachestvo zhizni i blagopoluchie: obektivnye, subektivnye i subektnye aspekty [Quality of Life and Well-Being: Objective, Subjective and Subjective Aspects]. *Psikhologicheskij zhurnal* [Psychological Journal], 2020, Vol. 41, No. 6, pp. 86–95. (In Russ.).

8. Litvintseva G. P., Karelin I. N. Effekty i riski tsifrovogo kachestva zhizni naseleniya v regionakh Rossii [Effects and Risks of the Digital Quality of Life of the Population in the Regions of Russia]. *Ekonomika regiona* [Economy of the Region], 2022, Vol. 18, No. 1, pp. 146–158. (In Russ.).

9. Malikova T. V., Pirogov D. G. Otsenka kachestva zhizni lyudey s ogranichennymi vozmozhnostyami [Assessment of the Quality of Life of People with Disabilities]. *Pediatr*, 2016, Vol. 7, No. 1, pp. 156–162. (In Russ.).

10. Ntrebko E. N. Realizatsiya strategii natsionalnoy bezopasnosti: povyshenie kachestva zhizni naseleniya (obektivnye i subektivnye pokazateli) [Implementation of the National Security Strategy: Improving the Quality of Life of the Population (Objective and Subjective Indicators)]. *Elektronnyy setevoj politematicheskij zhurnal «Nauchnye trudy KubGTU»* [Electronic Network Polythematic Journal "Scientific Works of KubSTU"], 2018, No. 6, pp. 791–797. (In Russ.).

11. Popov S. I. Problema kachestva zhizni v sovremennoy ideologicheskoy borbe [The Problem of Quality of Life in the Modern Ideological Struggle]. Moscow, Politizdat, 1977. (In Russ.).

12. Subetto A. I. Kvalimetriya zhizni (Problemy izmereniya kachestva zhizni i napravleniya ikh resheniya) [Qualimetry of Life (Problems of Measuring the Quality of Life and Ways to Solve them)]. Leningrad, LDNTP, 1991. (In Russ.).

13. Subetto A. I. Upravlenie kachestvom zhizni i vyzhivaemost chelovechestva [Quality of Life Management and Human Survival]. *Standarty i kachestvo* [Standards and Quality], 1994, No. 1, pp. 13–21. (In Russ.).

14. Fedonina O. V., Arikova A. A. Uroven i kachestvo zhizni kak indikatory ekonomicheskoy bezopasnosti regiona [The Level and Quality of Life as Indicators of the Economic Security of the Region]. *Kontentus*, 2019, Vol. 4, No. 81, pp. 97–107. (In Russ.).

15. Dasgupta P., Weale M. On Measuring the Quality of Life. *World Development*, 1992, Vol. 20, No. 1, pp. 119–131.

16. Gerson E. M. On "Quality of Life". *American Sociological Review*, 1976, Vol. 41, No. 5, pp. 793–806.

17. Golovin A. A. Critical Analysis of Methods for Measuring and Monitoring of the Population Life Quality. *Upravlenie*, 2022, Vol. 9, No. 4, pp. 30–42.

18. Hicks N., Streeten P. Indicators of Development: The Search for a Basic Needs Yardstick. *World Development*, 1979, Vol. 7 (6), pp. 567–580.

19. McCall S. Quality of Life. *Social Indicators Research: An International and Interdisciplinary Journal for Quality-of-Life Measurement*, 1975, Vol. 2, No. 2, pp. 229–248.

20. Przybyłowski A., Kałaska A., Przybyłowski P. Quest for a Tool Measuring Urban Quality of Life: ISO 37120 Standard Sustainable Development Indicators. *Energies*, 2022, Vol. 15, No. 8, pp. 2841.

21. Ram R. Physical Quality of Life Index and Inter-Country Inequality. *Economics Letters*, 1980, Vol. 5, No. 2, pp. 195–199.

22. Slottje D. J. Measuring the Quality of Life Across Countries. *The Review of Economics and Statistics*, 1991, Vol. 73, No. 4, pp. 684–693.

23. Tengs T. O., Wallace A. One Thousand Health-Related Quality-of-Life Estimates. *Medical Care*, 2000, Vol. 38, No. 6, pp. 583–637.

#### Сведения об авторах

##### **Андрей Васильевич Самохин**

кандидат экономических наук,  
главный управляющий директор ВЭБ.РФ.  
Адрес: ВЭБ.РФ,  
125009, Москва, ул. Воздвиженка, д. 10.  
E-mail: samokhinav@veb.ru  
ORCID: 0000-0003-2258-6914

##### **Станислав Александрович Мясников**

кандидат политических наук, доцент  
факультета социальных наук Национального  
исследовательского университета  
«Высшая школа экономики».  
Адрес: ФГАОУ ВО «Национальный  
исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»,  
101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.  
E-mail: smyasnikov@hse.ru  
ORCID: 0000-0001-5398-7337

#### Information about the authors

##### **Andrei V. Samokhin**

PhD, Chief Managing Director of VEB.RF.  
Address: VEB.RF, 10 Vozdvizhenka Str.,  
Moscow, 125009,  
Russian Federation.  
E-mail: samokhinav@veb.ru  
ORCID: 0000-0003-2258-6914

##### **Stanislav A. Myasnikov**

PhD, Associate Professor  
for Faculty of Social Sciences  
of the HSE University.  
Address: National Research University  
Higher School of Economics,  
20 Myasnitskaya Str.,  
Moscow, 101000,  
Russian Federation.  
E-mail: smyasnikov@hse.ru  
ORCID: 0000-0001-5398-7337



## ОТ ОБЩЕСТВА САНТИМЕНТОВ К ОБЩЕСТВУ СОЛИДАРНОГО КОНТРОЛЯ

**М. Ю. Чурилин**

Рекламное агентство «Лайон Коммьюникейшнз», Москва, Россия

**Т. А. Валиулина**

Московский государственный лингвистический университет,  
Москва, Россия

В статье анализируется график спроса и предложения и выявляются медианные значения, вокруг которых формируется спрос в случае, когда агент экономики, его предъявляющий, состоит из большого числа домохозяйств. Предлагается интерпретация влияния средств массовой коммуникации на формирование этого спроса. Показано, как институт рекламы, воздействуя на домохозяйства, стимулирует их покупать товары по завышенной цене. С помощью физикализма выявляются аналогии воздействий на домохозяйства и делается вывод о том, что для анализа экономических событий стоит применять методы квантово-релятивистской картины мира вместо традиционных методов механицизма, которые образуют фундамент экономической науки. Современные аналогии из физики могут обогатить инструментарий экономистов-теоретиков и дать новые понимания поведенческой экономики, в частности интерпретацию того, почему и как из общества людей можно выделить группу, отличающуюся какой-либо характеристикой. Этот метод формирования людей в целевую аудиторию широко применим в рекламе уже сегодня, что в рамках глобализационной экономики становится инструментом для формирования общества сентиментов. В статье этим термином обозначаются домохозяйства, которые под влиянием рекламных сообщений формируют ожидания о полезности товара. Это позволяет агенту экономики, выходящему на рынок с предложением товара, сбывать его по цене, медианное значение которой выше, чем средняя цена товара. Продолжая рассуждения физикалистического характера, в статье показываются тенденции для перестройки национального экономического пространства в связи с окончанием глобализационной модели экономики. Рассматривая экономическое пространство как аналог электромагнитного поля и Интернет как его продолжение, автор делает вывод об изменении методов воздействия на домохозяйства. На место сентимента приходят методы солидарного контроля, которые образуются с помощью социальных связей, например, в среде блогеров. Эта среда часто формируется по национальным признакам, и важную роль в ней играет репутация.

*Ключевые слова:* репутация, Интернет, экономический агент, глобализация, реклама, физикализм.

## FROM SOCIETY OF SENTIMENTALITY TO SOCIETY OF JOINT CONTROL

**Maxim Yu. Churilin**

Advertising Agency "Lion Communications", Moscow, Russia

**Tatiana A. Valiulina**

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia

The article analyzes the diagram of demand and supply and identifies median figures, around which demand is formed in case the economic agent presenting it consists of a bigger number of households. The impact of mass media on demand shaping is provided. The article shows how the ad institution influences households and motivates them to buy goods at higher prices. With the help of physicalism analogues of impacts exerted on households are identified and a conclusion is drawn that to analyze economic events it would be useful to apply methods of quantum-relative view of the world instead of traditional methods of mechanicism, which build the foundation of economics. Today's analogues from physics can enrich tools of economists-theoreticians and provide new interpretations of behaviorist economics, for example why and in what way it is possible to single out a group with certain characteristics from of community of people. This method of putting people in target audience is widely used in advertising even today, which within the frames of globalization economy is becoming a specific tool of shaping society of sentiments. The article uses this term to designate households that under the influence of ads

form their expectations about product usefulness. It can give an opportunity to the economic agent that enters the market with product proposal to sell it at the price, whose median figure is higher than the mean product price. In accordance with ideas of physicalistic nature the article demonstrates trends for restructuring national economic space in view of globalization model of economy termination. The author regards economic space as an analogue of electro-magnetic field and the Internet as its extension and he came to the conclusion about changes in methods of influencing households. Sentiment is replaced by methods of joint control that are built by social networks, for instance in bloggers' community. Such community is often formed by national traits and reputation plays an important role in it.

*Keywords:* reputation, the Internet, economic agent, globalization, ads, physicalism.

## Введение

В статье проведен анализ экономических феноменов с использованием методов физикализма, которые были представлены в статье «Влияние прогресса в естественных науках на осмысление понятия *homo economicus*» [14]. В частности, описание объекта экономической науки – *homo economicus* – имеет полную аналогию свойств с объектом физической науки – материальной точкой. В этом представлении в случае, когда агент направляет свой труд лишь на экономическую деятельность и на удовлетворение собственных интересов, можно говорить, что модель экономического человека одномерна<sup>1</sup>. В философии такое поведение и институты, его формирующие, были проанализированы Г. Маркузе в работе «Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества» [6]. Все параметры, которые необходимы для обмена совершенного труда на меновую стоимость товара, располагаются на одной координатной оси. Соответственно, и его производительность труда также определяется изменением координаты за промежуток времени. Аналогии, которые мы будем использовать в статье:  $x$  – труд,  $t$  – время,  $dx/dt$  – производительность труда.

Агент спроса – покупатель. Агент экономики, предъявляющий спрос на товар (на рынке), как правило, формирует спрос.

Агент предложения – продавец. Агент экономики, производящий и реализующий свой товар (на рынке), как правило, формирует предложение.

Под равенством спроса и предложения мы будем понимать равенство аналогов величин импульса/энергии, которыми, соответственно, обладают агенты спроса и предложения (на основании анализа графика спроса и предложения). Заметим, что здесь речь идет об аналогии механицизма, где время – обратимый параметр.

Выявим тенденции, обуславливающие изменение поведения экономического агента при разрушении глобального рынка. При этом будем исходить из гипотезы о начинающемся глобальном кризисе. Об этой перспективе мировой экономики говорят разные специалисты, например, доктор экономических наук М. Г. Делягин в своей книге «Мировой кризис: общая теория глобализации» [4. – С. 13].

Кроме того, проанализируем происходящие в обществе изменения, обусловленные тенденциями глобальной экономики, – появление и увеличение влияния национальных экономических агентов, которые приходят на смену экономическому агенту глобальной экономики. Они в своем поведении опираются на принципы, которые, как правило, отражают морально-этические нормы, принятые в местном обществе [12].

## Предпосылки к формированию общества сантиментов

Рассмотрим случай последовательного товарообмена между тремя агентами (рис. 1). Пусть агент А приобретает товар у агента С, т. е. агенты являются агентом

<sup>1</sup> Подразумеваем, что модель экономического человека была сформирована под влиянием механицизма и поведенческие ограничения, которые присутствуют в модели сегодня, мало отличаются от первоначального варианта. Его эгоизм и отсутствие влияния социальных связей позволяют говорить о нем как об аналоге одномерного объекта.

спроса и предложения соответственно. В свою очередь агент С приобретает товар у агента В, а агент В – у агента А.

Если в этой модели агент В по каким-то причинам ожидает ухудшение экономической ситуации, то он снизит свой спрос на товар агента А.

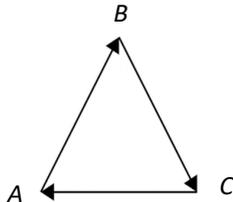


Рис. 1. Схема товарообмена между тремя агентами

Агент А в свою очередь может воспринять этот сигнал как ухудшение экономической ситуации и снизить свое потребление товаров агента С, а тот снизит спрос на товары агента В. Агент В увидит, что его товары приобретают в меньшем количестве, и удостоверится, что его предположение об ухудшении экономической ситуации было верным. Получается, что товарооборот в экономике снизился. Причиной этому стали ожидания, а не объективные факторы.

Экономисты обратились к миру, в котором агенты оценивают наличные ресурсы и возможности, ожидаемые действия других агентов и вероятные сценарии развития событий, и на основе таких оценок и проекций принимают свои экономические решения [2. – С. 27]. С нашей точки зрения, ожидания или настроения агентов в экономике являются маркером уходящей модели. Подобный подход должен быть дополнен или пересмотрен в рамках новых социально-экономических реалий.

### Анализ графика спроса и предложения для коллективного агента спроса

Рассмотрим формирование равновесной цены для капиталистической модели экономики в случае взаимодействия агента предложения (фирмы) и коллективного агента спроса. Заметим, что увеличение

количества домохозяйств, формирующих коллективного агента, должно было бы привести к внедрению методов теории вероятностей в математический аппарат для описания подобного агента. Однако эту необходимость нивелирует возросшее влияние института рекламы и его роль в формировании сантиментов общества: «Суть нашей аргументации в том, что в мире, где царит неопределенность, где исключено вероятностное исчисление, правило, нормы и институты играют функциональную роль в формировании основы для ожиданий, верований и принятия решений» [13. – С. 269].

При встрече агента спроса (покупателя) и агента предложения (продавца) выявляется каноническая закономерность зависимости стоимости товара от количества, которое приобретает покупатель. Рассмотрим случай, когда агент спроса становится суммой домохозяйств, предъявляющих спрос на товар (рис. 2).

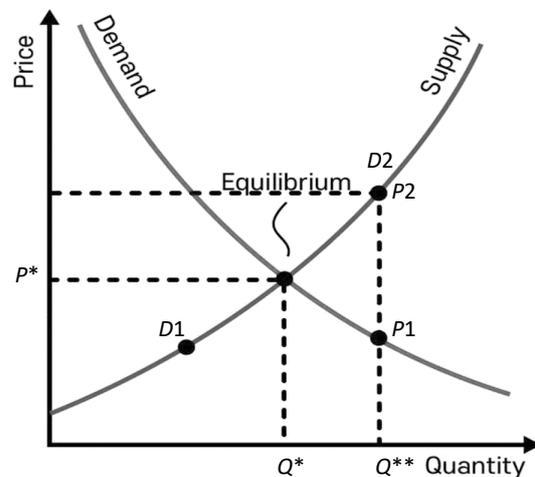


Рис. 2. График спроса и предложения для агента предложения и коллективного агента спроса:

$P$  – ось цен;  $Q$  – ось количества товара;  $E$  – точка равновесных значений цены  $P^*$  и количества товара  $Q^*$ ;  $D1$  – количество спроса, которое предъявляет агент спроса при цене на товар, равной  $P1$ ;  $D2$  – количество спроса, которое предъявляет агент спроса при цене на товар, равной  $P2$ ;  $Q^{**}$  – количество товара, которое приобретается при цене  $P2$ ; ось Demand – кривая спроса, выражает закономерность того, что спрос падает с повышением цены; ось Supply – кривая предложения, выражает закономерность того, что предложение растет с повышением цены.

Точке равновесия соответствует значение  $D$ , которое определяется как среднее суммы домохозяйств, приобретающих товар по цене  $P^*$ :

$$D = \sum_{i=1}^n (d_i) \frac{1}{n},$$

где  $D$  – суммарный спрос домохозяйств;

$n$  – общее количество домохозяйств;

$d_i$  – спрос  $i$ -го домохозяйства;

$i$  – натуральные числа<sup>1</sup>.

Важно отметить, что коллективный спрос домохозяйств, в отличие от больших по размеру агентов, не предьявляется одновременно. Точнее, можно выделить группы товаров, для которых этот спрос формируется почти мгновенно и для которых он размазывается во времени.

### Равновесная цена и спекуляции с ней

В случае коллективного агента спроса интересно выявить два локальных центра, вокруг которых группируется спрос, соответствующий разным значениям средней цены на товар. Выделим значения  $D1$  и  $D2$  (спрос при цене на товар выше и ниже средней соответственно), можно сказать, медианные величины, так как их значения выходят за погрешность величины  $D$ :

$$D2 = \sum_{j=1}^g (d_j) \frac{1}{g},$$

$$g \in N.$$

Это средняя сумма величины спроса домохозяйств, которые предьявляют спрос на товары по цене выше стоимости, которая соответствует точке равновесия  $P2$ , где  $j$  – натуральные числа:

$$\forall j \rightarrow d_j > D.$$

В случае кризисных явлений часть домохозяйств меняет спрос  $D2$  на  $D1$ . В результате величина  $d_{\max}$  (максимальное значение спроса отдельного домохозяйства) увеличивается вместе с максимальной ценой на товар (мы выявляем закономерности, позволяющие оставить на своих местах  $D$ ,  $D1$ ,  $D2$ ).

В ходе конкурентной борьбы и при развитии кризиса  $P1 \rightarrow P0$ , где  $P0$  – себестоимость товара. То есть в ходе распродаж многие агенты предложения опускают стоимость товара до себестоимости.

Соответственно,  $D1$  определяется как средняя величина от домохозяйств, приобретающих товар по цене  $P1$ :

$$D1 = \sum_{k=1}^{n-g} (d_k) \frac{1}{n-g},$$

где  $k$  – натуральные числа:

$$\forall k \rightarrow d_k \leq D.$$

Таким образом, общая динамика цен зависит от того, какому количеству товаров был предьявлен спрос по цене  $P2$ , а какому – по цене  $P1$ .

Чем больше домохозяйств коллективного агента спроса приобретают товар по цене  $D2$ , тем больше прибыли получает агент предложения. Чем больше людей приобретают товар по завышенной цене, тем выше будет точка  $E$  (equilibrium), или точка равновесной цены  $D$ , т. е. для агента предложения тем больше будет его прибыль.

Первой составляющей успеха агента предложения на подобном рынке в конкурентной борьбе становится склад как часть цикла производства.

А. Смит писал: «Различные продукты людей благодаря склонности к торгу и обмену собираются как бы в одну общую массу, из которой каждый человек может купить себе любое количество произведений других людей, в которых он нуждается» [7. – С. 11].

Еще одной важной составляющей успеха агента предложения становится его работа по созданию имиджа предлагаемого товара. Важно отметить, что прибыль агента предложения зависит от того, насколько успешно он сможет замотивировать домохозяйства предьявлять спрос  $D2$ .

Механизм, который, с нашей точки зрения, важен для данного явления и позволяет формировать завышенную цену, – это формирование агентом предложения через посредство института СМИ и рекламы

<sup>1</sup> В случае  $i = 1$  график спроса и предложения описывает ситуацию встречи двух агентов.

завышенных ожиданий полезности от покупки и использования товара.

### **Общество сантиментов**

Агенты предложения, заинтересованные в том, чтобы домохозяйства приобрели товары по цене  $D_2$ , формируют общество сантиментов.

Термин «сантимент» (sentiment) хорошо знаком для участников торговли на бирже. В основном речь идет про опционы. Сантимент в этом случае является индикатором, который свидетельствует о настроении биржевых игроков. Это спекулятивный информационный фон, который заставляет финансово поддерживать тот или иной актив. Зная или формируя настроения игроков, можно выстроить стратегию, которая позволит на этом настроении заработать, т. е., понимая сформированную тенденцию поведения игроков рынка, можно предсказать тенденцию движения капитала. С нашей точки зрения, это позволяет спекулировать на настроениях домохозяйств. Посредством разных институтов СМИ и рекламы<sup>1</sup> в среде домохозяйств формируют те или иные сантименты относительно товаров массового потребления.

Таким образом, можно определить общество сантиментов как открытую группу агентов экономики, которые формируют свои решения о покупке товара и составляют коллективного агента спроса под влиянием институтов СМИ и рекламы, т. е. на представлении о будущих выгодах от использования приобретенного товара.

### **Общество сантиментов с позиций физикализма**

Рассмотрим, как СМИ сегодня формируют общество сантиментов, за счет чего у людей создается мнение, что они что-то теряют или недополучают. Поставим вопрос: какой именно ресурс они считают

ценным в этих обстоятельствах? Какую выгоду стараются не упустить?

С нашей точки зрения, многие спекуляции сейчас связаны со временем. При этом само время преподносится и закрепляется в общественном сознании как невосполнимый фактор производства (время – деньги). Из «Капитала» мы помним, что рабочие, продающие шкуру капиталисту, опасались того, что «их шкуру будут дубить» [5. – С. 183]. Теперь же в результате спекуляций с осознанием эта фраза может звучать так: рабочий идет, понурив голову, опасаясь, что продал свой труд слишком дешево и не может вернуться в момент продажи.

В информационных кампаниях все чаще людям транслируется сообщение о том, что они могут использовать свое время с большей выгодой: «Бери от жизни все» (Pepsi); «Пусть весь мир подождет» (Danissimo).

В рекламных сообщениях (как вербальных, так и имиджевых) транслируется намеренно гиперболизированная информация о выгодах потребления товара-услуги: «Таким образом, лингвистический принцип расширения информативности рекламного слогана как ЛСЕ<sup>2</sup> заключается в том, что рекламодатель использует его как исходный материал для создания символа, который становится ключом к коду, раскрывающему информацию о неограниченной перспективе заманчивых возможностей, возникающих при приобретении рекламируемого продукта или обращении к услуге» [9. – С. 51]. Иными словами, адресат рекламного сообщения, вступая в контакт с рекламой, подсознательно считывает информацию о том, что, приобретая продукт бренда, он может использовать свое время более эффективно или может обменять свой труд так, как если бы у него была бы значительно большая производительность труда (его время стоило бы дороже). То есть рекламное сообщение

<sup>1</sup> Мы рассматриваем эти институты глобальной экономики как наиболее ярко иллюстрирующие механизм по созданию новой стоимости товара, действующий через информационное поле, в котором находится экономический агент.

<sup>2</sup> Лингво-семиотические единицы. Обозначения авторов.

должно транслировать агенту сентенцию о выгодах, которые он может упустить.

Подобные информационные спекуляции помогают сбывать товар в обществе сантиментов по завышенной цене.

Большинство преобладающих потребностей (расслабляться, развлекаться, потреблять и вести себя в соответствии с рекламными образцами, любить и ненавидеть то, что любят и ненавидят другие) принадлежат именно к этой категории ложных потребностей [6. – С. 7].

Агент предложения, заинтересованный в выгодном сбыте товара, должен выбрать коллективного агента спроса, который по тем или иным причинам будет восприимчив к информации рекламного сообщения и сможет предъявить спрос на товар в необходимом объеме. Можно сказать, что коллективный агент спроса, сформированный по каким-то характеристикам, благодаря чему он становится адресатом рекламного сообщения, – это целевая аудитория (строго говоря, среди адресатов могут быть как платежеспособные, так и не заинтересованные в покупке товара домохозяйства).

Целевая аудитория – это потенциальные потребители, которые могут быть заинтересованы в продукте. «Целевая аудитория выделяется из общей аудитории на основе различных характеристик, связанных с географическими, демографическими, экономическими, психологическими и поведенческими особенностями потребителей» [15. – С. 21].

Заметим, что в этом подходе неявно содержится понимание о неэквивалентности домохозяйств. То есть с физикалистической точки зрения на микроуровне присутствуют разного рода частицы, и механистическое описание объектов должно быть дополнено новыми пониманиями. Это предполагает использование методов статистической физики для описания групп объектов подобного рода.

### Частное кредитование с позиций физикализма

В случае  $i$ -го домохозяйства, когда оно преодолевает потенциальный барьер (рис. 3)<sup>1</sup>, можно сказать: чем больше людей приобретают товар по завышенной цене, тем выше будет точка  $E$  (equilibrium), или точка равновесной цены  $D$ , т. е. тем больше будет прибыль агента предложения. Заметим, что чем больше домохозяйства берут кредиты, тем больше они уменьшают свой спрос. Следовательно, борьба агентов предложения ведется за будущий спрос, т. е. за капитал агентов спроса, который они могут монетизировать, чтобы отнести на рынок сегодня.

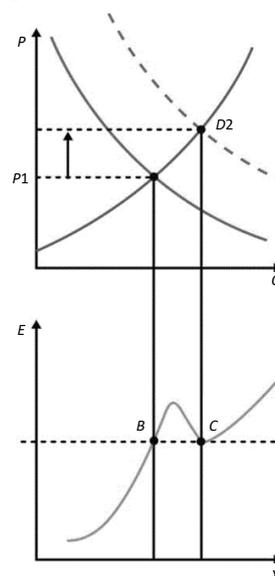


Рис. 3. Сопоставление графиков спроса и предложения (иллюстрации потенциального барьера)

Таким образом, агент предложения стимулирует агента спроса преодолевать потенциальный барьер, используя инструменты, аналогичные механическим, т. е. привлекать сторонний импульс или его экономический аналог – использовать кредит. М. Хазин в статье «Об оккупационном режиме в США» отмечает: «Такая ситуация связана с тем, что с 1944 года зна-

<sup>1</sup> Аналогом потенциального барьера в экономике мы будем называть разницу между ценой, по которой предъявляется спрос, и ценой, по которой выставлено предложение. В данном случае  $D2 - D$ .

чительная часть роста экономики США была связана с эмиссионными механизмами. На первом этапе, с 1944 по начало 70-х годов, эта эмиссия шла на расширение сферы оборота доллара в мире, затем, с 1981 года, после кризиса 70-х она шла на прямое кредитное стимулирование частного спроса. Более подробно этот процесс описан в моей книге «Воспоминание о будущем», сейчас же важно то, что он радикально перестроил хозяйственный механизм всей мировой экономики» [11].

Для иллюстрации формирования цены на основе сантиментов приведем несколько групп товаров: например, техника Apple [3] и игровые консоли PS5 Digital, PS5 Disc [8]. Во всех случаях цены на товар настолько опускаются, что использование метода выбора медиан представляется наиболее логичным.

Отметим, что цены на эти группы товаров повышаются после старта продаж новых моделей. При этом такой эффект распространяется и на старую, и на бывшую в употреблении технику.

#### **Объяснение манипуляций со временем с позиций физикализма**

В физике известен феномен замедления времени – эффект близнецов (сюда же можно отнести аналогию на эффект уменьшения длины, как если бы требовалось потратить меньше труда  $x$  для производства эквивалентной стоимости). Его суть состоит в том, что если один из близнецов садится на ракету и делает круг вокруг Земли (возможны интерпретации), то по возвращении он будет моложе, чем его брат-близнец, оставшийся на Земле. Иными словами, если тело движется с постоянной скоростью, то чем выше эта скорость, тем медленнее для этого тела течет время. Данный феномен тем заметнее, чем ближе  $v = dx/dt \rightarrow c$ , где  $c$  – скорость света.

Перенося это представление в экономику, можно предложить такую интерпретацию: экономический агент с большей производительностью труда получает больше времени для совершения экономических

действий, чем ему подобный. Нам кажется, эта мысль является неким негласным правилом для спекуляции со временем, а более простым языком она звучит так: увеличь свою производительность труда и у тебя будет много времени для отдыха. Или чем больше твоя производительность труда, тем больше стоит твое время.

Минусом подобного примера является то, что агенты спроса перестают рассматриваться как механические объекты, а мы подразумеваем, что экономика, которую создал А. Смит, опиралась на адаптации, взятые из физики.

«Из методологических влияний на автора «Богатства народов» прежде всего следует упомянуть методологию исследования И. Ньютона» [1. – С. 62].

«Чего стоит одно только замечание, что западная экономическая теория... была по сути симулякротом физики середины 19 века?» [16. – С. 14].

В механике Ньютона объекты исследования считались эквивалентными (взаимозаменяемыми в любых экспериментах и имеющими единую природу). К этим объектам в рассматриваемых адаптациях предъявляются требования из релятивистской физики. В этом случае уже нельзя говорить про адаптации механицизма, а сами домохозяйства становятся отображениями элементарных частиц и для их описания следует применять аналогии квантово-релятивистской картины мира. В этих аналогиях требует отдельного изучения вопрос влияния информационного (возможно, институционального) поля, в котором действует агент экономики, на размер домохозяйства. Но уже сейчас можно сказать, что к агентам размера домохозяйств далеко не всегда применимы методы механицизма.

Для того чтобы сделать вывод о том, как меняется представление об экономическом агенте в связи с распадом глобализационного проекта, обратим внимание на национально-экономического агента и инструменты, которые он использует для формирования спроса.

### **Репутация в Интернете – это новое средство обращения с новыми свойствами**

В рамках нашей гипотезы агент размера домохозяйства становится аналогом микрочастицы из физики. Это нам дает право апеллировать к нему как к объекту, на действия которого могут оказывать влияние законы релятивистской теории и теории поля. То есть мы подразумеваем, что в этих аналогиях домохозяйства могут менять свою энергию-импульс (факторы производства) под влиянием воздействия, возникающего из аналогий полевых структур<sup>1</sup>. Будем считать, что аналоги этих структур в экономике образуют институциональное поле, которое сформировано на базе ценностей местного агента, если мы говорим про эффекты, которые наблюдаются при взаимодействии экономических агентов размера домохозяйств [10].

Институциональное поле связано с социальным аспектом трудовой деятельности агента. Поэтому стоит упомянуть, что в уравнениях политической экономии все факторы производства многомерны, а значит, и объект экономики должен рассматриваться как многомерная единица.

Это же местное институциональное поле имеет свое естественное продолжение в пространстве Интернета. Уже сейчас большую роль при принятии решения о покупке играют лидеры общественного мнения в Интернете. Подобные лидеры способствуют формированию коллективного агента спроса в нужном количестве.

Для релевантного отношения к себе интернет-блогеры зарабатывают репутацию, зачастую поднимая общественно значимые темы. Они, как правило, работают для аудитории, говорящей с ними на одном языке, т. е. имеют национальную направленность (национальные агенты).

С нашей точки зрения, это, во-первых, свидетельствует об изменениях в обществе, когда продают не сантимент, а проверен-

ную информацию, т. е. информацию контролируемую. Теперь перед покупкой человек получает возможность ознакомиться с мнениями других покупателей. Можно сказать, что общество сантиментов сменяет общество солидарного контроля.

В этом контексте общество солидарного контроля может быть определено так: это открытая группа агентов, которые могут составить коллективного агента спроса на основании полученной проверенной и рекомендованной в сообществе, с которым они контактируют, информации.

Во-вторых, с развитием кризиса возникает новый экономический агент. На смену наднациональному участнику рынка приходит национальный агент, который оперирует на национальном рынке.

Перечислим порядок формирования коллективного агента спроса.

Для удовлетворения предложения коллективный агент спроса должен содержать необходимое количество домохозяйств.

В Интернете домохозяйства группируются в сообщества по интересам и вкусовым предпочтениям.

В этих сообществах важную роль играет репутация участников, которую они приобретают, следуя правилам сообщества.

Сообщество может стать агентом спроса, если товар агента предложения будет одобрен его членами (пройдет проверку на соответствие качествам, предъявляемым сообществом к товарам).

С точки зрения физикализма подобное формирование домохозяйств (аналогов микрочастиц) в сообществах в институциональном поле (аналоге электромагнитного поля) – естественный процесс, возникающий при описании мира в квантово-релятивистской парадигме.

### **Выводы**

Уже сейчас мы наблюдаем трансформацию сознания общества. Отчасти это происходит благодаря появлению и распространению новых коммуникационных технологий. Вместе с трансформациями экономики эти новые технологии способ-

<sup>1</sup> Подразумеваем, что каждое институциональное поле оказывает влияние на факторы производства, представленные в нем.

ствуют возникновению нового экономического агента. Отличительными особенностями этого агента становятся его локальность, коллективность и другая система ценностей. В этой системе репутация становится более важным фактором, чем деньги.

Вследствие роста количества агентов экономики и возможности брендам приобретать глобальный масштаб борьба за спрос перешла посредством института рекламы из конкуренции рациональной (с использованием товарных преимуществ) в иррациональную (с использованием в конкурентной борьбе методов воздействия на сознание потребителя). Вместе с возможностью агентам экономики использовать кредит для увеличения своего спроса

(преодоления потенциального барьера цены) агенты предложения стали использовать методы релятивистской физики для влияния на этот спрос.

Наряду с распадом глобализационного проекта большое влияние приобретают местные агенты, и институт рекламы претерпевает деформации, отражающие эту тенденцию. Вследствие этого процесса на смену сантиментам приходят общественно контролируемые методы воздействия на спрос покупателя. Это поможет укрепить национальную экономику и усилить влияние институтов, опирающихся на местные морально-этические ценности. Выявление этих ценностей, как следствие, становится необходимой для решения задач.

#### Список литературы

1. Автономов В. С. Модель человека в экономической науке. – СПб. : Экономическая школа, 1998.
2. Ананьин О. И. Онтологические предпосылки экономических теорий. – М. : Институт экономики РАН, 2013.
3. Андреев Ю. Насколько сильно подешевеет ваш Айфон сегодня вечером? – URL: <https://www.iphones.ru/iNotes/kak-menyalas-ceny-na-ayfony-za-poslednie-dva-goda-09-11-2018> (дата обращения: 02.01.2020).
4. Делягин М. Г. Мировой кризис: общая теория глобализации. – М. : Инфра-М, 2003.
5. Маркс К. Капитал. Критика политической экономии. – Т. 1. – Л. : Государственное издательство политической литературы, 1952.
6. Маркузе Г. Одномерный человек. Исследование идеологии развитого индустриального общества / пер. А. Юдина. – М., 2003. – URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/5440/5442> (дата обращения: 30.06.2022).
7. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М. : Эксмо, 2007.
8. Сосницкий И. PS5 и Xbox Series X/S – золото для спекулянтов. – URL: <https://progamer.biz/2887-ps5-i-xbox-series-x-s-zoloto-dlya-spekulyantov> (дата обращения: 17.07.2022).
9. Турбина О. А., Салтыкова М. С. Принципы организации рекламного слогана // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика. – 2012. – № 2 (261). – С. 50–54.
10. Фролов Д. П. Метафоризм институционализма: физикализм vs биологизм // Пространство экономики. – 2013. – № 3. – С. 34–51.
11. Хазин М. Л. Об оккупационном режиме в США // ХазинРу. – 2019. – URL: <https://khazin.ru/articles/1-mirovoy-krizis/72663-ob-okkupatsionnom-rezhime-v-ssha> (дата обращения: 02.01.2019).
12. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций? // Полис. – 1994. – № 1. – URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/2498>

13. Ходжсон Д. Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории : пер. с англ. – М. : Дело, 2003.
14. Чурилин М. Ю. Влияние прогресса в естественных науках на осмысление понятия homo economicus // Экономические стратегии. – 2018. – № 1. – С. 198–207.
15. Щепилова Г. Г. Реклама в СМИ: теории и модели. – М. : МедиаМир, 2013.
16. Mirowski P. More Heat than Light: Economics as Social Physics, Physics as Nature's Economics. – New York : Cambridge University Press, 1989.

#### References

1. Avtonomov V. S. Model cheloveka v ekonomicheskoy nauke [The Model of Man in Economic Science]. Saint Petersburg, Economic School, 1998. (In Russ.).
2. Ananin O. I. Ontologicheskie predposylki ekonomicheskikh teoriy [Ontological Preconditions of Economic Theories]. Moscow, Institute of Economics RAN, 2013. (In Russ.).
3. Andreev Yu. Naskolko silno podesheveet vash Ayfon segodnya vecherom? [How Much does your Phone Become Cheaper Today?]. (In Russ.). Available at: <https://www.iphones.ru/iNotes/kak-menyalas-ceny-na-ayfony-za-poslednie-dva-goda-09-11-2018> (accessed 02.01.2020).
4. Delyagin M. G. Mirovoy krizis: obshchaya teoriya globalizatsii [Global Crisis: General Theory of Globalization]. Moscow, Infra-M, 2003. (In Russ.).
5. Marx K. Kapital: kritika politicheskoy ekonomii [Capital. Criticism of Political Economy]. Vol. 1. Leningrad, State Publishing House of Political Literature, 1952. (In Russ.).
6. Markuse G. Odnomernyy chelovek. Issledovanie ideologii razvitogo industrialnogo obshchestva [One-D Man. Researching Ideology of Developed Industrial Society], translated by A. Yudin. Moscow, 2003. (In Russ.). Available at: <https://gtmarket.ru/library/basis/5440/5442> (accessed 30.06.2022).
7. Smith A. Issledovanie o prirode i prichinakh bogatstva narodov [Researching Nature and Reasons for Peoples' Wealth]. Moscow, Eksmo, 2007. (In Russ.).
8. Sosnitskiy I. PS5 i Xbox Series X/S – zoloto dlya spekulyantov [PS5 and Xbox Series X/S – Gold for Speculators]. (In Russ.). Available at: <https://progamer.biz/2887-ps5-i-xbox-series-x-s-zoloto-dlya-spekulyantov> (accessed 17.07.2022).
9. Turbina O. A., Saltykova M. S. Printsipy organizatsii reklamnogo slogana [Principles of Ad Slogan Organization]. *Vestnik Yuzhno-Uralskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Lingvistika* [Bulletin of the South-Ural State University. Series: Linguistics], 2012, No. 2 (261), pp. 50–54. (In Russ.).
10. Frolov D. P. Metaforizm institutsionalizma: fizikalizm vs biologizm [Metaphorism of Institutionalism: Physicalism vs Biologism]. *Prostranstvo ekonomiki* [Economy Space], 2013, No. 3, pp. 34–51. (In Russ.).
11. Khazin M. L. Ob okkupatsionnom rezhime v SShA [Concerning Occupation Regime in the US]. *KhazinRu*, 2019. (In Russ.). Available at: <https://khazin.ru/articles/1-mirovoy-krizis/72663-ob-okkupatsionnom-rezhime-v-ssha> (accessed 02.01.2019).
12. Huntington S. Stolknovenie tsivilizatsiy? [Clash of Civilizations?]. *Polis*, 1994, No. 1. (In Russ.). Available at: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2007/2498>
13. Hodgson D. Ekonomicheskaya teoriya i instituty: manifest sovremennoy institutsionalnoy ekonomicheskoy teorii [Economic Theory and Institutions: Manifest of Today's Institutional Economic Theory], translated from English. Moscow, Delo, 2003. (In Russ.).
14. Churilin M. Yu. Vliyanie progressa v estestvennykh naukakh na osmyslenie ponyatiya homo economicus [The Impact of Progress in Natural Sciences on Homo Economics

Comprehension]. *Ekonomicheskie strategii* [Economic Strategies], 2018, No. 1, pp. 198–207. (In Russ.).

15. Shchepilova G. G. *Reklama v SMI: teorii i modeli* [Advertising in Mass Media: Theories and Models]. Moscow, MediaMir, 2013. (In Russ.).

16. Mirowski P. *More Heat than Light: Economics as Social Physics, Physics as Nature's Economics*. New York, Cambridge University Press, 1989.

#### Сведения об авторах

##### **Максим Юрьевич Чурилин**

копирайтер рекламного агентства  
«Лайон Коммьюникейшнз».  
Адрес: ООО «Лайон Коммьюникейшнз»,  
125040, Москва,  
Ленинградский проспект, д. 15, стр. 14.  
E-mail: mafiz@yandex.ru

##### **Татьяна Андреевна Валиулина**

старший преподаватель кафедры  
лингвистики и профессиональной  
коммуникации в области медиатехнологий  
института международных отношений  
и социально-политических наук МГЛУ.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Московский  
государственный лингвистический  
университет», 119034, Москва,  
ул. Остоженка, д. 38.  
E-mail: tatiana.valiulina@gmail.com

#### Information about the authors

##### **Maxim Yu. Churilin**

Copywriter, Advertising Agency  
"Lion Communications".  
Address: LLC "Lion Communications",  
14 building, 15 Leningradsky Avenue,  
Moscow, 125040, Russian Federation.  
E-mail: mafiz@yandex.ru

##### **Tatiana A. Valiulina**

Senior Lecturer of the Department  
of Linguistics and Professional Communication  
in Mediatechnologies at the Institute  
of International Relations and Socio-Political  
Sciences of the MSLU.  
Address: Federal State Budgetary Educational  
Institution of Higher Education «Moscow State  
Linguistic University», 38 Ostozhenka Str.,  
Moscow, 119034, Russian Federation  
E-mail: tatiana.valiulina@gmail.com

## ВОПРОСЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ОБРАЩЕНИЯ ПИЩЕВЫХ ОТХОДОВ В РОССИИ

**А. П. Епишов, А. В. Воронов**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

**М. А. Коваленко**

Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации,  
Москва, Россия

Вопросы законодательного регулирования обращения пищевых отходов – актуальная тема для Российской Федерации. Пищевые продукты с истекающим сроком годности и продовольственные потери загрязняют окружающую среду. Выделяемые вредные и опасные вещества попадают в ближайшие родники, реки, на сельскохозяйственные угодья. Вода из зараженных рек и родников, а также хлеб, выращенный на таких полях, попадают на стол к жителям окрестных сел и деревень, что может нанести вред здоровью человека. В настоящее время действующая система регулирования обращения с отходами пищевой продукции включает достаточно большой пакет нормативно-правовых актов, которые входят в разные законодательные блоки: общее законодательство, законодательство об отходах, законодательство о ветеринарии, законодательство о техническом регулировании, санитарно-эпидемиологическое законодательство. В то же время многие вопросы обращения с пищевыми отходами не раскрыты или раскрыты не в должном объеме. Федеральный закон от 24 июня 1998 г. № 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» не содержит определение понятия «пищевые отходы». Требования об обязательном раздельном накоплении отходов пищевой продукции предусмотрены только законодательством о техническом регулировании и санитарно-эпидемиологическим законодательством. Требования об утилизации отходов пищевой продукции предусмотрены законодательством о ветеринарии, законодательством о техническом регулировании и санитарно-эпидемиологическим законодательством. Владельцу пищевых отходов предоставляется самостоятельный выбор способов и условий утилизации, а также возможных способов уничтожения пищевых отходов. В результате анализа действующих нормативных правовых актов, содержащих требования к обращению с пищевыми отходами, авторами сделан вывод, что основная часть рассмотренных законодательных блоков не создает условий для преимущественной утилизации пищевых отходов.

*Ключевые слова:* правовое регулирование, утилизация отходов, вторичное использование материалов, твердые коммунальные отходы, управление отходами.

## LEGAL REGULATION OF FOOD WASTE HANDLING IN RUSSIA

**Andrey P. Epishov, Alexey V. Voronov**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

**Maria A. Kovalenko**

Ministry of Natural Resources and Environment of the Russian Federation,  
Moscow, Russia

Problems dealing with legal regulations of food waste handling are an acute sphere for the Russian Federation. Foods with expiring period and food losses can contaminate the environment and harmful and dangerous substances, which they exude, can get into near-by springs, rivers and arable fields. Water from contaminated rivers and springs, as well as bread cultivated on such fields can be consumed by peoples living in surrounding villages

and towns, which can ruin their health. Today the effective system of food waste regulation includes numerous legislative and normative acts inscribed in different legislative blocks: general legislation, legislation on wastes, veterinary legislation and legislation on technical regulation, sanitary and epidemiologic legislation. However, there are a lot of problems dealing with food waste handling that have not been exposed in a proper way. The Federal Law dated June 24, 1998 N 89-FZ 'Concerning Wastes of Production and Consumption' does not provide the definition of 'food waste'. The requirements for obligatory separate stocking of foods are stipulated only by legislation on technical regulation and sanitary and epidemiologic legislation. The requirements for utilization of foods are envisaged by veterinary legislation, legislation on technical regulation and sanitary and epidemiologic legislation. The owner of food waste can chose ways and conditions of utilization and possible methods of food waste destruction. After analyzing the effective normative acts covering requirements for food waste handling the authors came to the conclusion that the major part of these legislative blocks does not provide conditions of priority utilization of food waste.

*Keywords:* legal regulation, waste utilization, material recycling, solid municipal waste, waste management.

**О**бъем пищевых отходов в Российской Федерации оценивается примерно в 17,9 млн тонн ежегодно. Согласно оценкам Минприроды России, этот объем составляет около 40% всех твердых коммунальных отходов (ТКО). Данному вопросу посвящено достаточно много исследований, которые раскрывают как общую проблематику, так и конкретные проблемы.

Одна из главных проблем – это отсутствие отдельного сбора и накопления пищевых отходов в ТКО, что повышает риски загрязнения окружающей среды. Для ее решения авторы предлагают проводить исследования состояния обращения пищевых отходов в России, выявления путей включения домохозяйств в процесс управления пищевыми отходами, оптимизации транспортной логистики при перевозке отходов и т. д. [4].

Большое внимание уделяется также вопросам преобразования городских цепочек поставок продовольственных товаров. Требуется внедрение инноваций на транспорте, в энергетической инфраструктуре, управлении, образовании и др. [3].

Ученые считают, что необходимо разрабатывать экономический механизм, базирующийся на нормативно-правовой базе и включающий комплекс технологических и инфраструктурных решений по переработке пищевых отходов, а также переходить на такой уровень производства и потребления, который бы не только миними-

зировал, но и, возможно, исключил образование отходов [1].

В настоящее время большое внимание уделяется вопросам обращения с пищевыми отходами, в том числе с использованием различных технологий переработки. Исследуются возможности использования органических пищевых отходов потребления, в частности в качестве субстратов для выращивания личинок и предкуколок мухи вида *Hermetia illucens*. Компост, образующийся после биоконверсии, может применяться в качестве удобрения для выращивания различных видов культур (сельскохозяйственных, комнатных растений и т. д.) [5].

Авторы, исследующие проблемы обращения пищевых отходов, рассматривают и методы компостирования пищевых отходов в составе твердых коммунальных отходов на разных уровнях (частный дом, квартира, комплекс зданий и город) [2].

Для получения кормов, компоста, биологического топлива и другой продукции могут быть использованы сухие пищевые отходы. Данное направление создает условия для развития малого бизнеса на территориях, что в целом обеспечивает устойчивое развитие территории, удовлетворение растущих потребностей населения на базе безотходного ведения бизнеса [6].

Что касается нормативно-правового обеспечения по вопросам регулирования обращения с пищевыми отходами, то Федеральный закон от 24 июня 1998 г.

№ 89-ФЗ «Об отходах производства и потребления» не содержит определение понятия «пищевые отходы».

Согласно пункту 3.3.13 ГОСТ Р 56222-2014 «Национальный стандарт Российской Федерации. Ресурсосбережение. Обращение с отходами. Термины и определения в области материалов», пищевые отходы – это отходы, образующиеся в результате приготовления пищи в домашних условиях или в системе общественного питания.

В соответствии с пунктом 3.22 ГОСТа 30772-2001 «Межгосударственный стандарт. Ресурсосбережение. Обращение с отходами. Термины и определения», пищевые отходы – это продукты питания, утрачившие полностью или частично свои первоначальные потребительские свойства в процессе их производства, переработки, употребления или хранения.

В соответствии с Федеральным классификационным каталогом отходов, утвержденным приказом Росприроднадзора от 22 мая 2017 г. № 242 (в редакции от 4 октября 2021 г.) «Об утверждении Федерального классификационного каталога отходов», пищевые отходы находятся в следующих группах каталога:

- 3 01 000 00 00 0. Отходы производства пищевых продуктов, напитков, табачных изделий;
- 4 01 000 00 00 0. Отходы пищевой продукции, напитков, табачных изделий;
- 7 31 000 00 00 0. Отходы коммунальные твердые;
- 7 36 000 00 00 0. Отходы при предоставлении услуг гостиничного хозяйства и общественного питания, предоставлении социальных услуг населению.

Действующая система регулирования обращения с отходами пищевой продукции включает достаточно большой пакет нормативных правовых актов в разных законодательных блоках, таких как общее законодательство, законодательство об отходах, законодательство о ветеринарии, законодательство о техническом регулиро-

вании, санитарно-эпидемиологическое законодательство.

В феврале 2022 г. ТИАР-Центр и РАЭК опубликовали результаты исследования, посвященного ESG-подходу к решению проблемы нерационального использования продовольствия в России. Согласно этим исследованиям по итогам 2020 г. объем пищевых отходов в России составил 17,9 млн тонн, или 25,6% ТКО. Большая часть пищевых отходов (71%) приходится на конечных потребителей – домохозяйства, 29% – на отходы ретейла и организаций общественного питания. Расчеты сделаны по методике ФАО ООН на основе данных Росстата об уровне потребления различных групп продуктов питания.

В среднем россиянин выбрасывает около 88 кг еды в год. При этом ежегодно на предприятиях пищевой и перерабатывающей промышленности России образуется около 30 млн тонн вторичного сырья и отходов.

К сожалению, как показывает практика, при обработке твердых коммунальных отходов, поступающих на объекты обработки, выборка пищевых отходов практически не осуществляется. Доля выборки таких отходов составляет около 1%.

В настоящее время существуют различные технологии утилизации пищевых отходов. Из вторичного сырья пищевой промышленности получают дополнительную продукцию пищевого назначения (в том числе функциональные продукты), корма для скота и птицы, удобрения, сырье или компоненты для производства разнообразной продукции в химической, фармацевтической, микробиологической и строительной отраслях.

Одним из мероприятий, запланированных в рамках Государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы, является реализация перспективных инновационных проектов по со-

зданию альтернативных источников энергии, в том числе производства биотоплива из отходов сельскохозяйственного производства.

Использование отходов пищевых и перерабатывающих предприятий для производства энергоресурсов с целью повышения эффективности производства и снижения вредного воздействия предприятий на окружающую среду предусмотрено Стратегией развития пищевой и перерабатывающей промышленности России на период до 2020 года, утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 апреля 2012 г. № 559-р.

Также в результате утилизации получаются такие продукты, как техногрунт и компост. Антропогенный грунт может применяться при пересыпке полигонов ТКО. Однако мы должны понимать, что с учетом большого объема пищевых отходов в случае их 100%-ной утилизации будет образовано слишком большое количество техногрунта, которое может не найти своего потребителя.

Таким образом, вторичные ресурсы нельзя просто захоранивать, они имеют ценность, а значит, их необходимо вовлечь во вторичный оборот.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона № 89-ФЗ, направления государственной политики в области обращения с отходами являются приоритетными в следующей последовательности:

- максимальное использование исходных сырья и материалов;
- предотвращение образования отходов;
- сокращение образования отходов и снижение класса опасности отходов в источниках их образования;
- обработка отходов;
- утилизация отходов;
- обезвреживание отходов.

Согласно ГОСТ Р 56828.31-2017 «Национальный стандарт Российской Федерации.

Наилучшие доступные технологии. Ресурсосбережение. Иерархический порядок обращения с отходами», выделяется следующий приоритетный порядок:

- предотвращение образования;
- анаэробное разложение;
- компостирование;
- другие технологии рекуперации энергии;
- конечное размещение.

Федеральный закон от 2 января 2000 г. № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» устанавливает следующие требования в отношении пищевых продуктов:

- сроки годности пищевых продуктов устанавливаются в отношении таких пищевых продуктов, качество которых по истечении определенного срока с момента их изготовления ухудшается, которые приобретают свойства, представляющие опасность для здоровья человека, и в связи с этим утрачивают пригодность для использования по назначению (п. 1 ст. 16);
- запрещается обращение пищевых продуктов, срок годности которых истек (п. 2 ст. 3).

В пункте 4 статьи 20 указано, что в случае, если при реализации пищевых продуктов допущено нарушение, приведшее к утрате пищевыми продуктами соответствующего качества и приобретению ими опасных свойств, граждане, индивидуальные предприниматели и юридические лица, осуществляющие их реализацию, обязаны изъять такие пищевые продукты из обращения, направить на экспертизу, организовать их утилизацию или уничтожение.

Федеральный закон от 30 марта 1999 г. № 52-ФЗ «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» (в редакции от 4 ноября 2022 г.) раскрывает вопросы обеспечения санитарно-эпидемиологической безопасности в целях реализации конституционных прав граждан, связанных с

охраной здоровья и формированием благоприятной окружающей среды. Глава 3 закона содержит требования, которые должны обеспечивать формирование безопасности среды обитания и здоровья человека. В данной главе раскрываются вопросы, связанные с требованиями к технологиям производства товаров для личных и бытовых нужд, биологическим веществам, продукции, которая подлежит ввозу на территорию России, а также требования к водоснабжению (как питьевому, так и хозяйственно-бытовому), к почвам и т. д. Всего выделяется 28 статей.

Статья 15 закона раскрывает санитарно-эпидемиологические требования к пищевым продуктам, пищевым добавкам, продовольственному сырью, а также контактирующим с ними материалам, изделиям и технологиям их производства. В данной статье указано, что продукты должны удовлетворять физиологическим особенностям человека и не должны оказывать негативное воздействие на него. Продукты следует производить в соответствии с санитарно-эпидемиологическими требованиями. Они должны соответствовать им и в процессе хранения, транспортировки и реализации населению.

При производстве пищевых продуктов, а также контактирующих с пищевыми продуктами материалов разрешены к использованию только пищевые добавки, которые закреплены в соответствии с порядком, установленным правительством Российской Федерации.

При производстве новых видов пищевых продуктов, пищевых добавок, продовольственного сырья (а также контактирующих с ними материалов) новые технологии их производства и технологическое оборудование должны внедряться только при условии их соответствия требованиям санитарно-эпидемиологической безопасности.

Все категории субъектов (физические и юридические лица, индивидуальные предприниматели), которые производят продукты, пищевые добавки, продоволь-

ственное сырье и контактирующие с ними материалы, а также осуществляют закупку, хранение, транспортировку и их реализацию, обязаны соблюдать требования санитарно-эпидемиологической безопасности. В случае если требования санитарно-эпидемиологической безопасности не были соблюдены и пищевые продукты, пищевые добавки, продовольственное сырье, а также контактирующие с ними материалы представляют опасность для здоровья человека, они должны быть незамедлительно сняты с производства или реализации.

Основная задача, которая закреплена в законе об отходах и стоит на втором месте после задачи максимальной экономии сырья и материалов при производстве продукции, – это предотвращение образования пищевых отходов. Актуальность законодательного регулирования отношений в области обращения с некачественными или с истекающим или истекшим сроком годности пищевыми продуктами обусловлена тем, что в настоящее время пищевая промышленность является одной из наиболее отходоёмких отраслей. Снижение объемов образования таких отходов, их максимальное вовлечение во вторичный оборот будут способствовать достижению целей перехода экономики России к модели экономики замкнутого цикла.

Учитывая необходимость и целесообразность запрета уничтожения годных к употреблению пищевых продуктов, материалов и изделий, их разумного потребления и стимулирования их повторного использования, мы поддерживаем законодательную инициативу депутата Государственной Думы Олега Анатольевича Нилова. Считаем целесообразным приложить максимальное количество усилий именно в части предотвращения образования отходов пищевой продукции. Следует максимально вовлекать пищевые отходы во вторичный оборот, чтобы они не становились отходами.

За рубежом, отправляя пригодные к употреблению пищевую продукцию, пи-

щевые материалы и изделия, а также пищевые продукты, пищевые материалы и изделия с истекающим сроком годности на захоронение или в худшем случае на стихийные или несанкционированные свалки, компании теряют более 1 млрд тонн продовольствия, или около 1 трлн долларов в год, что сопоставимо с ВВП России. Такое захоронение нецелесообразно, так как пищевая продукция и материалы могут повторно использоваться, в частности для производства корма для животных.

Самое главное – не допустить, чтобы продукция стала отходом. Она не должна попадать под регулирование в области обращения с отходами производства и потребления. При этом понятно, что любое изготовление продуктов, а также приготовление и употребление пищи влекут за собой появление очисток, шкурок, костей и прочих несъедобных частей. Любое производство сопровождается появлением неперерабатываемых остатков и брака. Это называется продовольственными потерями, из которых могут создаваться продукция более высокой переработки или побочная продукция производства: мясо-костная и рыбная мука, крахмал, патока и др.

Около 14% всех продуктов фермеры и компании теряют еще на этапе сбора урожая и производства, 11% готовых продуктов отправляют в контейнеры обычные люди, 5% – предприятия общественного питания и 2% – предприятия розничной торговли.

Предлагаем рассматривать пищевые продукты, пищевые материалы и изделия с истекающим сроком годности как продукцию и, соответственно, обращаться с ними как с продукцией.

Согласно статье 51.1 Федерального закона от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», юридические лица, индивидуальные предприниматели, в результате хозяйственной и (или) иной деятельности которых образуются не являющиеся продукцией производства вещества и (или) предметы, самостоятельно

осуществляют их отнесение к отходам либо побочным продуктам производства вне зависимости от факта включения таких веществ и (или) предметов в Федеральный классификационный каталог отходов.

К побочным продуктам производства могут быть отнесены вещества и (или) предметы, образующиеся при производстве основной продукции, в том числе при выполнении работ и оказании услуг, и не являющиеся целью данного производства, работ или услуг, если такие вещества и (или) предметы пригодны в качестве сырья в производстве либо для потребления в качестве продукции в соответствии с законодательством Российской Федерации. При этом юридические лица, индивидуальные предприниматели, в результате хозяйственной и (или) иной деятельности которых образуются побочные продукты производства, осуществляют их отдельный учет обособленно от учета основной продукции производства и отходов.

Исходя из вышеизложенного законодательное признание остатков продуктов питания, а также производственного брака побочными продуктами производства позволит юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям повторно их использовать в собственном производстве либо передавать другим лицам для использования в производстве. Следовательно, такие побочные продукты производства будут повторно вовлечены в хозяйственный оборот, тем самым произойдет недопущение образования отходов и, соответственно, уменьшение объема захораниваемых на полигонах пищевых отходов.

В среднесрочной перспективе наладка и отладка вышеуказанного механизма позволят законодательно закрепить запрет на захоронение пищевых отходов.

К сожалению, сегодня, когда данная система по вовлечению пищевой продукции во вторичный оборот не работает, невозможно ввести запрет на ее захоронение, так как в случае его введения неизбежно возникнет угроза размещения пищевой продукции на стихийных и несанкционированных свалках.

рованных свалках. Время разложения пищевой продукции составляет от 2 недель до 5–6 лет в зависимости от ее типа, например, шкурка яблока разлагается 2 месяца, банановая кожура – 6 месяцев; апельсиновая кожура – 2 года; кости – более 5 лет.

Попадая на несанкционированную свалку или на полигон твердых коммунальных отходов, продукты с истекающим сроком годности и продовольственные потери загрязняют компоненты окружающей среды (почву, воду и воздух), начинают выделять токсины и парниковый газ. В частности, при гниении отходов выделяется аммиак, отравление которым опасно для жизни человека.

В настоящее время требуется в большей степени предусмотреть создание экономических механизмов, которые бы способствовали развитию и стимулированию использования продукции, произведенной из вторичного сырья. Возможно использование новых финансовых механизмов и финансовых инструментов, которые должны быть закреплены в нормативно-правовых актах.

Образователям пищевых отходов необходимо учитывать и соблюдать различные требования при их накоплении, утилизации и уничтожении.

В рамках общего законодательства (Гражданского кодекса РФ, Закона о защите прав потребителей, Федерального закона № 29-ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов») установлено требование к определению сроков годности пищевых продуктов и запрета обращения пищевых продуктов, срок годности которых истек.

Законодательством об отходах установлены следующие требования при обращении с отходами пищевой продукции:

- классификация отходов по степени негативного воздействия на окружающую среду;
- паспортизация отходов;
- лицензирование деятельности при сборе, транспортировании, обработке,

утилизации, обезвреживании, размещении отходов;

- учет отходов, нормирование их образования и размещения, производственный контроль.

Федеральным законом № 89-ФЗ указан возможный способ отдельного накопления пищевых отходов, но обязательное требование отсутствует.

Специальное регулирование обращения с пищевыми отходами, накапливаемыми совместно с ТКО, законодательством об отходах не предусмотрено. Есть только косвенные упоминания о ресурсной ценности органических компонентов твердых коммунальных отходов (пищевых отходов) и о возможных методах утилизации органической фракции ТКО.

Пищевые продукты животного происхождения, утратившие потребительские свойства, которые не подвергались термической обработке, относятся к биологическим отходам и регулируются ветеринарным законодательством. Ветеринарными правилами № 626 установлены требования к перемещению, хранению и переработке биологических отходов, в том числе возможна переработка умеренно опасных биологических отходов путем их проварки в котлах с целью использования на корм животным.

Требования к отходам производства пищевой продукции установлены техническими регламентами о безопасности пищевой продукции. Предусмотрены требования к отдельному хранению таких отходов в закрытых емкостях. Их утилизация возможна путем использования на корм животным (по предписанию ветеринарного надзора) или другим способом, который вправе выбрать владелец пищевых отходов. Уничтожение отходов производства пищевой продукции осуществляется владельцем любым технически доступным способом. Утилизация или уничтожение пищевых отходов производства в случае предписания органов госнадзора осуществляются с документальным подтверждением данного факта.

Санитарно-эпидемиологическое законодательство устанавливает требования к некачественным пищевым продуктам, которые являются опасными по органолептическим показателям или срок годности которых истек. По сути, это пищевые отходы в толковании законодательства об отходах.

Постановлением № 1612 установлены правила утилизации пищевых отходов – обязанность проведения санитарно-эпидемиологической экспертизы для определения возможности утилизации. Для уничтожения пищевых отходов проведения такой экспертизы не требуется, однако для установления возможного пути обращения с пищевыми отходами санитарно-эпидемиологическая экспертиза все же необходима. Для такого способа утилизации, как использование на корм животным, требуется обязательная ветеринарно-санитарная экспертиза пищевых отходов.

Дополнительные требования к сбору и хранению пищевых отходов содержатся в санитарно-эпидемиологических правилах для торговых объектов и организаций общественного питания, а также других подобных документах.

Пищевые отходы могут быть в упаковке. Упаковка – это объект расширенной ответственности производителя в законодательстве об отходах. Но в санитарно-эпидемиологическом законодательстве отсутствуют

требования к обращению с некачественными пищевыми продуктами в упаковке (как ее утилизировать или уничтожить).

Контроль за соблюдением процедуры обращения с некачественными пищевыми продуктами и все сопутствующие расходы возложены на владельцев таких продуктов. Точное соблюдение указанных норм проверяется только в случае вынесения предписания контролирующего органа. В связи с этим на практике предприятия торговли пищевыми продуктами могут выбрасывать пищевые отходы на контейнерные площадки многоквартирных домов.

Требования об обязательном раздельном накоплении отходов пищевой продукции предусмотрены только законодательством о техническом регулировании и санитарно-эпидемиологическим законодательством. Требования об утилизации отходов пищевой продукции предусмотрены законодательством о ветеринарии, законодательством о техническом регулировании и санитарно-эпидемиологическим законодательством.

Таким образом, анализ действующих нормативных правовых актов, содержащих требования к обращению с пищевыми отходами, показал, что основная часть рассмотренных законодательных блоков не создает условий для предпочтительной и преимущественной утилизации пищевых отходов.

#### Список литературы

1. Епишов А. П., Жура С. Е., Епишов Н. А. Государственная политика в сфере переработки и утилизации пищевых отходов в России // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2022. – Т. 19. – № 6 (126). – С. 17–23.
2. Магазова Л. З., Минигазимов Н. С. Методы компостирования пищевых отходов в составе ТКО // Обращение с отходами: современное состояние и перспективы : сборник статей Международной научно-практической конференции, посвященной 25-летию кафедры «Охрана окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов», Уфа, 3 декабря 2019 года. – Уфа : Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2019. – С. 123–125.

3. Массеров Д. А., Ломакин А. В., Черкасов Д. В. Использование экологически чистых технологий в утилизации городских пищевых отходов // Современные проблемы территориального развития. – 2020. – № 1. – С. 7.

4. Субракова Л. К. Экономика обращения с пищевыми отходами в России // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2021. – № 1. – С. 37–48.

5. Шайхиев И. Г., Свергузова С. В., Сапронова Ж. А., Антюфеева Е. С. Использование пищевых отходов для выращивания личинок мухи *Hermetia illucens* (краткий обзор зарубежной литературы) // Экономика строительства и природопользования. – 2020. – № 4 (77). – С. 17–30.

6. Шулятьева Г. М. Утилизация пищевых отходов с начальной стадией в местах возникновения как направление устойчивого развития аграрного бизнеса // Вестник Вятской ГСХА. – 2021. – № 2 (8). – С. 9.

#### References

1. Epishov A. P., Zhura S. E., Epishov N. A. Gosudarstvennaya politika v sfere pererabotki i utilizatsii pishchevykh otkhodov v Rossii [State Policy in the Field of Recycling and Utilization of Food Waste in Russia]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2022, Vol. 19, No. 6 (126), pp. 17–23. (In Russ.).

2. Magazova L. Z., Minigazimov N. S. Metody kompostirovaniya pishchevykh otkhodov v sostave TKO [Methods of Punching Food Waste inside SMW]. *Obrashchenie s otkhodami: sovremennoe sostoyanie i perspektivy, sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, posvyashchennoy 25-letiyu kafedry «Okhrana okruzhayushchey sredy i ratsionalnoe ispolzovanie prirodnikh resursov», Ufa, 3 dekabrya 2019 goda* [Waste Handling: Current Situation and Prospects: collection of articles of the International Conference Dedicated to the 25th Anniversary of the Chair 'Environment Protection and Rational Use of Natural Resources', Ufa, December 3, 2019]. Ufa, Ufimskiy gosudarstvennyy neftyanoy tekhnicheskii universitet, 2019, pp. 123–125. (In Russ.).

3. Masserov D. A., Lomakin A. V., Cherkasov D. V. Ispolzovanie ekologicheskii chistykh tekhnologiy v utilizatsii gorodskikh pishchevykh otkhodov [Applying Ecologically Clean Technologies for Utilizing City Food Waste]. *Sovremennyye problemy territorialnogo razvitiya* [Current Challenges of Territorial Development], 2020, No. 1, p. 7. (In Russ.).

4. Subrakova L. K. Ekonomika obrashcheniya s pishchevymi otkhodami v Rossii [Economics of Food Waste Handling in Russia]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie* [Bulletin of the Voronezh State University. Series: Economics and Management], 2021, No. 1, pp. 37–48. (In Russ.).

5. Shaykhiev I. G., Sverguzova S. V., Saproнова Zh. A., Antyufeeva E. S. Ispolzovanie pishchevykh otkhodov dlya vyrashchivaniya lichinok mukhi *Hermetia illucens* (kratkiy obzor zarubezhnoy literatury) [The Use of Food Waste for Growing Larvae of *Hermetia Illucens* (brief review of foreign literature)]. *Ekonomika stroitelstva i prirodopolzovaniya* [Economics of Construction and Nature Use], 2020, No. 4 (77), pp. 17–30. (In Russ.).

6. Shulyateva G. M. Utilizatsiya pishchevykh otkhodov s nachalnoy stadiy v mestakh vozniknoveniya kak napravlenie ustoychivogo razvitiya agrarnogo biznesa [Utilization of

Food Waste with Initial Stage in Places of Emergence as Direction of Sustainable Development of Agrarian Business]. *Vestnik Vyatskoy GSKHA* [Bulletin of Vyatskoy GSHA], 2021, No. 2 (8), p. 9. (In Russ.).

### **Сведения об авторах**

#### **Андрей Павлович Епишов**

директор центра «Экономика замкнутого цикла» научно-методического центра «Высшая школа тарифного регулирования» высшей школы менеджмента РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Epishov.AP@rea.ru

#### **Мария Александровна Коваленко**

заместитель начальника отдела информатизации в сфере обращения с отходами Департамента государственной политики и регулирования в сфере обращения с отходами производства и потребления Минприроды России.

Адрес: Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации, 125993, Москва, Большая Грузинская ул., д. 4/6.

E-mail: MKovalenko@mnr.gov.ru

#### **Алексей Викторович Воронов**

лаборант-исследователь центра «Экономика замкнутого цикла» научно-методического центра «Высшая школа тарифного регулирования» высшей школы менеджмента РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Voronov.AV@rea.ru

### **Information about the authors**

#### **Andrey P. Epishov**

Director of the Center "Circular Economy" of the Scientific and Methodological Center "Higher School of Tariff Regulation" of the Graduate School of Management of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Epishov.AP@rea.ru

#### **Maria A. Kovalenko**

Deputy Head of the Department of Informatization in the Field of Waste Management of the Department of State Policy and Regulation in the Field of Waste Management of Production and Consumption of the Ministry of Natural Resources of Russia.

Address: Ministry of Natural Resources and Environment of the Russian Federation, 4/6 Bolshaya Gruzinskaya Str., Moscow, 125993, Russian Federation.

E-mail: MKovalenko@mnr.gov.ru

#### **Alexey V. Voronov**

Laboratory Researcher of the Center "Circular Economy" of the Scientific and Methodological Center "Higher School of Tariff Regulation" of the Graduate School of Management of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Voronov.AV@rea.ru

# ВОПРОСЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СТРАХОВАНИЯ АРКТИЧЕСКИХ НЕФТЕГАЗОДОБЫВАЮЩИХ ШЕЛЬФОВЫХ ПРОЕКТОВ РОССИИ<sup>1</sup>

**О. В. Кудрявцева, Е. В. Серебренников**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,  
Москва, Россия

Статья посвящена вопросам экологического страхования арктических нефтегазодобывающих шельфовых проектов России и нахождению возможных путей его развития. Авторами предложен метод оценки финансового обеспечения мероприятий по ликвидации предполагаемого экологического ущерба при разливах углеводородов на арктических шельфовых нефтегазодобывающих месторождениях, рассмотрены модели нефтеразливов на арктических шельфовых месторождениях «Приразломное» и «Победа», проведена оценка стоимости мероприятий по ликвидации этих происшествий, предложено введение специального индикатора – коэффициента финансовых потерь при нефтеразливе. Эмпирические выводы, полученные методом сравнительного анализа законодательства в области экологии недропользования России, Норвегии, США и Канады, могут применяться для оптимизации текущего российского законодательства и введения обязательного экологического страхования. Данные математического моделирования разливов могут быть использованы страховыми компаниями в рамках вычислений страховых премий, Росприроднадзором при калькуляции штрафов, а также иными надзорными ведомствами при андеррайтинге нефтегазовых арктических проектов.

*Ключевые слова:* добыча углеводородов в Арктике, нефтегазодобывающий комплекс, арктический шельф, риски, моделирование разлива, технологии ликвидации нефтеразлива.

## ECOLOGICAL INSURANCE OF ARCTIC OIL AND GAS PRODUCING SHELF PROJECTS IN RUSSIA

**Olga V. Kudryavtseva, Evgeny V. Serebrennikov**

Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russia

The article deals with problems of ecological insurance of arctic oil and gas producing shelf projects in Russia and possible ways of its development. The authors put forward the method of estimating financial security of operations on eliminating possible ecological damage in case of hydrocarbon spill on arctic shelf oil and gas producing fields and study oil spills on arctic shelf fields 'Prirazlomnoye' and 'Pobeda'. They estimate the cost of measures aimed at elimination of such incidents and propose a special indicator, i.e. financial loss factor for oil spill. Empiric conclusions obtained by comparative analysis of legislation in the field of ecology of entrails use in Russia, Norway, the US and Canada can be used for optimization of the effective Russian legislation and introduction of obligatory ecological insurance. Data of mathematic spill modeling can be applied by insurance companies for calculating insurance premium, by Rosprirodnadzor – for charging penalties and for other supervision bodies – for underwriting oil and gas arctic projects.

*Keywords:* hydrocarbon extraction in Arctic, oil and gas producing complex, arctic shelf, risks, spill modeling, technologies of oil spill elimination.

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена по результатам исследования, выполненного при финансовой поддержке РФФИ, проект № 20-010-00981.

## Введение

Российская нефтегазодобывающая отрасль сегодня – доминанта отечественной экономики, несмотря на зеленую мировую энергетическую повестку. Высокая степень выработки запасов углеводородов на отечественных месторождениях Каспийского, Волго-Уральского, Восточно-Сибирского, Охотского бассейнов, повышенный интерес Норвегии, Канады и США к шельфовым месторождениям в последние десятилетия [2], усиление роли Северного Морского Пути в мировой торговле, волатильная рыночная конъюнктура цен на энергоносители, чувствительная к геополитическим событиям, – все эти факторы определяют необходимость движения отечественной нефтегазодобывающей отрасли в Арктику как задачу стратегического значения для экономики России. На этом фоне значительно возрастает необходимость усиления экологического контроля над недопустимостью техногенных происшествий, связанных с нефтеразливами, и разработки мероприятий по минимизации возможного экологического ущерба [6]. Именно поэтому важность усовершенствования и унификации подходов, регламента российского экологического страхования и экологического законодательства особенно актуализирована в последние годы [3].

Рассмотрению правовых аспектов экологического страхования арктических шельфовых нефтегазодобывающих проектов посвящены работы таких исследователей, как А. П. Анисимов [1], А. К. Криворотов [5]. Экономические аспекты данной проблематики рассмотрены в работах И. А. Филимоновой, В. И. Немова, М. В. Мишенина [8]. Математическое моделирование возможного разлива углеводородов на морской поверхности рассмотрено в статье О. В. Кудрявцевой, С. Н. Бобылева, Е. Ю. Яковлевой [6], а также в работах зарубежных ученых [10; 13].

Цель данного исследования – сравнительный экономико-правовой анализ в области экологии недропользования России,

Норвегии, США и Канады для оптимизации текущего российского законодательства и экологического страхования.

Задачей данного исследования является создание метода возможной оценки финансового обеспечения мероприятий по ликвидации предполагаемого экологического ущерба при разливах углеводородов на арктических шельфовых нефтегазодобывающих месторождениях посредством моделирования возможных нефтеразливов на месторождениях «Приразломное» и «Победа», а также проведение оценки стоимости мероприятий по ликвидации этих происшествий.

## Сравнительный анализ зарубежного опыта экологического страхования арктических нефтегазодобывающих шельфовых проектов и возможности его применения в России

Интересен и показателен опыт экологического страхования нефтегазодобывающих шельфовых проектов стран – участниц Арктического совета<sup>1</sup>, ведущих разработку и добычу в арктической зоне.

Норвегия обладает уникальным по своей эффективности опытом государственного управления нефтегазодобывающей отраслью, основная часть проектов которой располагается в северных и арктических широтах. Норвежское государство, являясь одновременно субъектом публичного права, собственником континентальных и шельфовых недр, выразителем национальных интересов, последовательным сторонником экологического контроля, расширения использования технологий возобновляемых источников энергии и минимизации выбросов вредных веществ в атмосферу и гидросферу, строго контролирует выполнение требований экологической безопасности компаниями еще на этапе представления проектов по шельфовой добыче для последующего получения лицензий на разведку и добычу. Механизм SDFI (State Direct Financial Interest), введенный в 1985 г., обеспечивает

<sup>1</sup> URL: <https://arctic-council.org/ru/>

прямое государственное управление отраслью посредством акционерного участия в подавляющем большинстве добычных проектов, в том числе в проектах на арктическом шельфе.

Норвежский нефтегазодобывающий сектор характеризуется высокой ставкой корпоративного налога на прибыль (порядка 78%), налогом на выброс углекислого газа и сбором за территорию на фоне отсутствия экспортной пошлины и 25% НДС, оплачиваемого лишь при продаже углеводородов внутри страны. В рамках законов 1963, 1975, 1985, 1996 и 1999 гг. «О нефти» компании, стремящиеся участвовать в добычных проектах в рамках частно-государственного партнерства (разработка шельфовых добычных проектов на паевой инвестиционной основе синергии частного и государственного капитала), отвечают инженерно-техническим, технологическим и экологическим требованиям надзорно-регулирующего органа, Нефтяного надзора – подведомственной Министерству нефти и энергетики структуре, осуществляющей экологическое регулирование недропользования, анализ и экспертизу. Необходимым условием подачи заявки компанией на получение лицензии на добычу является заключение договора со страховым брокером в виде частной компании либо P&I клуба (Protection and Indemnity – независимые некоммерческие организации по взаимному страхованию групп отраслевых компаний на паевой основе).

Методика расчета объема страховых взносов и экологических штрафов при происшествиях основывается на предписаниях Нефтяного директората (также структура, входящая в Министерство нефти и энергетики). Таким образом, геологоразведочная, инфраструктурная, добычная и логистическая деятельность компаний, участвующих в норвежских нефтегазодобывающих шельфовых проектах, строго регламентирована кодифицированными государственными правилами. В случае экологических происшествий

обязанность устранения их последствий, как и объемы штрафов, четко определена и становится полной ответственностью частных компаний [5].

В США экологическое законодательство определяется рядом законов в области природопользования и природоохранной деятельности, таких как «Закон о национальной политике в области окружающей среды» 1969 г. (National Environment Policy Act – NEPA) и «Закон о всеобъемлющих мерах по защите окружающей среды, компенсации ущерба и ответственности» 1980 г. (Comprehensive Environmental Response, Compensation, and Liability Act of 1980 – CERCLA). Данные нормы предусматривают обязательный анализ деятельности экономических субъектов, обязанность компаний информирования населения о своих проектах, имеющих риски экологического характера, на федеральном уровне, судебную ответственность за аварии разливов, а также создание экологического Суперфонда – федерального финансового агрегатора средств, которые могут быть использованы при устранении последствий экологических происшествий.

Федеральное агентство США по охране окружающей среды – надзорно-регулирующий орган, который инициирует подачу исковых заявлений в суды местного и федерального уровня в случаях экологических катастроф. Ответственность при этом ложится на виновников – компании, допустившие происшествия, а не на региональные бюджеты – средства налогоплательщиков, что отвечает общественному запросу на рациональное использование природных ресурсов [1]. В соответствии с этими законодательными нормами в рамках прецедентной правовой системы частные нефтегазодобывающие компании США страхуют у брокеров свои проекты по всем типам рисков и особенно тщательно – шельфовые арктические проекты, где доля вероятности возникновения возможной ЧС и ее воздействия на экологию повышена [8].

Деятельность американских нефтегазодобывающих компаний облагается налогом на прибыль и роялти – 35 и 12,5% соответственно. Также компании в США обязаны выплачивать бонусы за лицензии на разработку территорий и добычу на них.

В Канаде недра континентального шельфа находятся в ведении федерального правительства [15], а лицензирование разведки и добычи углеводородов осуществляется Министерством природных ресурсов Канады на конкурсной основе (открытие крупных месторождений – в порядке исключительного права). Роялти и налог на прибыль (по ставке 30 и 26% соответственно) аналогичны системе США.

Экологическое страхование канадских нефтегазодобывающих проектов обязательно в рамках законов «Об охране окружающей среды» 1988 г., «Об экологической экспертизе» 1992 г. и «Об экологической оценке» 2012 г.<sup>1</sup> За деятельностью компаний предусматривается контроль на региональном (органами власти провинций) и федеральном (Агентством по экологической экспертизе) уровне. Вынесение решения по оценке экологического ущерба при происшествиях осуществляется в порядке судебного арбитража в рамках указанных в законе положений.

Таким образом, рассмотрев особенности экологического страхования в Норвегии, США и Канаде, авторы выявили следующие тенденции:

1. Экологическое страхование нефтегазодобывающих шельфовых проектов в Норвегии, США и Канаде обязательно для получения лицензии на геологоразведку и добычу в рамках текущего законодательства.

2. Возникновение ЧС экологического характера при добыче углеводородов на шельфе является причиной исковых претензий и повсеместного судебного разбирательства между государственными надзорно-регулирующими органами и частными компаниями в данных странах.

<sup>1</sup> URL: <https://laws-lois.justice.gc.ca/PDF/C-15.21.pdf> (дата обращения: 23.03.2022).

Объектами арбитража являются величина экологического штрафа и обязательства компании-ответчика по устранению ущерба.

3. Экологическое право и система обязательного страхования в указанных странах строго детерминированы рядом законодательных актов.

В России понятие экологического риска, зафиксированное в Федеральном законе от 10 января 2002 г. № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды», отражает вероятностную природу случайного события, приводящего к негативным последствиям для природы и человека, но не позволяет оценить саму вероятность его наступления, как и величину экологического ущерба (прямого и косвенного), что открывает возможности для компаний по уклонению от страховой ответственности и возмещения ущерба.

Государственный экологический контроль в России осуществляется Федеральной службой по надзору в сфере природопользования (Росприроднадзор), находящейся в ведении Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации.

По закону «Об охране окружающей среды» возмещение вреда от экологического загрязнения лежит в рамках добровольной инициативы или судебного решения; сумма штрафов начисляется пропорционально убыткам компании (упущенная выгода, инфраструктурные потери) и затратам на восстановительные мероприятия. При отсутствии проектов на восстановление калькуляция штрафов производится по методикам государственных надзорных органов в области охраны окружающей среды, в частности, Федеральной службы по надзору в сфере природопользования.

Методические рекомендации, одобренные Росприроднадзором, составляются частными компаниями<sup>2</sup>, разнородны по

<sup>2</sup> URL: [https://www.mnr.gov.ru/docs/metodiki\\_rascheta\\_vybrosov\\_vrednykh\\_zagryaznyayushchikh\\_ve\\_shchestv\\_v\\_atmosfernyy\\_vozdukh\\_statsionarn/perechen/](https://www.mnr.gov.ru/docs/metodiki_rascheta_vybrosov_vrednykh_zagryaznyayushchikh_ve_shchestv_v_atmosfernyy_vozdukh_statsionarn/perechen/) (дата обращения: 25.03.2022).

содержанию, не имеют общего математического подхода и, как следствие, достаточно дискуссионны в плане арбитража. Более того, добровольная основа экологического страхования для нефтегазодобывающих компаний, закрепленная в текущей форме законодательства, вовсе не является драйвером для развития такового, как и отсутствие четко сформулированной экономико-правовой базы для возмещения экологического ущерба (сложно представить на текущий момент исковое заявление по возмещению ущерба от экологического происшествия со стороны органов региональной власти к государственным нефтегазодобывающим компаниям с вертикальной интеграцией).

В соответствии с требованиями Федерального закона от 27 июля 2010 г. № 225-ФЗ «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельца опасного объекта за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте» нефтегазодобывающие компании должны проводить экологическую оценку своей хозяйственной деятельности. Договоры страхования являются добровольными и служат дополнением к договорам обязательного страхования гражданской ответственности владельца опасного объекта (в данном случае – участка добычи). При этом договором добровольного страхования покрывается ответственность, незастрахованная в рамках обязательного страхования гражданской ответственности за причинение вреда в результате аварии на опасном объекте, а также ответственность за вред в результате аварии, величина ущерба от которого превышает лимиты ответственности по обязательному страхованию, если лимит ответственности по договорам обязательного страхования исчерпан, однако на практике страховые компании совершенно неохотно реализуют эти выплаты, интерпретируя это как не входящие в договоры страхования случаи.

В 2020 г. были приняты изменения в закон «Об экологической экспертизе» в Рос-

сийской Федерации<sup>1</sup>, в рамках которых на законодательном уровне была отменена необходимость государственной экологической экспертизы на участках арктической шельфовой добычи.

Исходя из вышесказанного, мероприятия по предупреждению и ликвидации нефтеразливов, требующие значительных инвестиций с учетом повышенной сложности мероприятий по ликвидации разливов в арктических широтах, являются прерогативой государственного бюджета, а следовательно, оплачиваются налогами рядовых граждан, что вовсе не отвечает социальному запросу. Отсюда логичной выглядит необходимость введения обязательного экологического страхования российских шельфовых нефтегазодобывающих арктических проектов, прошедших уже процедуру получения лицензии на геологоразведочные работы и добычу, а также всех последующих, в том числе закрепление за компаниями обязательств по предотвращению и устранению возможного экологического ущерба.

#### **Методы возможной оценки финансового обеспечения мероприятий по ликвидации предполагаемого экологического ущерба при разливах углеводородов на арктических шельфовых нефтегазодобывающих проектах**

Как уже было отмечено, создание методологии расчета экологического ущерба возможных происшествий на арктических шельфовых территориях особенно актуально сегодня. Постановлением Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации от 31 декабря 2020 г. № 1139 «Методика расчета финансового обеспечения осуществления мероприятий, предусмотренных планом предупреждения и ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов, включая возмещение в полном объеме вреда, причиненного окружающей среде, жизни, здоровью

<sup>1</sup> URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202107020088> (дата обращения: 03.04.2022).

и имуществу граждан, имуществу юридических лиц в результате разливов нефти и нефтепродуктов» размер финансового обеспечения мероприятий по ликвидации аварий разливов нефти определяется по формуле

$$F = V_1 \cdot P_1 + V_2 \cdot P_2 + \dots + V_i \cdot P_i + \dots + V_n \cdot P_n,$$

где  $F$  – сумма финансового обеспечения, руб.;

$V_i$  – объем работ на выполнение  $i$ -го мероприятия, который необходимо провести для предупреждения и ликвидации разлива нефти и нефтепродуктов в соответствии с планом предупреждения и ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов;

$P_i$  – стоимость единицы объема работ (услуг) на выполнение  $i$ -го мероприятия по предупреждению и ликвидации разлива нефти и нефтепродуктов в соответствии с планом предупреждения и ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов. Этот показатель определяется из расходов на соответствующие работы (услуги) по стоимости, сложившейся в субъектах Российской Федерации, включающих собственные расходы организации на закупку необходимых материалов и оборудования, расходы на оплату работ (услуг) специализированных экспертных организаций по локализации и ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов (в том числе расходы на оплату работ (услуг) аварийно-спасательных служб и аварийно-спасательных формирований);

$n$  – количество мероприятий в соответствии с планом предупреждения и ликвидации разливов нефти и нефтепродуктов, требующих финансовых затрат.

Общность данной модели характеризуется отсутствием конкретного, прикладного описания составляющих подсчета затрат на мероприятия по ликвидации нефтеразливов, что оставляет пространство для маневра со стороны компаний-виновников для недобросовестного отношения к экологическому контролю, имитации мероприятий по предотвращению и ликвидации возможных происшествий, минимизации инвестиций в природоохранную отрасль.

Нами предлагается следующая методика расчета возможной оценки финансового обеспечения мероприятий по ликвидации предполагаемого экологического ущерба при разливе углеводородов на арктическом шельфовом нефтегазодобывающем проекте:

$$F = V_1 \cdot P_1 + V_2 \cdot P_2 + V_3 \cdot P_3,$$

где  $F$  – сумма финансового обеспечения, руб.;

$V_1$  – временной промежуток необходимого фрахта траловых кораблей боновых заграждений и сбора продуктов разлива, оборудованных скиммерами, размельчающими ледовую массу, пропитанную жидкой нефтью (время использования в часах);

$P_1$  – стоимость фрахтового договора для данного происшествия, измеряемая по формуле  $P_1 = p \cdot N$ , где  $p$  – цена фрахта одного судна за единицу времени, руб.;  $N$  – количество необходимых кораблей;

$V_2$  – временной промежуток необходимого фрахта подводных носителей и боновых заграждений для сбора продуктов разлива (время использования в часах);

$P_2$  – стоимость фрахтового договора аренды подводных носителей и боновых заграждений для данного происшествия, руб.;

$V_3$  – количество необходимых для данного происшествия химических реагентов расщепления нефтепродуктов (диспергентов в килограммах);

$P_3$  – рыночная/оптовая стоимость диспергентов (рублей за килограмм).

Рассмотрим более подробно формирование значений  $V_1$ ,  $V_2$  и  $V_3$ . Эти величины являются следствием параметров нефтеразлива: радиуса, площади покрытия, количества выбросов, временной динамики распространения. Для оценки динамики распространения возможного нефтеразлива на арктическом шельфовом нефтегазодобывающем месторождении возможно использование частного решения задачи из прикладной механики жидкости. Система уравнений, включающая уравнение непрерывности, закон Дарси и уравнение

состояния сжимаемости среды от давления, задает функцию радиуса распространения нефтяного пятна в зависимости от нескольких параметров:

$$r^2 = -H^2 + 4at \cdot \ln\left(\frac{q}{\pi \cdot \varepsilon \cdot 4at}\right),$$

где  $H$  – высота источника разлива нефти;

$a$  – коэффициент пьезопроводности;

$t$  – время, прошедшее с момента начала неконтролируемого выхода жидких углеводородов на морскую поверхность;

$q$  – средний объем нефти, вытекающий из источника за единицу времени (дебит скважины);

$\pi$  – константа (3,1415926);

$\varepsilon$  – коэффициент скорости поглощения нефти твердой фазой [13. – С. 153–162].

Используя данное уравнение с подстановкой соответствующих данному месторождению коэффициентов, можно осуществить математическое моделирование динамики распространения нефтяного пятна во времени, его радиуса и площади.

Нами предлагается введение специального индикатора – коэффициента финансовых потерь при нефтеразливе, вычисляемого по формуле

$$K = \frac{F}{V \cdot P \cdot T},$$

где  $F$  – итоговая стоимость технологий по устранению нефтеразлива;

$V$  – объем разлива, м<sup>3</sup>;

$P$  – равновесная среднегодовая биржевая стоимость данной марки нефти, USD;

$T$  – равновесный среднегодовой биржевой курс национальной валюты, к USD.

Данный показатель может служить сравнительным индикатором финансовых потерь компаний при нефтеразливах, статистическим показателем для создания единой эколого-экономической базы данных о происшествиях, учитываться страховыми брокерами при составлении договоров и государственными органами экологического надзора при вынесении штрафов.

В качестве примеров рассмотрим нефтедобычу на морской ледостойкой стационарной платформе (МЛСП) «Приразломная», находящейся на шельфе Печорского моря в 60 километрах от береговой линии (проект ПАО «Газпром», добыча начата в декабре 2014 г.), и добычу нефти на Восточно-Приновоземельском месторождении «Победа», скважина Университетская-1 (проект ПАО «НК «Роснефть», добыча ведется с сентября 2014 г.), находящемся на территории Карского моря в 250 километрах от материковой зоны (табл. 1). Эти проекты уникальные, пионерские для мировой нефтегазодобывающей отрасли в плане сложности климатических условий, северной широтности. Это одни из немногих функционирующих на сегодняшний момент арктических шельфовых проектов полного цикла: бурение, добыча, хранение, подготовка и отгрузка на нефтеналивные суда.

Таблица 1

Сравнение месторождений «Приразломное» и «Победа» по геофизическим характеристикам и параметрам добычи\*

Месторождение	Геофизические характеристики	Параметры добычи
«Приразломное», проект ПАО «Газпром»	Глубина моря – 19–20 м Объем запасов – более 70 млн т	$H = 0,01$ м $q = 0,175$ м <sup>3</sup> /с $\varepsilon = 1,8 \cdot 10^{-7}$ м <sup>3</sup> /с $a = 5 \cdot 10^{-4}$ м <sup>2</sup> /с (плейстоценовый известняк)
«Победа», проект ПАО «НК «Роснефть»	Глубина моря – 80–90 м Объем запасов – более 100 млн т	$H = 0,01$ м $q = 0,325$ м <sup>3</sup> /с $\varepsilon = 2,2 \cdot 10^{-7}$ м <sup>3</sup> /с $a = 6,5 \cdot 10^{-4}$ м <sup>2</sup> /с (юрский мел)

\* Составлено по: URL: <https://www.gazprom.ru/projects/prirazlomnoye/>; URL: <https://www.rosneft.ru/business/Upstream/offshore/> (дата обращения: 05.03.2022).

Подставим табличные значения и параметры месторождений в формулу, используя прикладную программу Wolfram Alpha. Получаем графики функциональ-

ной зависимости радиуса растекания нефтеразливов на месторождениях «Приразломное» и «Победа» (рис. 1 и 2).

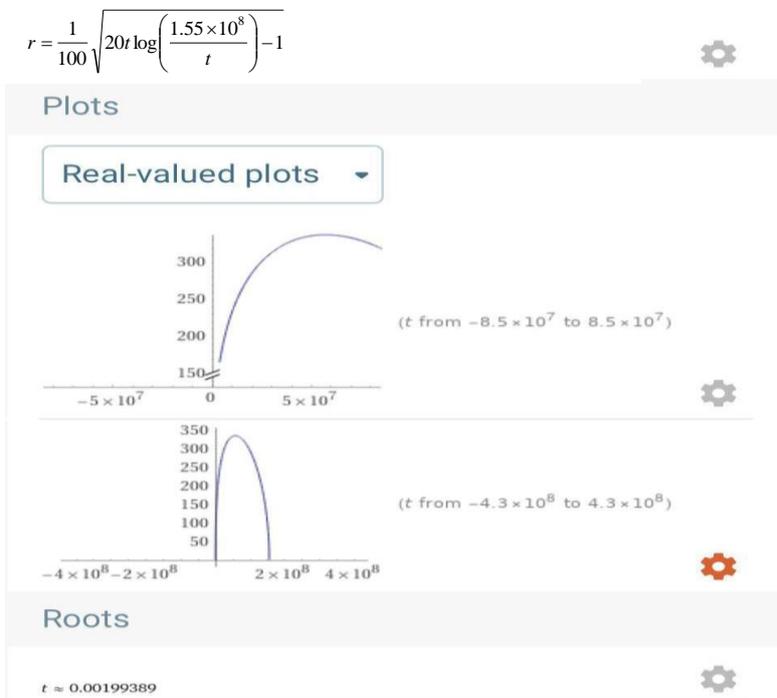


Рис. 1. График функциональной зависимости радиуса растекания нефтяного пятна на месторождении «Приразломное»

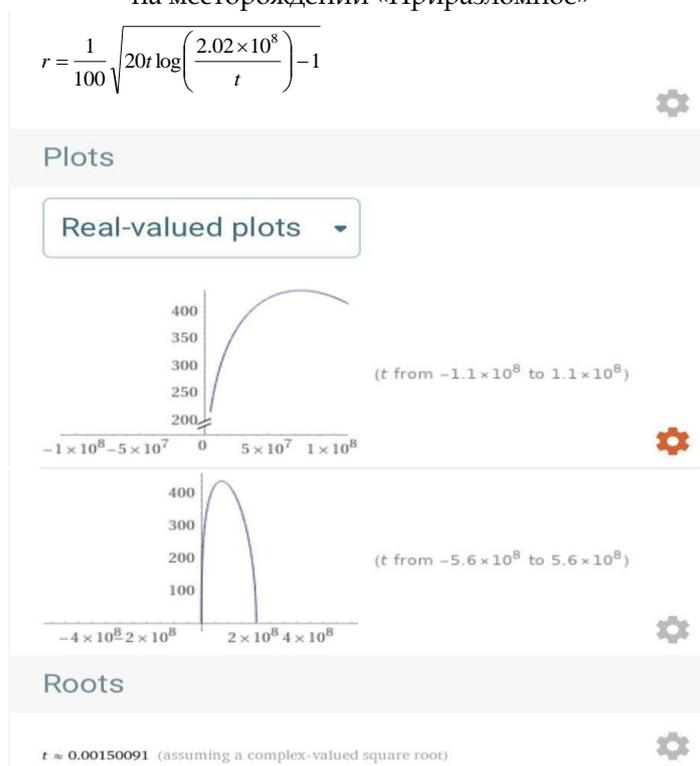


Рис. 2. График функциональной зависимости радиуса растекания нефтяного пятна на месторождении «Победа»

Итерационный шаг по времени  $t = 0,002$  с. График для месторождения «Приразломное» показывает практически линейное увеличение радиуса нефтеразлива в первые 12 часов с момента начала, достигая значений 280–300 м, в последующие 16 часов рост замедляется практически до константных значений в пределах 320–330 метров и далее практически не меняется.

График для месторождения «Победа» характеризуется практически линейным ростом радиуса растекания – 310–320 метров в течение первых 12 часов инцидента, в последующие 22 часа динамика роста радиуса пятна также замедляется, достигает значений 420–430 метров и далее близка к константному. Убывание функции по достижении точки максимума в обоих случаях – функциональный виток в рамках математической модели, в практическом смысле для нас представляет интерес отсутствие дальнейшего роста функции [10].

Допущение математической модели – гипотеза о строгой горизонтальности положения ледовой обстановки, однородных свойств льда по поверхности, константности дебита скважин. Табличные коэффициенты пьезопроводности, скорости поглощения нефти ледовой поверхностью взяты по

средним характеристикам физико-геологических свойств шельфовых отложений дна и ледовой обстановки поверхности Печорского и Карского морей (плейстоценовый известняк на «Приразломном» и триасовый мел на «Победе») [9].

Наиболее эффективный метод ликвидации разливов в данных широтах – механический метод с использованием подвижных скиммеров для сбора, диспергентов для переработки и смыва нефтепродуктов в ледовой обстановке, а также подводных носителей в качестве сборных емкостей [4]. Учитывая среднюю плотность нефтеконденсата [7] порядка  $800 \text{ кг/м}^3$ , дебит скважин, время растекания, объем разлива нефти представляет ЧС федерального значения в обоих рассмотренных случаях. Исходя из рыночной ценовой конъюнктуры фрахта (Архангельск), аренды оборудования для сбора нефти в акватории Российской Арктики (Архангельск, Новый Уренгой, Нарьян-Мар), среднерыночной стоимости химических диспергентов ( $400 \text{ руб./кг} \cdot \text{м}^2$ ), авторами был осуществлен расчет средней стоимости мероприятий по ликвидации предполагаемого экологического ущерба, представленный в табл. 2 и 3.

Т а б л и ц а 2

## Стоимость технологий устранения нефтеразлива на месторождении «Приразломное»

Название технологий и оборудования	Объем работ	Стоимость, тыс. руб.
Траловые суда, оборудованные скиммерами, $V_1$	Площадь – 342 000 м <sup>2</sup> Время разлива – 28 часов Радиус – 330 м Масса нефти – 14 112 т Объем – 17 640 м <sup>3</sup>	302 880
Подводные носители и боновые заграждения, $V_2$	Площадь – 342 000 м <sup>2</sup> Глубина – 5,2 см	43 000
Диспергенты переработки, $V_3$	Площадь – 342 000 м <sup>2</sup>	79 800
Итого		425 680

Т а б л и ц а 3

## Стоимость технологий устранения нефтеразлива на месторождении «Победа»

Название технологий и оборудования	Объем работ	Стоимость, тыс. руб.
Траловое судно, оборудованное скиммерами, $V_1$	Площадь – 1 270 000 м <sup>2</sup> Время разлива – 44 часа Радиус – 640 м Масса нефти – 72 800 т Объем – 91 100 м <sup>3</sup>	1 771 563
Подводные носители и боновые заграждения, $V_2$	Площадь – 1 270 000 м <sup>2</sup> , Глубина – 6,4 см	287 950
Диспергенты переработки, $V_3$	Площадь – 1 270 000 м <sup>2</sup>	431 365
Итого		2 490 878

Итоговые величины, указанные в таблицах, не включают зарплатный фонд, страховые платежи и учет возможных штрафов со стороны Росприроднадзора, функционирующего в контексте текущих методик.

Размер ожидаемых страховых выплат, определяемый рекомендациями Международной конвенции о гражданской ответственности за ущерб от загрязнения нефтью (CLC 92)<sup>1</sup>, составляет 400 SDR (специального права заимствования за тонну выбросов) для показателей модели разлива на «Приразломном», т. е. 914 458 тыс. рублей, на месторождении «Победа» – 2 400 SDR, что эквивалентно сумме 5 456 748 тыс. рублей.

Рыночная стоимость финансовых потерь разлива нефтепродуктов составляет в среднем 127 008 тыс. рублей для месторождения «Приразломное» ( $K = 3,4$ ) и 655 920 тыс. рублей для месторождения «Победа» ( $K = 3,8$ ), где равновесная среднегодовая биржевая стоимость данной марки нефти – 80 USD, равновесный среднегодовой биржевой курс национальной валюты – 0,013 USD<sup>2</sup>.

С учетом существенной волатильности ценообразования на мировом нефтегазовом рынке [14], тесно связанном с непредсказуемым природным и геополитическим климатом [11], полученные значения являются показательным доводом для создания государственного экологического финансового фонда, средства из которого могут быть использованы для осуществления мероприятий по ликвидации разливов федерального значения (существует вероятность повторения рыночной ситуации мая 2020 г., когда фьючерсная стоимость нефти WTI впервые в истории достигла отрицательных значений – 38 USD за баррель [12], что может стать веской причиной

для нехватки средств экологического фонда компаний на ликвидацию аварий разливов нефти).

### Заключение

Сравнительный анализ зарубежного опыта экологического страхования арктических нефтегазодобывающих шельфовых проектов в Норвегии, Канаде и США показал эффективность в сфере государственного регулирования природопользования и экологического права.

Нами предложен метод возможной оценки финансового обеспечения мероприятий по ликвидации предполагаемого экологического ущерба при разливах углеводородов на арктических шельфовых нефтегазодобывающих месторождениях, рассмотрены модели нефтеразливов на месторождениях «Приразломное» и «Победа», проведена оценка стоимости мероприятий по ликвидации этих происшествий, предложено введение специального индикатора – коэффициента финансовых потерь при нефтеразливе.

Исходя из нашего исследования предлагаются следующие нововведения, реализация которых может привести к значительному мультипликативному экологическому эффекту на российских арктических шельфовых нефтегазодобывающих месторождениях:

1. На законодательном уровне закрепить обязательность экологического страхования шельфовых нефтегазодобывающих арктических проектов, как прошедших процедуру получения лицензии на геологоразведочные работы и добычу, так и всех последующих.

2. На законодательном уровне закрепить за компаниями обязательства по предотвращению и устранению возможного экологического ущерба.

3. Создать единую открытую базу статистических данных по экологическим катастрофам.

4. Создать единую государственную систему методов оценки предполагаемого экологического ущерба и его устранения

<sup>1</sup> URL: [https://www.imo.org/en/About/Conventions/Pages/International-Convention-on-Civil-Liability-for-Oil-Pollution-Damage-\(CLC\).aspx](https://www.imo.org/en/About/Conventions/Pages/International-Convention-on-Civil-Liability-for-Oil-Pollution-Damage-(CLC).aspx) (дата обращения: 11.03.2022).

<sup>2</sup> URL: <https://yandex.ru/news/quotes/1006> (дата обращения: 27.03.2022).

взамен существующему набору независимых методических рекомендаций, одобренных Росприроднадзором.

5. Создать государственную систему фискальных и конкурсно-лицензионных поощрений для нефтегазодобывающих компаний, разрабатывающих арктические шельфовые проекты, придерживающихся высоких стандартов экологического контроля при минимальном уровне происшествий, неконтролируемых выбросов, разливов и эффективной утилизации шламов.

6. Создать государственный экологический финансовый фонд средств, которые могут быть использованы при ликвидации разливов федерального значения.

Эмпирические выводы, полученные методом сравнительного анализа, могут применяться для оптимизации текущего российского законодательства в области природопользования и экологического страхования.

### Список литературы

1. Анисимов А. П. Развитие экологического страхования в США: проблемы и перспективы // Вестник Саратовского университета. Серия: Экономика. Управление. Право. – 2020. – Т. 20. – № 3. – С. 301–309.
2. Арктические стратегии: энергетика, безопасность, экология, климат. – М. : МШУ «Сколково», 2020. – Т. 1.
3. Бобылев С. Н. Устойчивое развитие: новое видение будущего? // Вопросы политической экономики. – 2020. – № 1 (21). – С. 67–83.
4. Кандауров А. П. Промышленная и экологическая безопасность на арктическом шельфе: технологии, разработки, оборудование. – URL: <https://neftegaz.ru.turbopages.org/turbo/neftegaz.ru/s/science/ecology/331531-promyshlennaya-i-ekologicheskaya-bezopasnost-na-arkticheskom-shelfe-tekhnologii-razrabotki-oborudova/> (дата обращения: 11.03.2022).
5. Криворотов А. К. Норвежская модель управления нефтегазовым комплексом // Энергетическая политика. – 2020. – № 2 (144). – С. 44–57.
6. Кудрявцева О. В., Бобылев С. Н., Яковлева Е. Ю. Regional Priorities of Green Economy // Экономика региона. – 2015. – № 2. – С. 148–159.
7. Плотность пластовой нефти. – URL: <https://neftegaz.ru.turbopages.org/turbo/neftegaz.ru/s/tech-library/ngk/148228-plotnost-plastovoy-nefti/> (дата обращения: 14.03.2022).
8. Филомонова И. А., Немов В. И., Мишенин М. В. Современные тенденции развития мирового рынка нефти // Нефтегазовая вертикаль. – 2021. – № 15. – С. 36–45.
9. Эмих В. Н. Фильтрация из подпочвенных источников // Известия Российской академии наук. Механика жидкости и газа. – 1999. – № 2. – С. 72–85.
10. Daming L., Tang X., Li Y., Wang X., Zhang H. Mathematical Modeling of Marine Oil Spills in the Luanjiakou District, near the Port of Yantai // Discrete Dynamics in Nature and Society. – 2018. – January. – P. 1–22.
11. Fanzeres J. Oil Jumps Back Above \$100 as Russia Casts Doubt on Ukraine Talks. – URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-17/oil-edges-higher-after-three-day-slide-as-volatility-continues>
12. Lee N. How Negative oil Prices Revealed the Dangers of the Futures Market. – URL: <https://www.cnbc.com/2020/06/16/how-negative-oil-prices-revealed-the-dangers-of-futures-trading.html>
13. Muangu Z., Popova A. A. Modelling of oil Pollution of Arctic Sea coastal areas // Civil Aviation High Technologies. – 2017. – N 20 (2). – P. 153–162.

14. *Pobinson M.* Oil is Likely to Remain Volatile and Expensive as the World Deals with Supply Shortages. – URL: <https://www.streetregister.com/2022/03/21/oil-is-likely-to-remain-volatile-and-expensive-as-world-deals-with-supply-shortages/>

15. *Stephen K.* Canada in the Arctic – Arctic Oil and Gas: Reserves, Activities, and Disputes. – URL: <https://www.thearcticinstitute.org/canada-arctic-oil-gas-part1/>

#### References

1. Anisimov A. P. Razvitie ekologicheskogo strakhovaniya v SShA: problemy i perspektivy [The Development of Ecological Insurance in the US: Challenges and Prospects]. *Vestnik Saratovskogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo* [Bulletin of the Saratov University. Series: Economics. Management. Law], 2020, Vol. 20, No. 3, pp. 301–309. (In Russ.).

2. Arkticheskie strategii: energetika, bezopasnost, ekologiya, klimat [Arctic Strategies: Power Engineering, Security, Ecology, Climate]. Moscow, MShU «Skolkovo», 2020, Vol. 1. (In Russ.).

3. Bobylev S. N. Ustoychivoe razvitie: novoe videnie budushchego? [Sustainable Development: New Vision of the Future]. *Voprosy politicheskoy ekonomii* [Issues Political Economics], 2020, No. 1 (21), pp. 67–83. (In Russ.).

4. Kandaurov A. P. Promyshlennaya i ekologicheskaya bezopasnost na arkticheskom shelfe: tekhnologii, razrabotki, oborudovanie [Industrial and Ecological Security on Arctic Shelf: Technologies, Development, Equipment]. (In Russ.). Available at: <https://neftegaz-ru.turbopages.org/turbo/neftegaz.ru/s/science/ecology/331531-promyshlennaya-i-ekologicheskaya-bezopasnost-na-arkticheskom-shelfe-tekhnologii-razrabotki-oborudova/> (accessed 11.03.2022).

5. Krivorotov A. K. Norvezhskaya model upravleniya neftegazovym kompleksom [Norwegian Model of Managing Oil and Gas Complex]. *Energeticheskaya politika* [Power Policy], 2020, No. 2 (144), pp. 44–57. (In Russ.).

6. Kudryavtseva O. V., Bobylev S. N., Yakovleva E. Yu. Regional Priorities of Green Economy [Regional Priorities of Green Economy]. *Ekonomika regiona* [Region Economy], 2015, No. 2, pp. 148–159. (In Russ.).

7. Plotnost plastovoy nefti [Density of Base Oil]. (In Russ.). Available at: <https://neftegaz-ru.turbopages.org/turbo/neftegaz.ru/s/tech-library/ngk/148228-plotnost-plastovoy-nefti/> (accessed 14.03.2022).

8. Filimonova I. A., Nemov V. I., Mishenin M. V. Sovremennyye tendentsii razvitiya mirovogo rynka nefti [Current Trends of Developing Global Crude Oil Market]. *Neftegazovaya vertical* [Oil and Gas Vertical], 2021, No. 15, pp. 36–45. (In Russ.).

9. Emikh V. N. Filtratsiya iz podpochvennykh istochnikov [Filtration from Subsoil Sources]. *Izvestiya Rossiyskoy akademii nauk. Mekhanika zhidkosti i gaza* [Izvestiya of the Russia Academy of Sciences. Mechanics of Liquid and Gas], 1999, No. 2, pp. 72–85. (In Russ.).

10. Daming L., Tang X., Li Y., Wang X., Zhang H. Mathematical Modeling of Marine Oil Spills in the Luanjiakou District, near the Port of Yantai. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 2018, January, pp. 1–22.

11. Fanzeres J. Oil Jumps Back Above \$100 as Russia Casts Doubt on Ukraine Talks. Available at: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-03-17/oil-edges-higher-after-three-day-slide-as-volatility-continues>

12. Lee N. How Negative oil Prices Revealed the Dangers of the Futures Market. Available at: <https://www.cnbc.com/2020/06/16/how-negative-oil-prices-revealed-the-dangers-of-futures-trading.html>

13. Muangu Z., Popova A. A. Modelling of oil Pollution of Arctic Sea coastal areas. *Civil Aviation High Technologies*, 2017, No. 20 (2), pp. 153–162.

14. Robinson M. Oil is Likely to Remain Volatile and Expensive as the World Deals with Supply Shortages. Available at: <https://www.streetregister.com/2022/03/21/oil-is-likely-to-remain-volatile-and-expensive-as-world-deals-with-supply-shortages/>

15. Stephen K. Canada in the Arctic – Arctic Oil and Gas: Reserves, Activities, and Disputes. Available at: <https://www.thearcticinstitute.org/canada-arctic-oil-gas-part1/>

#### Сведения об авторах

##### **Ольга Владимировна Кудрявцева**

доктор экономических наук,  
профессор кафедры  
экономики природопользования  
экономического факультета  
МГУ имени М. В. Ломоносова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Московский  
государственный университет имени  
М. В. Ломоносова», 119991, Москва,  
Ленинские горы, д. 1, стр. 46.  
E-mail: [olgakud@mail.ru](mailto:olgakud@mail.ru)

##### **Евгений Владимирович Серебrenников**

аспирант кафедры  
экономики природопользования  
экономического факультета  
МГУ имени М. В. Ломоносова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Московский  
государственный университет имени  
М. В. Ломоносова», 119991, Москва,  
Ленинские горы, д. 1, стр. 46.  
E-mail: [e.v.serebrennikov@gmail.com](mailto:e.v.serebrennikov@gmail.com)

#### Information about the authors

##### **Olga V. Kudryavtseva**

Doctor of Economics, Professor  
of the Department of Environmental Economics  
of the Faculty of Economics  
of the Lomonosov MSU.  
Address: Federal State Educational Institution  
of Higher Professional Education Lomonosov  
Moscow State University, 46 building,  
1 Leninskie gory, Moscow, 119991,  
Russian Federation.  
E-mail: [olgakud@mail.ru](mailto:olgakud@mail.ru)

##### **Evgeny V. Serebrennikov**

Post-Graduate Student of the Department  
of Environmental Economics of the Faculty  
of Economics of the Lomonosov MSU.  
Address: Federal State Educational Institution  
of Higher Professional Education Lomonosov  
Moscow State University, 46 building,  
1 Leninskie gory, Moscow, 119991,  
Russian Federation.  
E-mail: [e.v.serebrennikov@gmail.com](mailto:e.v.serebrennikov@gmail.com)



# КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ РЕГИСТРИРУЕМОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ В РЕГИОНЕ

**Л. В. Портнова**

Оренбургский филиал Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, Оренбург, Россия

Актуальность темы исследования определяется тем, что в последние несколько лет рынок труда каждого региона и России в целом находится в состоянии турбулентности вследствие изменяющихся экономических условий. Он всегда остро реагирует на все изменения, происходящие в сфере экономики. В статье представлены результаты дифференциации городов и городских округов Оренбургской области по уровню регистрируемой безработицы в 2017 и 2020 гг. Выбор временных отрезков для исследования обусловлен изменениями на рынке труда региона, связанными с переходом к цифровизации, а также влиянием разного рода кризисных явлений в экономике. Расчет показателей вариации позволил утверждать о неоднородности совокупности городов и городских округов Оренбуржья. В ходе кластерного анализа получены группы административных территорий Оренбургской области, характеризующихся высоким, средним и низким уровнем индикаторов регистрируемой безработицы. Выявлены несущественные изменения в составе кластеров. Результаты сравнения кластер-групп могут быть взяты за основу при разработке региональной политики занятости с целью сглаживания различий городов и городских округов Оренбургской области по основным индикаторам развития данной сферы экономики.

*Ключевые слова:* Оренбургская область, рынок труда, вариация, кластерный анализ.

## CLUSTER APPROACH TO ANALYZING REGISTERED UNEMPLOYMENT IN THE REGION

**Lidiya V. Portnova**

Orenburg branch of the Plekhanov Russian University of Economics, Orenburg, Russia

The topic of the research is acute due to the fact that for a couple of years labour market of each region and Russia as a whole has been suffering turbulence because of changes in economic situation. It always responds sharply to all changes taking place in the field of economy. The article provides results of differentiation of cities and city districts of the Orenburg region by registered unemployment rate in 2017 and 2020. The choice of time slots for the research is stipulated by changes in regional labour market connected with the pass-over to digitalization, as well as impact of crisis events in economy. Estimation of varying parameters allows us to see heterogeneity in cities and city districts of Orenburzhiya. As a result of cluster analysis groups of administrative territories of the Orenburg region were found that are characterized by high, average and low level of registered unemployment indicators. Slight changes in cluster structure were identified. Results of cluster-groups comparison can be used as a foundation for devising regional employment policy aiming at smoothing differences between cities and city districts in the Orenburg region by key indicators of this sphere of economy development.

*Keywords:* the Orenburg region, labour market, variants, cluster analysis.

Обязательным элементом рыночной экономики всегда выступает безработица как промежуточное звено в цепочке процесса рекомбинации трудовых ресурсов из депрессирующих сфер эконо-

мики в развивающиеся. Безработица способствует потерям общегосударственного продукта в натуральной и денежной форме не только в рамках регионов, но и всей страны в целом вследствие неполного ис-

пользования производственного и человеческого капитала общества [3. – С. 24].

Особую актуальность в настоящее время приобретает изучение дифференциации регионов России по уровню регистрируемой безработицы через построение кластеров как одной из форм организации и развития социально-экономического пространства региона [1. – С. 12].

Объектом нашего исследования выступают города и городские округа Оренбургской области, которая относится к регионам с диверсифицированной экономикой с преобладанием сельскохозяйственного производства. Вместе с тем в ней есть и различные промышленные объекты, влияющие на уровень занятости населения [2. – С. 38].

С целью оценки степени различия административных территорий Оренбургской области по уровню регистрируемой безработицы осуществлена кластер-процедура с помощью универсальной интегрированной системы ППП STATISTICA на основе индикаторов, характеризующих регистрируемую безработицу.

В качестве индикаторов были взяты:

Z1 – численность безработных, которым назначено пособие по безработице, на конец года;

Z2 – численность ищущих работу граждан, не занятых трудовой деятельностью, на конец года;

Z3 – численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости населения.

Оценка пространственной вариации осуществляется с помощью коэффициента вариации (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Динамика коэффициента пространственной вариации уровня регистрируемой безработицы в городах и городских округах Оренбургской области**

Индикатор	2017, %	2020, %
Z1	39,9	46,1
Z2	45,9	45,4
Z3	43,9	45,3

Коэффициент вариации по рассчитанным показателям больше 33%. Это позволяет сделать вывод, что исследуемые совокупности городов и городских округов Оренбуржья являются неоднородными, средние значения индикаторов рынка регистрируемой безработицы Z1–Z3 для них не характерны [4. – С. 159]. Для получения однородных групп была выполнена кластер-процедура методом *k*-средних.

Оценка вариации индикаторов, характеризующих регистрируемую безработицу в 2017 и 2020 гг., осуществлена по 12 муниципальным образованиям (МО), включающим города и городские округа Оренбургской области.

По результатам многомерной группировки для каждого года получено по 3 кластера, определяющих специфику экономической ситуации на регистрируемом рынке труда в регионе.

Так, в 2017 г. в первый кластер вошли 3 МО (25% от общего числа) (табл. 2). Основу экономического потенциала территорий первого кластера составляют промышленные предприятия и сельскохозяйственные организации. Регионы этого кластера занимают выгодное экономико-географическое положение, располагаясь на пересечении транспортных путей железнодорожного и автомобильного сообщения [5. – С. 410].

Т а б л и ц а 2

**Результаты кластер-процедуры по данным за 2017 г.**

Кластер-группа 1	Кластер-группа 2	Кластер-группа 3
Новотроицк; Орск; Сорочинский ГО	Оренбург	Абдулинский ГО; Бутуруслан; Бузулук; Гайский ГО; Кувандыкский ГО; Медногорск; Соль-Илецкий ГО; Ясненский ГО

Второй кластер является самым немногочисленным, к нему был отнесен один МО – город Оренбург. Причина этого –

существенное превосходство данной территории, являющейся центром Оренбуржья.

Третий кластер – самый многочисленный – включает 8 МО (67% от общего числа субъектов). В него входят города и городские округа Оренбуржья, являющиеся крупными автотранспортными и железнодорожными узлами, центрами нефтедобывающей промышленности, сельскохозяйственного, промышленного и обрабатывающего производства.

В 2020 г. в первый кластер вошли 2 МО (17% от общего числа районов области). Города, вошедшие в первую кластер-группу, являются крупнейшими промышленными центрами, вносящими весомый вклад в экономику Оренбуржья (табл. 3).

Таблица 3  
Результаты кластер-процедуры по данным за 2020 г.

Кластер-группа 1	Кластер-группа 2	Кластер-группа 3
Оренбург; Орск	Новотроицк; Сорочинский ГО	Абдулинский ГО; Бугуруслан; Бузулук; Гайский ГО; Кувандыкский ГО; Медногорск; Соль-Илецкий ГО; Ясненский ГО

Ко второму кластеру были отнесены также 2 района (17% от общего числа). Структура экономики регионов второй кластер-группы ориентирована в основном на обрабатывающую промышленность.

Третий кластер включает 8 районов (67% от общего числа субъектов). Так же, как и в 2017 г., его основу составляют крупные индустриально-промышленные городские округа и моногорода.

Анализ данных табл. 4 позволяет сделать выводы относительно уровня регистрируемой безработицы в каждом из кластеров в изучаемые годы.

В результате кластеризации по индикаторам регистрируемой безработицы в

Оренбуржье за 2017 г. можно отметить получение «аномального выброса» в виде второго кластера, к которому отнесен город Оренбург [6. – С. 89]. При рассмотрении ситуации с оставшимися кластерами без учета аномального кластера следует отнести города и городские округа первого кластера к МО, имеющим неблагоприятную ситуацию на рынке труда.

Регионы Оренбуржья, попавшие в третий кластер, имеют низкий уровень регистрируемой безработицы, поскольку средние значения относительно первого кластера значительно ниже (табл. 4).

Таблица 4  
Средние величины показателей Z1–Z3 по группам МО Оренбургской области

Индикатор	Группа 1	Группа 2	Группа 3
2017			
Z1	715	1 650	317
Z2	917	3 177	375
Z3	812	1 627	354
2020			
Z1	1 401	526	220
Z2	1 913	704	321
Z3	1 685	643	274

По высоким средним значениям, рассчитанным для кластеров в 2020 г., муниципальные округа, попавшие в первый кластер, можно отнести к территориям, имеющим высокий уровень регистрируемой безработицы. Города и городские округа, вошедшие во второй кластер, характеризуются средним уровнем регистрируемой безработицы. Территории третьего кластера имеют низкий уровень регистрируемой безработицы.

Проанализировав состав городских территорий Оренбуржья, отнесенных к каждому из кластеров с различными уровнями, можно сделать вывод, что в 2020 г. по сравнению с 2017 г. произошли изменения в составе групп.

Так, в состав кластера 1 с высоким уровнем регистрируемой безработицы в 2020 г. переместился город Оренбург, в 2017 г. он входил во вторую кластер-группу, харак-

теризовавшуюся как «аномальный кластер». Сорочинский ГО и город Новотроицк переместились из кластера 1 для 2017 г. со средним уровнем регистрируемой безработицы в кластер 2 для 2020 г. с таким же уровнем исследуемых индикаторов.

Как следует из проведенной кластеризации и сравнения кластер-групп, ситуация на регистрируемом рынке труда Оренбуржья остается стабильной без резких изменений, что свидетельствует о реализации грамотной региональной политики занятости.

Начавшийся с 2017 г. переход экономики к цифровизации, а также современные явления и процессы, связанные с пандемией COVID-19, несомненно, окажут колоссальное влияние на рынок труда региона. Итоги проведенного исследования могут способствовать формированию региональной стратегии занятости в современных условиях, которой будет предусмотрено появление положительных изменений в динамике индикаторов экономического развития Оренбуржья через уменьшение коэффициента напряженности на рынке труда области.

#### Список литературы

1. Башина О. Э., Иванова Н. Ю. Многомерные статистические группировки. – М. : Изд-во МГУК, 2001.
2. Золотова Л. В., Портнова Л. В. Тенденции развития рынка труда Оренбургской области // Сфера услуг: инновации и качество. – 2021. – № 54. – С. 37–46.
3. Лохтина Т. Н., Метелица В. И. Рынок труда и социально-экономические проблемы населения России // Вестник евразийской науки. – 2019. – Т. 11. – № 1. – С. 1–11.
4. Портнова Л. В. Применение метода кластерного анализа в оценке и прогнозировании уровня безработицы в регионе // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – № 4 (140). – С. 158–163.
5. Чарыкова О. Г., Маркова Е. С. Региональная кластеризация в цифровой экономике // Экономика региона. – 2019. – Т. 15. – Вып. 2. – С. 409–419.
6. Blus P. I., Plotnikov R. V. Spatial Clustering for Reducing Intraregional Unevenness // Journal of New Economy. – 2022. – Vol. 23. – N 1. – P. 88–108.

#### References

1. Bashina O. E., Ivanova N. Yu. *Mnogomernye statisticheskie gruppировки* [Multivariate Statistical Groupings]. Moscow, Izd-vo MGUK, 2001. (In Russ.).
2. Zolotova L. V., Portnova L. V. *Tendentsii razvitiya rynka truda Orenburgskoy oblasti* [Trends in the Development of the Labor Market in the Orenburg Region]. *Sfera uslug: innovatsii i kachestvo* [Services Sector: Innovation and Quality], 2021, No. 54, pp. 37–46. (In Russ.).
3. Lokhtina T. N., Metelitsa V. I. *Rynok truda i sotsialno-ekonomicheskie problemy naseleniya Rossii* [The Labor Market and Socio-Economic Problems of the Population of Russia]. *Vestnik evraziyskoy nauki* [The Eurasian Scientific Journal], 2019, Vol. 11, No. 1, pp. 1–11. (In Russ.).
4. Portnova L. V. *Primenenie metoda klasternogo analiza v otsenke i prognozirovanii urovnya bezrabortitsy v regione* [Application of the Cluster Analysis Method in Assessing and Forecasting the Level of Unemployment in the Region]. *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Orenburg State University], 2012, No. 4 (140), pp. 158–163. (In Russ.).

5. Charykova O. G., Markova E. S. Regionalnaya klasterizatsiya v tsifrovoy ekonomike [Regional Clustering in the Digital Economy]. *Ekonomika regiona* [Economy of Regions], 2019, Vol. 15, Issue 2, pp. 409–419. (In Russ.).

6. Blus P. I., Plotnikov R. V. Spatial Clustering for Reducing Intraregional Unevenness. *Journal of New Economy*, 2022, Vol. 23, No. 1, pp. 88–108.

#### Сведения об авторе

**Лидия Владимировна Портнова**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры финансов  
и менеджмента Оренбургского филиала  
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: Оренбургский филиал ФГБОУ ВО  
«Российский экономический университет  
имени Г. В. Плеханова», 460000, Оренбург,  
ул. Пушкинская/Ленинская, д. 50/51–53.  
E-mail: naukaorenrea@list.ru

#### Information about the author

**Lidiya V. Portnova**

PhD, Assistant Professor,  
Assistant Professor of the Department  
for Finance and Management  
of the Orenburg branch of the PRUE.  
Address: Orenburg branch of the Plekhanov  
Russian University of Economics,  
50/51–53 Pushkin/ Leninskaya Str.,  
Orenburg, 460000, Russian Federation.  
E-mail: naukaorenrea@list.ru

## ЗАКОНОМЕРНОСТИ ФОНДОВОГО РЫНКА

**В. А. Галанов**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

**А. В. Галанова**

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»,  
Москва, Россия

Фондовый рынок предстает как совокупность разнообразных случайностей, особенно если речь идет о цене акции. Однако цена акции, как и любое экономическое явление, есть единство случайности и закономерности. Случайный характер цены акции сильнее проявляется в ее повседневной торговле. Закономерность в этом случае скрывается под возможностью прогнозирования цены акции. На длительных временных отрезках закономерный характер изменения цены акции проявляется в тенденции к ее росту, которая время от времени сопровождается фондовыми кризисами. Фондовый кризис во всех своих проявлениях как события и как процесса падения цены акции есть такая же закономерность фондового рынка, как и тенденция к ее росту во времени, базирующаяся на безграничности процесса роста прибыльно функционирующего капитала. Сама закономерность изменения цены акции в долгосрочном периоде времени есть единство противоположных закономерностей. Случайность, встроенная в тенденцию роста, с одной стороны, заключается в неизвестности ни продолжительности периода роста цены акции, ни характеристик ее падения во время фондовых кризисов. С другой стороны, долговременная динамика цены акции – динамика ее краткосрочных случайных изменений.

*Ключевые слова:* фондовый рынок, прогнозирование, случайный характер цены акции, колебания цены, тенденция роста цены акции, фондовый кризис, капитал как основа цены акции.

## STOCK MARKET LAWS

**Vladimir A. Galanov**

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

**Alexandra V. Galanova**

National Research University Higher School of Economics,  
Moscow, Russia

Stock market is seen as a sum total of different happenings, especially if we speak about share price. However, share price, as any other economic phenomenon is a combination of chance and law. Occasional nature of share price is evident in its everyday trading. In this case law is hidden under the opportunity to forecast share prices. For long-term periods law-governed nature of share price can be seen in its trend to growth, which can be accompanied by stock crises. The stock crisis in all its worth, as an even and as a process of share price drop is also a stock market law similar to a trend of its growth in time based on unlimited process of growing profit functioning capital. The law of changing the share price in the long-run period is a combination of opposite laws. Chance built in the growth trend, on the one hand includes uncertainty of both duration of share price growth period and characteristics of its drop during stock crises. On the other hand, long-term dynamics of share price is dynamics of its short-term casual changes.

*Keywords:* stock market, forecasting, casual nature of share price, price fluctuations, trend of share price growth, stock crisis, capital as foundation of share price.

**В** отличие от рыночной экономики в целом на фондовом рынке будущее еще сложнее прогнозировать, так как этот рынок есть надстройка над товарным

рынком, которая существует относительно самостоятельно в силу своей оторванности от материального базиса, а потому развивается еще более непредсказуемо, чем сам

товарный рынок. Экономически фондовый рынок есть торговая форма существования акции, необходимая для смены ее владельцев на справедливой основе, что достигается с помощью формирования цены акции. Если применительно к сфере материального производства обычно говорят, что человек (общество) в большой степени господствует над производством, то фондовый рынок представляется как сосредоточие бесконечного числа случайностей, негативные проявления которых обычно называются рисками. Тем не менее случайная природа фондового рынка обязательно включает в себя и закономерные явления, благодаря которым становится возможной торговая деятельность, т. е. принятие рыночных действий, опирающихся прежде всего на прогнозирование будущего. На фондовом рынке прогнозирование есть не просто любого рода расчеты будущей (предполагаемой) цены акции. В качестве своей экономической основы оно обязательно опирается на относительно известные или просто предполагаемые закономерности.

Для обычного человека хаос – это некая совокупность необъяснимых событий, с которыми он сталкивается на практике. По мере обнаружения причин этих событий множество событий разделяется на случайные события и на острова закономерностей. Необходимость познания закономерностей в хаосе событий коренится в возможности воспользоваться ими в практике рынке.

Про законы фондового рынка можно говорить лишь в самом обобщенном виде. Если их условно ранжировать, то очевидно, что первым таким законом является уже само существование данного вида рынка. Фондовый рынок есть закономерный результат развития рынка денежных обязательств, облеченных в форму ценной бумаги. Другим законом является то, что данный рынок, как и любой другой, обязательно обеспечивает некий баланс экономических интересов всех типов его участников.

Доходы и убытки на фондовом рынке в целом распределяются весьма благоприятно для его участников. Это находит отражение в том, что количество торговцев (участников) на нем имеет историческую тенденцию к росту. В то же время прекращение торговли акциями (и вытекающими из их существования другими ценными бумагами) означает прекращение существования и самого фондового рынка.

Каждодневная торговля акциями сопровождается их случайными (хаотичными) колебаниями (изменениями), но массовая торговля акциями была бы невозможна, если бы у участников рынка не было веры в возможность прогнозирования цены акции. По своей сущности прогнозирование существенно отличается от планирования человеческой деятельности. В случае планирования человек (общество) сам создает свое будущее, т. е. ставит себе цель на некоторый период времени и с помощью имеющихся у него инструментов стремится ее достичь, преодолевая, если требуется, сопротивление окружающей его внешней среды. В случае прогнозирования инвестор тоже имеет ту или иную собственную цель (цели) в отношении рыночного объекта, но ее достижение определяется преимущественно независимыми от него рыночными процессами. Например, покупая акцию, инвестор рассчитывает получить по ней дивидендный доход, но это совершенно не зависит от него самого, так как выплата дивиденда есть решение эмитента, коренящееся в его коммерческой деятельности, а не решение инвестора. Инвестор в этом случае просто ожидает, что произойдет, т. е. оправдается или нет его прогноз относительно самого факта выплаты дивиденда и его размера. Прогноз инвестора основывается на том, что обычно компания-эмитент работает с прибылью, а значит, возможность получения ежегодного дивиденда реальна.

В ином случае инвестор уже не только ожидает, но и действует (продает, покупает) в соответствии со своей целью. Однако в отличие от процесса ожидания действия

инвестора как торговца на рынке неизбежно выступают в качестве составного элемента процесса общерыночного изменения цены акции. Инвестор как торговец просто включается в общую «кухню» формирования цены акции, но тем не менее сам он ее не определяет.

В том случае, когда торговец стремится контролировать процесс формирования будущей цены акции, ее прогнозирование заменяется на разные способы того, что обобщенно принято называть манипулированием ценами на фондовом рынке, которые родственны планированию изменения цены акции, так как в этом случае имеет место единство цели и обеспечения ее достижения. В силу этого общепринятый запрет на манипуляции с ценами акций означает, что на фондовом рынке невозможно планирование цены акции, т. е. запрещаются такие действия инвестора с акциями, которые позволяли бы ему гарантированно достичь поставленной цели.

Внутренняя противоречивость прогнозирования заключается и в том, что само действие инвестора на рынке неизбежно меняет исходные условия любого его прогноза, в которых его личное участие обычно никак не учитывается. Это в свою очередь может быть одной из причин того, что его прогноз не оправдывается. Иначе говоря, в случае планирования деятельность человека есть обязательный и необходимый элемент достижения его цели. В случае прогнозирования сама деятельность инвестора может стать причиной неосуществимости его прогноза. Например, его единичное рыночное действие может запустить целый процесс последующего снижения или роста цены акции подобно тому, как всего одна песчинка может обрушить целую кучу или одна дополнительная соломинка может сломать хребет носильщика. В целом прогноз цены акции есть необходимый (ключевой) инструмент принятия решения по отношению к каждому отдельному возможному рыночному действию торговца, но данный прогноз не

отменяет неизвестность результата этого действия.

Из противоречивой сути прогнозирования вытекает такая известная его черта, как неточность, т. е. прогноз может оправдаться лишь частично, благодаря чему возникает и возможность экономического компромисса между интересами продавцов и покупателей. Рынок разделен на независимых друг от друга продавцов и покупателей как представителей противоположных интересов по отношению к цене акции, а потому их действия разнонаправленны и конечный результат хотя и не предопределен их частными целями, но в целом (обобщенно, в среднем) должен устраивать большинство своих участников. Это достигается тем, что торговцы-участники систематически меняют свою рыночную позицию на противоположную. Благодаря этому их рыночные выигрыши так или иначе позволяют либо компенсировать проигрыши, либо согласиться с ними, т. е. признать, что проигрыш есть результат собственных ошибок в прогнозе или в рыночных стратегиях.

Достоверность, или степень неточности, прогнозирования обычно обратно пропорциональна сроку прогнозирования. Чем больше срок, тем менее надежен прогноз. Если срок прогноза превышает 5–10 лет, то традиционное прогнозирование становится невозможным, так как будущие события, скорее всего, подпадают под обозначения «черные лебеди» или «белые лебеди», т. е. могут быть лишь *названы* плохими или хорошими событиями.

Будущее основывается на уже достигнутом, т. е. на прошлом. Применительно к рынку акций ведущей закономерностью, используемой в прогнозировании, является прямая зависимость срока прогнозирования от продолжительности исторической базы, используемой для прогнозирования, т. е. увеличение срока прогнозирования требует опоры на все более длительные прошлые периоды времени. Однако эта зависимость не имеет линейного характера. С одной стороны, подмечено,

что для небольших отрезков времени цена акции в среднем ненамного может оторваться от своего предыдущего значения. Обычно уровень цены следующей сделки отличается от предыдущей цены на величину спреда, имеющегося в биржевом стакане цен, или кратную ему величину, что измеряется долями процента по отношению к цене акции. Именно из самой технологии возникновения следующей (будущей) цены акции автоматически следует, что применительно к краткосрочному отрезку времени последняя цена акции имеет большее значение для ее прогнозирования, чем прошлые цены за более отдаленные даты. Другими словами, для краткосрочного периода в будущей цене акции в большой степени отражается лишь ее ближайшая предыдущая цена.

С другой стороны, для долгосрочного (многолетнего) периода времени имеет место обратная картина. Очевидно, что чем больше срок прогнозирования, тем больше прогнозная цена отдалается от своих известных прошлых цен. Единственным основанием долгосрочного прогнозирования цены становится возможная повторяемость прошлого в виде прямой или опосредованной (когда цена есть функция от изменения во времени ценообразующих факторов) зависимости прогнозной цены от ее прошлых значений. Однако эта повторяемость, выступая в качестве выявленной закономерности, должна иметь некую основу, т. е. причину существования. Такая основа, очевидно, полностью отсутствует, когда исходят из того, что будущая цена есть любого рода функция от прошлых цен. На самом деле будущей ценой акции управляет не ее прошлая цена, а капитал, отражением существования которого в сфере фондового рынка и является акция. Из этой экономической основы цены акции вытекает следующая закономерность, свойственная ее долгосрочной динамике, – тенденция к росту цены акции во времени.

На фондовом рынке краткосрочная нестабильность (изменчивость, колеблемость, волатильность) цены акции соседствует с

долговременной тенденцией к ее росту. Сам по себе тренд, или тенденция линейно направленного изменения цены акции во времени, есть наиболее известная форма существования закона в «сфере хаоса». Другими типами графического тренда изменения цены во времени могут служить движение по кругу (циклу), по спирали, в виде волны и т. п. Общая математическая суть всех этих тенденций состоит в сохранении подобия (повторяемости) во времени.

Инвестор на фондовом рынке опирается на целый комплекс статистических (количественных) закономерностей, которые активно используются в техническом анализе применительно к относительно небольшим временным отрезкам длительностью до одного года. Математическое моделирование цены акции обычно основывается на теоретической подчиненности случайных колебаний цен закону нормального (и логнормального) распределения вероятностей. К числу закономерностей математического характера, в той или иной степени используемых на рынке, также относятся теория волн Элиота, теория фрактального рынка (теории хаоса) Мандельброта и др., которые нацелены на поиск закономерностей в случайных колебаниях.

В экономическом плане тенденция (тренд) к долгосрочному росту цены акции как закономерность не прогнозируется, а выявляется (обнаруживается) и используется как инструмент на рынке подобно тому, как закон тяготения обнаруживается (открывается) и используется человеком во всех его целенаправленных действиях. Логика существования указанной тенденции заключается в следующем. Акция есть форма существования производительного капитала в виде свободно обращающихся прав собственности на него и на создаваемую им прибыль. Законом существования капитала является его бесконечный рост во времени, поэтому основным (главным) законом (трендом) динамики цены акции является ее рост во времени независимо от

того, какова конкретная форма проявления этой тенденции.

Закон роста цены акции во времени, как и иные экономические законы, есть лишь закон как тенденция, а не закон, обязательный для исполнения, подобно законам природы. Экономическая закономерность отражает то, что лишь в среднем человек (общество) действует целесообразно, рационально, разумно. Это означает, что далеко не всякий рост цены акции во времени экономически оправдан. Поэтому периоды роста цены акции столь же случайным образом сменяются на периоды ее снижения или периоды, в течение которых она лишь колеблется относительно среднего ее значения (такие периоды еще называют «боковой тренд», или «флеш»). На небольших отрезках времени периоды роста цены акции хаотично сменяются периодами снижения ее цены, что и составляет суть ее простой колеблемости. Однако чем большее число лет насчитывает анализируемый отрезок времени, тем отчетливее проявляется тенденция к повышению цены акции, которая по своей продолжительности абсолютно преобладает над периодами снижения или периодами относительной неизменности уровня цены акции. Такое различие в характере сочетания тенденций к росту и к снижению цены акции на коротких и длинных периодах времени объясняется характером роста самого производительного капитала, отражением которого является акция. Капитал не создает прибыль и не возрастает ежечасно. Обычно итоги его работы становятся известны лишь по мере публикации бухгалтерской и финансовой отчетности, а наиболее полной является годовая отчетность, которая в свою очередь может еще и уточняться в последующем. Поэтому в пределах года цена акции может быстро менять свои значения и направленность динамики по мере поступления разной экономической и политической информации участникам фондового рынка. В то же время ежегодный рост действительного (а не просто бухгалтерского) капитала акци-

онерного общества становится основанием для последовательного роста цен его акций. В свою очередь рост данного капитала есть прежде всего результат ежегодного присоединения к нему части создаваемой им прибыли, или результат внутреннего реинвестирования.

Тенденция к росту цены акции на фондовом рынке очевидно складывается из ее случайных изменений (колебаний) на каждом краткосрочном отрезке времени, из которых составляется долгосрочный период времени, измеряемый годами и десятилетиями. Поэтому тенденция к росту цены акции одновременно включает в себе и случайность, характерную для каждого короткого временного отрезка. Тенденция роста цены акции есть закономерность, вырастающая из последовательного ряда случайных колебаний, особым образом складывающихся в такую тенденцию ее роста. Действительная проблема заключается в том, каким образом случайные колебания в ограниченных пределах выстраиваются в тенденцию роста (или снижения). Исходя из закона перехода количественных изменений в качественные можно предположить, что в этом случае имеет место переход (скачок) от прежнего среднего уровня колебаний цены к более высокому уровню ее средней, но при этом сам размах колебаний, т. е. отклонений от среднего уровня, существенно не меняется. Это подтверждается тем, что стандартное отклонение (или дисперсия) цены акции в расчете на год обычно слабо изменяется по годам, а главное – не имеет тенденции к росту, что сделало бы проблематичным инвестирование на длительные сроки. Иначе говоря, средняя цена акции по кратким временным отрезкам при всей ее колеблемости имеет тенденцию к ступенчатому росту, который и образует в конечном счете тенденцию к росту ее цены. Данный рост, поскольку он основывается и на случайных колебаниях, может прерываться временными, столь же скачкообразными снижениями, но при этом размах случайных колебаний остается в обычных

границах, пока факторы, определяющие спрос и предложение на данную акцию (или на всем фондовом рынке), существенно не изменяются во времени.

Если исходить из того, что за любыми изменениями цены акции в конечном счете скрывается влияние представляемого ею капитала, то можно сказать, что долгосрочные изменения цены акции определяются стоящим за ней прибыльно функционирующим капиталом, а краткосрочные колебания цены акции определяются движениями спекулятивного капитала на фондовом рынке. Спекулятивный капитал есть свободные денежные средства, которые стихийно перемещаются между инструментами фондового рынка в целях получения дохода в виде разницы в ценах акций на небольших интервалах времени. Спекулятивному капиталу обязательно противостоит необходимое количество акций, находящихся в свободном обращении.

Законом цены акции является не только тенденция к ее росту, но и ее прерывание, которое обычно означает наступление фондового кризиса. Последний имеет место примерно раз в десять лет.

Фондовый кризис – это такая же закономерность фондового рынка, как и тенденция к росту цены акции во времени, только противоположная тенденции к росту, а потому встроенная в нее в качестве временного предела сроков повышения цены. Фондовый кризис закономерен уже потому, что рост цены акции во времени есть лишь тенденция, а значит, нечто конечное, которое, достигнув своего предела, должно прекратить существование и возродиться вновь. Но одновременно фондовый кризис столь же случаен и непредсказуем по времени своего возникновения и продолжительности, как и сроки и продолжительность каждого отдельного долгосрочного периода роста цены акции.

Обычно не проводится различие между понятием фондового кризиса как краткосрочного события, т. е. как предела тенденции роста цены акции, и как процесса, характеризующегося достаточно длительным периодом снижения цены акции, который есть не что иное, как тенденция к снижению цены акции в течение ряда лет.

В первом варианте фондовый кризис по сравнению с долгосрочной тенденцией к росту цены акции есть относительно краткосрочное явление на рынке, для которого характерно быстрое и сильное падение цен, после которого постепенно начинается новый цикл повышения цены акции. Во втором варианте фондовый кризис предстает как кризисный период времени на фондовом рынке, суть которого – достаточно длительный процесс снижения цен до некоторого их «дна», т. е. минимального уровня, после достижения которого снова начинает действовать тенденция к росту цены акции.

Современный фондовый кризис все более напоминает симбиоз этих двух своих сторон, так как кризисные события сопровождают возникающую тенденцию к снижению цены акции. Экономической основой нынешнего кризиса является не отрыв фиктивного капитала от его действительной основы, что характерно для многих прошлых фондовых кризисов, а нарушение самих пропорций воспроизводства капитала в мире в связи с активной фазой противостояния России и дружественных ей стран с коллективным Западом во главе с США. Лишь по мере урегулирования возникшего политико-военного кризиса может начаться восстановление полномасштабного функционирования совокупного капитала мира, что и позволит преодолеть кризисные процессы на фондовом рынке, в результате чего возобновится действие тенденции к росту цены акции.

### Список литературы

1. Галанов В. А., Галанова А. В. Тренд на развитие социального инвестирования // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2022. – Т. 19. – № 2 (122). – С. 5–12.
2. Петерс Э. Хаос и порядок на рынках капитала. Новый аналитический взгляд на циклы, цены и изменчивость рынка. – М. : Мир, 2000.
3. Талеб Н. Н. Черный лебедь. Под знаком неопределенности. – М. : Колибри : Азбука-Аттикус, 2020.
4. Уотшем Т. Дж., Парамоу К. Количественные методы в финансах. – М. : Финансы : ЮНИТИ, 1999.

### References

1. Galanov V. A., Galanova A. V. Trend na razvitie sotsialnogo investirovaniya [Trend of Social Investment Growth]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2022, Vol. 19, No. 2 (122), pp. 5–12. (In Russ.).
2. Peters E. Khaos i poryadok na rynkakh kapitala. Novyy analiticheskiy vzglyad na tsikly, tseny i izmenchivost rynka [Chaos and Order on Capital Markets. New Analytical View on Cycles, Prices and Market Changes]. Moscow, Mir, 2000. (In Russ.).
3. Taleb N. N. Chernyy lebed. Pod znakom neopredelennosti [Black Swan. Under the Badge of Uncertainty]. Moscow, Kolibri, Azbuka-Attikus, 2020. (In Russ.).
4. Uotshem T. Dzh., Paramou K. Kolichestvennyye metody v finansakh [Quantitative Methods in Finance]. Moscow, Finance, YUNITI, 1999. (In Russ.).

### Сведения об авторах

#### **Владимир Александрович Галанов**

доктор экономических наук, профессор кафедры мировых финансовых рынков и финтеха РЭУ им. Г. В. Плеханова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: Galanov.VA@rea.ru

#### **Александра Владимировна Галанова**

кандидат экономических наук, доцент базовой кафедры инфраструктуры финансовых рынков Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».  
Адрес: ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20.  
E-mail: agalanova@hse.ru

### Information about the authors

#### **Vladimir A. Galanov**

Doctor of Economics, Professor of the Department for World Financial Markets and Fintech of the PRUE.  
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: Galanov.VA@rea.ru

#### **Alexandra V. Galanova**

PhD, Assistant Professor of the Department for Financial Market Infrastructure of the HSE University.  
Address: National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya Str., 101000, Moscow, Russian Federation.  
E-mail: agalanova@hse.ru



# ПРОБЛЕМЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ НА РОССИЙСКИЙ ФОНДОВЫЙ РЫНОК

**А. П. Гарнов, Е. В. Афанасьев**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

В статье рассмотрена инвестиционная активность населения на российском фондовом рынке в 2015–2022 гг. Для проведения исследования использовались данные и аналитическая информация Федеральной службы государственной статистики, Центрального банка Российской Федерации, Московской биржи, Аналитического центра НАФИ. Авторами обоснована важность привлечения физических лиц на фондовый рынок в условиях экономических санкций, введенных против России. Сделан вывод о том, что на рост количества частных инвесторов и объем средств на индивидуальных инвестиционных счетах влияют льготный режим налогообложения, увеличение реальных доходов населения, повышение финансовой грамотности и доверия к фондовому рынку, упрощение регистрации и торговли на фондовом рынке, рост доходности вложений в акции и облигации. Отрицательное влияние на количество клиентов у брокеров и объем средств на индивидуальных инвестиционных счетах оказывают размеры депозитных ставок в банках, снижение доверия к фондовому рынку и ухудшение условий для формирования сбережений. Даны рекомендации по развитию российского фондового рынка в России, включающие расширение налоговых льгот на операции физических лиц с ценными бумагами, развитие доступности цифровых инструментов и услуг, в том числе благодаря развитию проекта «Маркетплейс», повышение уровня финансовой грамотности населения, особенно в сельских или отдаленных районах.

*Ключевые слова:* рынок ценных бумаг, сбережения, инвестиции, частные инвесторы, финансовые инструменты, экономические санкции, маркетплейс.

## ATTRACTION OF INDIVIDUALS TO RUSSIAN STOCK MARKET

**Andrey P. Garnov, Evgeniy V. Afanasyev**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

The article studies investment activity of the population on Russian stock market in 2015–2022. The research used data and analytical information of the Federal Service of State Statistics, the Central Bank of the Russian Federation, the Moscow Exchange, NAFI Analytical Center. The authors ground the importance of attracting individuals to the stock market in conditions of economic sanctions introduced against Russia. They come to the conclusion that the growth in the number of private investors and the amount of funds on individual investment accounts are influenced by concessional taxation, higher real incomes of the population, improving financial literacy and trust to the stock market, as well as simplifying registration and trade on stock market and rising profitability of investing into shares and bonds. The adverse impact on the number of brokers' clients and the amount of funds on individual investment accounts is rendered by deposit rates in banks, dropping confidence to stock market and deterioration in conditions for saving building. The authors provide recommendations on developing the stock market in Russia, which include extension of concessional taxation on transactions with securities by individuals, better accessibility of digital tools and services, for instance by the 'Marketplace' project, higher level of finance literacy of the population, especially in rural and remote regions.

*Keywords:* securities market, savings, investment, private investors, finance tools, economic sanctions, marketplace.

## Введение

Развитие финансового рынка – одно из приоритетных направлений деятельности государства в сфере экономики в условиях экономических санкций, введенных против России. Ограничение доступа к внешним источникам финансирования заставляет обратить пристальное внимание на внутренние источники финансирования инвестиционной деятельности. В результате задача по стимулированию внутреннего инвестора и созданию благоприятных условий для его деятельности на финансовом рынке выходит на первый план [5].

Рынок ценных бумаг играет роль основного инструмента в привлечении средств в производство, мобилизации ресурсов на восстановление и развитие экономики, финансировании дефицита государственного бюджета [8. – С. 144].

Долгосрочные инвестиции населения являются экономически выгодными и социально приемлемыми для государства с точки зрения привлечения дополнительных инвестиционных ресурсов в экономику с большим горизонтом планирования и снижения нагрузки на государственную пенсионную систему [2. – С. 1550; 4].

Внутренние источники долгосрочных инвестиций – это в первую очередь сбережения населения [2. – С. 1550].

Приток средств частных инвесторов на финансовый и, в частности, на фондовый рынок позволяет расширить возможности и перспективы для корпоративного сектора, который является драйвером роста в рыночной экономике.

В исследовании использованы математический и формально-логический методы, а также методы анализа, сравнения и синтеза.

## Результаты

Источником инвестиций физических лиц являются сбережения, которые формируются из денежных доходов. Рассмотрим динамику денежных доходов населения с 2015 по 2021 г. Как видно из рис. 1,

абсолютный объем денежных доходов населения непрерывно увеличивается.



Рис. 1. Доходы населения

Составлено по данным Росстата.

В 2015–2021 гг. доходы населения росли на 2–11% ежегодно. Однако этот рост номинальный, поскольку реальные денежные доходы населения (скорректированные с учетом инфляции) за рассматриваемый период снижались или не показывали заметного роста, за исключением 2021 г.

Негативную тенденцию имела и доля сбережений в структуре использованных денежных доходов. С 2015 по 2018 г. она снизилась, по оценкам Росстата, с 14,3 до 5,6%. Склонность населения к накоплениям при этом увеличивалась. Согласно данным Росстата, в 2015 г. текущие условия для формирования сбережений оценивались как благоприятные и очень благоприятные – около 5% населения, как неблагоприятные – более 65%. В 2018 г. эти показатели составляли около 8 и 55% соответственно. В 2020 г. условия для формирования сбережений считали благоприятными около 7% населения, неблагоприятными – около 60%.

Традиционно основными потоками вложения сбережений физических лиц были инвестиции в недвижимость и прирост банковских вкладов, сменяющийся в периоды кризисов покупкой иностранной валюты [4. – С. 32].

В последние годы валюта становится менее привлекательным направлением вложения сбережений. По данным Росста-

та, с 2015 по 2018 г. доля вложений в иностранную валюту сократилась с 4,2 до 3,7%.

В настоящее время происходит резкое перераспределение потоков вложений сбережений физических лиц. Привлекательность фондового рынка для физических лиц как способа вложения сбережений резко повысилась. С 2018 по 2021 г. на Московской бирже произошел лавинообразный рост числа участников – физических лиц.

Наиболее заметный рост отмечен в 2020–2021 гг. Количество физических лиц, имеющих брокерские счета на Московской бирже, в 2020 г. увеличилось почти на 5 млн и достигло рекордных 8,8 млн. В результате в 2020 г. на биржу пришло больше частных инвесторов, чем суммарно за все предыдущие годы.

В 2021 г. количество физических лиц, имеющих брокерские счета на Московской бирже, увеличилось еще почти вдвое и составило порядка 17 млн, или более 10% населения России. Ими открыто 27,7 млн брокерских счетов. К июню 2022 г. брокерские счета на Московской бирже имели уже более 20 млн физических лиц, что в десять раз больше, чем в 2018 г.

Особую популярность у населения завоевали индивидуальные инвестиционные счета (ИИС) с льготным режимом налогообложения. Эти счета появились в середине 2015 г. [1]. Если в начале 2016 г. на Московской бирже было зарегистрировано около 110 тыс. ИИС (по данным Центрального банка Российской Федерации), а в начале 2018 г. – около 300 тыс., то уже в конце 2018 г. их число достигло 600 тыс.

Физические лица не только открывали счета, но и вели активную торговлю: в декабре 2020 г. сделки на бирже совершали 1,4 млн человек по сравнению с 392 тыс. человек в декабре 2019 г. Соответственно, росла доля частных инвесторов в объеме торгов: по данным Московской биржи, в торгах акциями она достигла 41%, облигациями – 13%, на спот-рынке валюты – 12,3%, на срочном рынке – 42%.

По данным Центрального банка Российской Федерации, в 2021 г. было откры-

то более 1,4 млн ИИС. К концу года их количество выросло до 4,9 млн. Такая динамика вызвана несколькими причинами. Одной из наиболее важных являются преимущества ИИС, которые они дают непрофессиональным инвесторам, – налоговые льготы.

Увеличению числа брокерских счетов также способствовало упрощение регистрации для торговли на фондовом рынке, в том числе технология удаленной идентификации клиентов. Развитие мобильных информационных технологий сделало операции для частных инвесторов более удобными. Брокерский счет стало возможно открыть онлайн, а сделки совершать через мобильное приложение.

Основная масса новых клиентов на брокерском обслуживании пришла через кредитные организации, поскольку именно они вели активную деятельность по привлечению клиентов на фондовый рынок через мобильные приложения [6].

Повышению доступности фондового рынка способствовал запуск сервиса по цифровому взаимодействию между гражданами и банками через Единый портал госуслуг, благодаря которому граждане могут дистанционно предоставлять информацию о себе в кредитные организации и получать услуги и сервисы полностью в цифровом виде без посещения офисов. Также важным фактором роста активности частных инвесторов является повышение их финансовой грамотности и доверия к фондовому рынку.

С 2017 г. в России реализуется Стратегия повышения финансовой грамотности, которая ориентирована на определенные группы населения (студентов, пенсионеров и др.). Она рассчитана до 2023 г.

Для оценки способности населения к разумному управлению личными финансами используется индекс финансовой грамотности, рассчитываемый Аналитическим центром НАФИ по методологии ОЭСР с 2018 г. К началу 2022 г. индекс финансовой грамотности вырос до 12,57 баллов с 12,12 баллов в 2018 г. В 2018–2022 гг.

высокий уровень финансовой грамотности стабильно демонстрируют 10% россиян. Доля людей с низким уровнем финансовой грамотности с 2018 по 2022 г. сократилась с 44 до 29%. Одновременно выросла доля россиян со средним уровнем финансовой грамотности с 46 до 61%. Таким образом, финансовая грамотность россиян растет, но доля населения с высоким уровнем этого показателя остается небольшой.

Наиболее финансово грамотное население России – это жители крупных городов. Низкий уровень финансовой грамотности характерен для жителей сельских или отдаленных районов, которые не пользуются цифровыми инструментами и услугами. По нашему мнению, одной из причин низкого уровня финансовой грамотности и, как следствие, слабой инве-

стиционной активности населения в отдаленных районах является отсутствие качественного мобильного Интернета.

Как видно из табл. 1, инвестиционная активность физических лиц сильно варьируется по федеральным округам. Между инвестиционной активностью и долей городского населения в общей численности населения наблюдается положительная связь. Так, в округах с высокой долей городского населения (ЦФО, СЗФО) заключено больше договоров на ведение ИИС в расчете на 10 тыс. человек и больше объем денежных средств на ИИС в расчете на одного человека взрослого населения. В округах с низкой долей городского населения (СКФО, ЮФО, ПФО) инвестиционная активность физических лиц очень низкая.

Таблица 1

Размещение денежных средств физическими лицами в 2021 г.\*

Регион	Доля городского населения в общей численности населения, %	Количество договоров на ведение ИИС в организациях – профессиональных участниках рынка ценных бумаг в расчете на 10 тыс. человек взрослого населения, ед.	Денежные средства, переданные по договорам на ведение ИИС в расчете на одного человека взрослого населения, руб. на одного человека
ЦФО	82,4	1 171,5	5 015,3
СЗФО	85,0	756,9	4 257,8
ЮФО	63,0	0,1	1,7
СКФО	50,4	0	0,2
ПФО	72,3	0,4	5,7
УФО	81,7	1,8	25,4
СФО	74,3	184,2	812,8
ДФФО	73,0	2,3	6,4

\* Составлено по данным Банка России и Росстата.

Низкие ставки по банковским вкладам – традиционному основному способу вложения сбережений физических лиц – стимулировали их интерес к фондовому рынку. В 2015 г. ключевая ставка Банка России варьировалась от 11 до 17,5%. В 2017 г. она опустилась ниже 10%, а в августе 2020 г. достигла минимума – 4,25%.

Рынок акций и облигаций в 2015–2021 гг. переживал бурный рост. Индексы Мосбиржи и РТС, которые являются основными индикаторами фондового рынка России, показывали положительную дина-

мику вплоть до ноября 2021 г., не считая провала в начале 2020 г., вызванного пандемией коронавируса (рис. 2).

В 2016–2021 гг. население почти непрерывно увеличивало размеры сбережений (табл. 2). Объем депозитов увеличивался, несмотря на снижение среднегодовой ключевой ставки. При этом темпы роста оборота ИИС были намного выше темпов роста объемов депозитов. Снижение реальных денежных доходов граждан вынудило их искать дополнительные источни-

ки дохода, одним из которых выступает фондовый рынок.

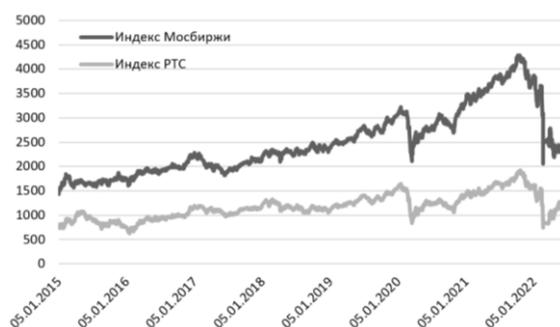


Рис. 2. Динамика индексов Мосбиржи и РТС

Как показывает модель роста числа физических лиц – клиентов брокеров на Московской бирже, приток клиентов у брокеров вызывают рост реальных доходов населения с лагом в три месяца и дивидендная доходность индекса Московской биржи. Отрицательное влияние на динамику количества клиентов у брокеров оказывают размеры депозитных ставок в банках.

Т а б л и ц а 2

**Инвестиции физических лиц\***

Год	Оборот ИИС, млрд руб.	Сумма сделанных сбережений всех домохозяйств (в среднем на члена домохозяйства в месяц), руб.	Депозиты физических лиц и другие привлеченные средства физических лиц (данные на декабрь), млрд руб.	Среднегодовая ключевая ставка, %
2015	35	2 997	16 347	12,5
2016	162	2 860	18 472	10,8
2017	297	2 943	20 641	9,1
2018	478	3 233	22 348	7,4
2019	620	3 509	24 563	7,4
2020	1 423	3 880	27 201	5,1
2021	1 600	4 686	30 822	5,7

\* Составлено по данным Центрального банка и Мосбиржи.

Таким образом, клиенты брокеров рассматривают вложения в акции как альтернативу банковским депозитам. При этом в первую очередь они обращают внимание на дивидендную доходность акций в качестве некоторой гарантии доходности своих вложений [1].

В ответ на интерес населения крупные розничные банки помимо традиционных депозитов стали предлагать клиентам более маржинальные продукты, такие как корпоративные облигации, паевые инвестиционные фонды и другие финансовые инструменты.

Увеличению активности частных инвесторов способствовала и достаточно разви-

тая инвестиционная инфраструктура. На начало 2022 г. Банком России зарегистрирован 491 профессиональный участник рынка ценных бумаг, в том числе 190 кредитных организаций, 244 некредитные финансовые организации и 57 инвестиционных советников – индивидуальных предпринимателей.

В 2022 г. ситуация на фондовом рынке кардинально изменилась. Крупные банки с брокерской лицензией, попав под американские санкции, потеряли возможность управлять иностранными активами своих клиентов. В феврале – марте рынок акций и облигаций рухнул, а индексы Мосбиржи и РТС достигли многолетних минимумов

(см. рис. 2). Были введены валютные ограничения. В результате доверие к фондовому рынку у частных инвесторов было подорвано.

Большая часть населения стала оценивать текущие условия для формирования сбережений как неблагоприятные: 59% в первом квартале 2022 г. и 65% во втором квартале 2022 г. Доля населения, считающего текущие условия для формирования сбережений благоприятными и очень благоприятными, по оценкам Росстата, снизилась до 6% (на 2%).

Снижение инвестиционного горизонта новых инвесторов на фондовом рынке и выросшие ставки по депозитам способствовали замедлению темпов роста ИИС. Стоимость активов в рамках ИИС сократилась из-за отрицательной переоценки.

Структура финансовых активов населения резко изменилась вслед за изменением привлекательности финансовых инструментов и доверия к ним. Доля наличной иностранной валюты в финансовых активах во втором квартале 2022 г., по данным Росстата, выросла до 7,1% (5,4% в первом квартале 2022 г.), средств на счетах эскроу – до 3,1% (2,6%). Одновременно доля акций и прочих форм участия в капитале сократилась до 33,6% (36,1%), долговых ценных бумаг – до 3,1% (3,2%), займов – до 0,8% (0,9%), денежных средств на брокерских счетах – до 0,6% (0,8%).

Таким образом, на рост количества частных инвесторов и объем ИИС влияют льготный режим налогообложения, увеличение реальных доходов населения, повышение финансовой грамотности и доверия к фондовому рынку, упрощение регистрации и торговли на фондовом рынке, рост доходности вложений в акции и облигации. Отрицательное влияние на динамику количества клиентов у брокеров и объем ИИС оказывают размеры депозитных ставок в банках, снижение доверия к фондовому рынку и ухудшение условий для формирования сбережений.

## Обсуждение и заключение

Средства физических лиц на фондовом рынке – это не только «длинные деньги», которые сейчас необходимы российской экономике, но и шанс повысить благосостояние населения при условии, что результат инвестирования будет положительным.

Важной задачей в современных условиях становится создание необходимых инфраструктурных, правовых, финансовых, образовательных условий для стимулирования инвестиционной активности российского населения. Учитывая дополнительные расходы, которые государство будет вынуждено произвести для ликвидации экономических последствий введенных санкций, сбережения населения могут послужить катализатором экономического роста.

Принимая во внимание факторы, влияющие на количество и активность частных инвесторов, необходимо:

- распространить льготный режим налогообложения на все операции физических лиц с ценными бумагами, осуществляемые на организованных биржевых площадках, зарегистрированных на территории Российской Федерации. Такой льготный режим следует установить на неопределенный срок до момента снижения доли финансовых пирамид в Российской Федерации и повышения финансового благосостояния населения [7];

- развивать доступность цифровых инструментов и услуг, в том числе благодаря развитию проекта «Маркетплейс» [3];

- повышать уровень финансовой грамотности населения, особенно в сельских или отдаленных районах. Для этого необходимо создать новую Стратегию повышения финансовой грамотности, в которой следует предусмотреть разработку и апробацию современных программ обучения для целевых групп населения (учащихся, лиц предпенсионного возраста и др.) и обеспечить доступ к обучению других групп.

Список литературы

1. Абрамов А. Е., Радыгин А. Д., Чернова М. И. Детерминанты поведения частных инвесторов на российском фондовом рынке // Экономическая политика. – 2020. – Т. 15. – № 3. – С. 8–43.
2. Баганов В. Ю. Стимулирование долгосрочного инвестирования населения на фондовом рынке // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Т. 10. – № 5. – С. 1547–1564.
3. Гарнов А. П., Захарова Е. В., Афанасьев Е. В. Маркетплейс как инструмент повышения доступности финансовых услуг // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2022. – Т. 19. – № 2 (122). – С. 13–20.
4. Данилов Ю. Пробить новое русло // Вестник Национальной ассоциации участников фондового рынка. – 2011. – № 8. – С. 31–33.
5. Звягинцева Н. А., Парфенова А. М. Ключевые проблемы привлечения сбережений физических лиц через механизм рынка ценных бумаг // Baikal Research Journal. – 2016. – Т. 7. – № 5. – С. 1.
6. Никифорова Г. И., Ушницкая Л. Е., Николаева С. А. Физические лица как участники российского фондового рынка // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 12-2. – С. 354–358.
7. Рамазанов А. В. Показатели, влияющие на фондовый рынок в России, и регулирование его развития // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2022. – № 1. – С. 32–40.
8. Хутаев Р. Н., Мансуров Р. М. Место рынка ценных бумаг в финансовых рынках РФ // Вопросы образования науки: теоретический и методический аспекты : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. – Тамбов : Консалтинговая компания Юком, 2015. – С. 144–145.

References

1. Abramov A. E., Radygin A. D., Chernova M. I. Determinanty povedeniya chastnykh investorov na rossiyskom fondovom rynke [Determinants of Circulation with Appeals in the Russian Stock Market]. *Ekonomicheskaya politika* [Economic Policy], 2020, Vol. 15, No. 3, pp. 8–43. (In Russ.).
2. Baganov V. Yu. Stimulirovanie dolgosrochnogo investirovaniya naseleniya na fondovom rynke [Stimulating Long-Term Investment of the Population in the Stock Market]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2020, Vol. 10, No. 5, pp. 1547–1564. (In Russ.).
3. Garnov A. P., Zakharova E. V., Afanasev E. V. Marketpleys kak instrument povysheniya dostupnosti finansovykh uslug [Marketplace as a Tool for Finding the Availability of Financial Services]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2022, Vol. 19, No. 2 (122), pp. 13–20. (In Russ.).
4. Danilov Yu. Probit novoe ruslo [Breaking through the New Corridor]. *Vestnik Natsionalnoy assotsiatsii uchastnikov fondovogo rynka* [Bulletin of the National Association of Stock Market Participants], 2011, No. 8, pp. 31–33. (In Russ.).
5. Zvyagintseva N. A., Parfenova A. M. Klyuchevye problemy privlecheniya sberezeniy fizicheskikh lits cherez mekhanizm rynka tsennykh bumag [Key Problems of Attracting Savings of Individuals through the Mechanism of the Securities Market]. *Baikal Research Journal*, 2016, Vol. 7, No. 5, p. 1. (In Russ.).

6. Nikiforova G. I., Ushnitskaya L. E., Nikolaeva S. A. Fizicheskie litsa kak uchastniki rossiyskogo fondovogo rynka [Key Problems of Attracting Individuals' Savings through the Securities Market Mechanism]. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava* [Baikal Research Journal], 2021, No. 12-2, pp. 354–358. (In Russ.).

7. Ramazanov A. V. Pokazateli, vliyayushchie na fondovyy rynek v Rossii, i regulirovanie ego razvitiya [Factors Affecting the Stock Market in Russia and Regulation of its Development]. *Vektor nauki Tolyattinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie* [Science Vector of Togliatti State University. Series: Economics and Management], 2022, No. 1, pp. 32–40. (In Russ.).

8. Khutaev R. N., Mansurov R. M. Mesto rynka tsennykh bumag v finansovykh rynkakh RF [The Place of the Securities Market in the Financial Markets of the Russian Federation]. *Voprosy obrazovaniya nauki: teoreticheskiy i metodicheskiy aspekty: sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Questions of Science Education: Theoretical and Methodological Aspects: collection of scientific papers based on the materials of the International Scientific and Practical Conference]. Tambov, Konsaltingovaya kompaniya Yukom, 2015, pp. 144–145. (In Russ.).

#### Сведения об авторах

##### Андрей Петрович Гарнов

доктор экономических наук, профессор,  
профессор кафедры мировых финансовых  
рынков и финтех РЭУ им. Г. В. Плеханова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,  
Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: profgarnov@yandex.ru

##### Евгений Васильевич Афанасьев

доктор экономических наук,  
профессор кафедры мировых финансовых  
рынков и финтех РЭУ им. Г. В. Плеханова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,  
Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: e.v.afanasiev@mail.ru

#### Information about the authors

##### Andrei P. Garnov

Doctor of Economics, Professor, Professor  
of the Department for World Financial  
Markets and Fintech of the PRUE.  
Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: profgarnov@yandex.ru

##### Evgeniy V. Afanasyev

Doctor of Economics, Professor  
of the Department for World Financial  
Markets and Fintech of the PRUE.  
Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: e.v.afanasiev@mail.ru



# АНАЛИЗ РЕАКЦИИ ЦЕН ОТРАСЛИ НА ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ МЕЖОТРАСЛЕВОГО БАЛАНСА<sup>1</sup>

**Д. В. Воротникова, Н. А. Моисеев**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, Москва, Россия

**Н. С. Трындина**

ЦЭМИ РАН, Москва, Россия

В статье представлена авторская методика анализа реагирования отрасли на внешний шок, позволяющая оценить, как изменится цена на производимые товары при внешнем воздействии, таком как изменение налоговой политики государства, влияние введенных санкций, инвестиционная политика государства, действия конкурентов и конкурирующих отраслей и т. д., для достижения баланса, что особенно важно в период всеобщей неопределенности и изменчивости экономических процессов. Анализ реакции отраслей на внешние шоки проводится на основе модели межотраслевого баланса и решения оптимизационной задачи нелинейного программирования методом общего понижающего градиента. Помимо того, что разрабатываемая методика позволяет найти баланс цен различных отраслей, она также помогает проводить обстоятельный анализ, выявлять факторы, оказывающие наиболее сильное влияние на происходящие процессы, моделировать сценарии их развития при реализации тех или иных управленческих решений. Авторами сделан вывод, что данная методика достаточно эффективна и в наибольшей мере соответствует анализу и моделированию экономики.

*Ключевые слова:* таблица «затраты – выпуск», межотраслевое сотрудничество, оптимизация, принятие управленческих решений.

## ANALYZING INDUSTRY PRICE RESPONSE TO EXTERNAL FACTOR IMPACT ON THE BASIS OF INTER-BRANCH BALANCE MODEL

**Darya V. Vorotnikova, Nikita A. Moiseev**

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

**Nicole S. Tryndina**

CEMI RAS, Moscow, Russia

The article provides the author's methodology of analyzing industry response to external shock, which gives an opportunity to assess changes in price for products under the external influence, such as changes in tax policy of state, impact of sanctions, investment policy, steps of competitors and competing industries, etc. in order to reach balance. This is especially important in the period of overall uncertainty and turbulence of economic processes. Industry response to external shocks is analyzed on the basis of the model of general declining gradient. This methodology can help find price balance of different industries, it can also help conduct thorough analysis, identify facts affecting the present processes, model scenarios of their development while implementing various managerial decisions. The authors draw the conclusion that the present methodology is effective and it corresponds to analyzing and modeling of economy.

*Keywords:* the table 'costs – output', inter-branch cooperation, optimization, managerial decision-making.

<sup>1</sup> Статья подготовлена по результатам исследования, проведенного при финансовой поддержке РНФ, проект № 22-78-10150.

## Введение

Несмотря на большую разработанность темы составления межотраслевого баланса, в опубликованных ранее работах не рассматривается инструментарий реагирования отрасли на внешние шоки, притом что при выборе приоритетных направлений государственного инвестирования в экономические проекты задачи анализа изменения цен отрасли и установления баланса возникают довольно часто, но не менее важным при этом становится вопрос воздействия показателей одной отрасли при изменениях, происходящих под влиянием другой отрасли.

А. Г. Гранберг, В. И. Суслов и С. А. Суспицын в своей статье «Экономико-математические исследования многорегиональных систем» обобщили результаты исследований многорегиональных систем на основе использования межотраслевых моделей для анализа межрегиональных экономических взаимодействий, выявления эффективных и неэффективных коалиций регионов [1].

Согласно исследованию Л. В. Мельниковой «Таблицы «затраты – выпуск»: путь к сближению наций» [4], возврат к применению таблиц «затраты – выпуск» может значительно повысить эффективность проводимой экономической политики государства, а именно сделать возможным анализ структурных изменений в национальных экономиках, измерения уровня их взаимозависимости, степени влияния на окружающую среду, эквивалентности международной торговли и т. д.

В статье «Анализ и моделирование экономики на основе межотраслевого баланса» [2] рассмотрены сложность и масштабность экономических задач, стоящих перед органами власти и требующих совершенствования методов государственного регулирования экономических процессов, расширения спектра применяемого методического инструментария. В рамках проведенного авторами исследования предпринята попытка развития методологии и инструментария углубленного анализа

пропорций и структурных взаимосвязей в экономике, моделирования развития социально-экономических процессов с использованием межотраслевого баланса.

В данной статье представлено решение задачи оптимизации производства в разрезе экономико-математической балансовой модели при изменении показателей (например, потребления, цены, налоговой базы, фонда оплаты труда и др.) одной из рассматриваемых отраслей, что не было раскрыто ни в одной из представленных выше публикаций.

Стандартная математическая задача оптимизации состоит из таких элементов, как:

- *допустимое множество*. В нашем случае допустимое множество будет ограничено положительными значениями;
- *целевая функция*;
- *критерий поиска* (как пример, максимизация прибыли или минимизация издержек).

В ходе составления задачи необходимо учесть, что выпуск отраслей – промежуточное потребление, конечное потребление, фонд оплаты труда, налоги, а также прибыль.

Поскольку фирмы могут назначать цены на продукцию, от которых будет зависеть величина спроса, то им необходимо установить такой уровень цен, чтобы максимизировать прибыль (чем больше цена, тем меньше спрос и т. д.). При этом если выпуск одной фирмы или отрасли зависит от другой (у которой она как производитель потребляет продукт), то при повышении цены на продукт первой отрасли, от которого зависит производство второй отрасли, вторая отрасль должна как-то на это отреагировать (либо поднять, либо опустить цену), при этом данное действие также окажет влияние на потребление.

Задача ставится таким образом: найти оптимальные цены для всех отраслей при условии какого-то шока. Шок – это фактор внешнего влияния, такой, как государственное инвестирование, трудности с по-

ставками, рост цен импортных товаров, изменение величины издержек и т. д.

### Методология межотраслевого баланса

Совокупный выпуск всех отраслей  $x$  складывается из двух компонентов: выпуска для конечного потребления  $Y$  и выпуска для межотраслевого потребления  $X$  (для обеспечения производства продукции других отраслей). Выпуск для межотраслевого потребления с помощью матрицы технологических коэффициентов определяется как  $AX$  (где  $A$  – матрица технологических коэффициентов с элементами  $a_{ij}$  – необходимый объем продукции  $i$ -й отрасли для производства единицы продукции  $j$ -й отрасли).

Соответственно, в сумме с конечным потреблением  $Y$  получим совокупный выпуск  $X$  [7]:

$$X = AX + Y. \quad (1)$$

Тогда

$$Y = X - AX. \quad (2)$$

Откуда получим

$$X = (E - A)^{-1} Y. \quad (3)$$

Так как компания ставит своей целью максимизацию прибыли, то целевая функция оптимизации будет иметь следующий вид:

$$Pr = X - \sum_{i=1}^n a_{ij} \cdot X - OT \cdot X - T \cdot X = (1 - \sum_{i=1}^n a_{ij} - OT - T) \cdot X, \quad (4)$$

где  $Pr$  – прибыль после налогообложения;

$OT$  – фонд оплаты труда;

$T$  – ставка налога на прибыль.

Поскольку  $X = (E - A)^{-1} Y$ , тогда

$$Pr = (1 - \sum_{i=1}^n a_{ij} - OT - T) \cdot (E - A)^{-1} Y \rightarrow \max. \quad (5)$$

При этом  $Y$  является линейной функцией от цены, имеющей вид

$$Y_i(P_i) = a_i - b_i P_i,$$

где  $Y_i(P_i)$  – величина спроса;

$a$  и  $b$  – некоторые константы;

$P_i$  – цена товара, относящегося к  $i$ -й отрасли;

$$b - \text{наклон линии спроса, } b = \frac{\Delta Y}{\Delta P}.$$

### Решение задачи установки баланса уровня цен в отрасли в ответ на внешние шоки

Рассмотрим решение поставленной ранее задачи на основе небольшого примера.

В табл. 1 приведены коэффициенты прямых затрат и конечная продукция отраслей на плановый период в условных денежных единицах.

Таблица 1

Матрица коэффициентов прямых материальных затрат и вектор конечного выпуска

Отрасль	Потребление			Конечный продукт	
	1	2	3		
Производство	1	0,3	0,15	0,12	300
	2	0,2	0,3	0,27	180
	3	0,11	0,3	0,21	200

В первую очередь необходимо найти плановый объем валовой продукции отраслей (вектор  $X$ ) при заданных матрице  $A$  и векторе  $Y$ .

$$\text{Матрица } A = \begin{pmatrix} 0,3 & 0,15 & 0,12 \\ 0,2 & 0,3 & 0,27 \\ 0,11 & 0,3 & 0,21 \end{pmatrix} - \text{прямые затраты.}$$

матрицы.

$$\text{Вектор } \begin{pmatrix} 300 \\ 180 \\ 200 \end{pmatrix} - \text{конечный продукт.}$$

Найдем плановый объем валовой продукции отрасли по формуле (3):

$$x = (E - A)^{-1} y = \begin{pmatrix} 682,83 \\ 680,09 \\ 608,66 \end{pmatrix}.$$

Отсюда получим межотраслевые поставки (табл. 2) по формуле

$$x_{ij} = a_{ij} \cdot x_j. \quad (6)$$

Т а б л и ц а 2

Таблица межотраслевого баланса в стоимостном выражении до решения задачи оптимизации

Отрасль	Потребление			Конечный продукт Y	Валовой продукт X	
	1	2	3			
Производство	1	203,96	102,91	73,00	300,00	679,87
	2	135,97	205,81	164,25	180,00	686,04
	3	74,79	205,81	127,75	200,00	608,35
Чистая продукция (добавленная стоимость) Z		265,15	171,51	243,34		
Валовой продукт X		679,87	686,04	608,35		
Оплата труда		101,98	116,63	109,50		
Налоги		21,21	7,13	17,40		
Pr		141,957	47,748	116,438	Сумма	306,144

Пронумеруем данные делением каждого показателя на значение цены, принимая при этом цену производства за единицу (табл. 3).

Т а б л и ц а 3

Нормированные данные межотраслевых поставок

	Межотраслевые поставки		
	1	2	3
1	0,3	0,15	0,12
2	0,2	0,3	0,27
3	0,11	0,3	0,21
Оплата труда	0,15	0,17	0,18
Налоги	0,03	0,01	0,03
Pr	0,21	0,07	0,19
Цена	1	1	1

Найдем оптимальное соотношение цен при максимизации прибыли по формуле (4), добавив ограничения на прибыль для каждой отрасли (табл. 4).

Т а б л и ц а 4

Ограничения на прибыль

1-я отрасль	2-я отрасль	3-я отрасль
0,23	0,08	0,2

На каждой итерации будем поочередно максимизировать прибыль отрасли при изменении ее цены методом обобщенного приведенного градиента.

Результат был получен через 8 итераций, когда значения цен начали изменяться менее чем на сотые значения. Полученный результат представлен в табл. 5 и 6.

Т а б л и ц а 5

Нормированные данные межотраслевых поставок после решения задачи оптимизации

	Межотраслевые поставки		
	1	2	3
1	0,32	0,16	0,13
2	0,21	0,31	0,28
3	0,12	0,31	0,22
Оплата труда	0,15	0,17	0,18
Налоги	0,03	0,01	0,03
Pr	0,23	0,07	0,21
Цена	1,05594	1,03346	1,04576

Т а б л и ц а 6

Таблица межотраслевого баланса в стоимостном выражении после решения задачи оптимизации

Отрасль	Потребление			Конечный продукт Y	Валовой продукт X	
	1	2	3			
Производство	1	204,85	102,01	73,04	300,00	679,90
	2	136,57	204,03	164,34	180,00	684,93
	3	75,11	204,03	127,82	200,00	606,96
Чистая продукция (добавленная стоимость) Z		263,38	174,86	241,76		
Валовой продукт X		679,90	684,93	606,96		
Оплата труда		97,00	111,87	104,77		
Налоги		22,48	6,96	18,19		
Pr		157,540	54,541	120,714	Сумма	332,796

На рисунке представлен график изменения цен по трем отраслям. В данном случае была рассмотрена оптимизация, когда каждая отрасль осуществляет свою деятельность по отдельности.

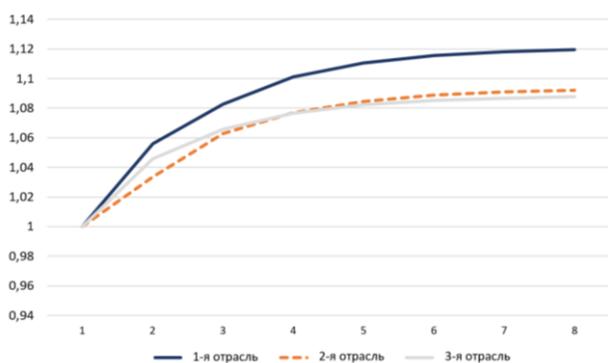


Рис. График изменения цен

Также рассмотрим ситуацию, когда мы не оптимизируем прибыль каждой отрасли по отдельности, а максимизируем совокупную прибыль всех отраслей (табл. 7 и 8).

Таблица 7  
Нормированные данные межотраслевых поставок после решения задачи оптимизации

	Межотраслевые поставки		
	1	2	3
1	0,34	0,17	0,13
2	0,22	0,33	0,30
3	0,12	0,33	0,23
Оплата труда	0,15	0,17	0,18
Налоги	0,04	0,01	0,03
<i>Pr</i>	0,26	0,09	0,22
Цена	1,12108	1,09320	1,08852

Таблица 8  
Таблица межотраслевого баланса в стоимостном выражении после решения задачи оптимизации совокупной прибыли отраслей

Отрасль		Потребление			Конечный продукт Y	Валовой продукт X
		1	2	3		
Производство	1	205,49	102,27	72,43	300,00	680,18
	2	136,99	204,54	162,96	180,00	684,49
	3	75,35	204,54	126,75	200,00	606,63
Чистая продукция (добавленная стоимость) Z		262,36	173,15	244,49		
Валовой продукт X		680,18	684,49	606,63		
Оплата труда		91,65	106,02	99,81		
Налоги		23,54	8,15	18,04		
<i>Pr</i>		157,541	54,543	120,713	Сумма	332,796

### Выводы

Разработанный инструментарий позволяет определить цены, устанавливаемые отраслью при учете влияния внешнего шока. Анализ реакций отраслей на внешние воздействия был произведен на основе межотраслевого баланса.

Необходимо отметить, что данная тематика также требует дополнительных исследований, например, рассмотрения влияния налоговой политики на производственный план, что позволит создать механизм, который в условиях рыночной экономики даст возможность дополнительного регулирования.

Список литературы

1. Гранберг А. Г., Суслов В. И., Суспицын С. А. Экономико-математические исследования многорегиональных систем // Регион: экономика и социология. – 2008. – № 2. – С. 120–150.
2. Ильин В. А., Ускова Т. В., Лукин Е. В., Кожевников С. А. Анализ и моделирование экономики на основе межотраслевого баланса. – Вологда : Вологодский научный центр Российской академии наук, 2017.
3. Леонтьев В. В. Экономические эссе. Теории, исследования, факты и политика. – М. : Политиздат, 1990.
4. Мельникова Л. В. Таблицы «затраты – выпуск»: путь к сближению наций // ЭКО. – 2011. – № 5 (443). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tablitzy-zatraty-vypusk-put-k-sblizheniyu-natsiy> (дата обращения: 31.08.2022).
5. Моисеев Н. А., Ахмадеев Б. А. Алгоритм оценки импортозамещения на основе таблиц затрат – выпуска // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. – № 3 (117). – С. 117–129.
6. Яковенко Д. Н. Применение линейной алгебры при моделировании экономических процессов // Аллея науки. – 2018. – Т. 5. – № 6 (22). – С. 270–273.
7. Meyer C. D. Matrix Analysis and Applied Linear Algebra. – Philadelphia : Society for Industrial and Applied Mathematics, 2000.
8. Quanrun Chen, Kunfu Zhu, Peng Liu, Xiangyin Chen, Kailan Tian, Lianling Yang, Cuihong Yang. Distinguishing China's Processing Trade in the World Input-Output Table and Quantifying its Effects // Economic Systems Research. – 2019. – N 31-3. – P. 361–381.

References

1. Granberg A. G., Suslov V. I., Suspitsyn S. A. Ekonomiko-matematicheskie issledovaniya mnogoregionalnykh sistem [Economic and Mathematic Research of Multi-Regional Systems]. *Region: ekonomika i sotsiologiya* [Region: Economics and Sociology], 2008, No. 2, pp. 120–150. (In Russ.).
2. Ilin V. A., Uskova T. V., Lukin E. V., Kozhevnikov S. A. Analiz i modelirovanie ekonomiki na osnove mezhotraslevogo balansa [Analyzing and Modeling Economy on the Basis of Inter-Branch Balance]. Vologda, the Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences, 2017. (In Russ.).
3. Leontev V. V. Ekonomicheskie esse. Teorii, issledovaniya, fakty i politika [Economic Essays. Theories, Research, Facts and Policy]. Moscow, Politizdat, 1990. (In Russ.).
4. Melnikova L. V. Tablitzy «zatraty – vypusk»: put k sblizheniyu natsiy [Tables ‘Costs – Output’: Way to Nations’ Rapprochement]. *EKO*, 2011, No. 5 (443). (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/tablitzy-zatraty-vypusk-put-k-sblizheniyu-natsiy> (accessed 31.08.2022).
5. Moiseev N. A., Akhmadeev B. A. Algoritm otsenki importozameshcheniya na osnove tablitsy zatrat – vypuska [Algorithm of Estimating Import Substitution on the Basis of Table ‘Costs – Output’]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2021, No. 3 (117), pp. 117–129. (In Russ.).

6. Yakovenko D. N. *Primenenie lineynoy algebry pri modelirovanii ekonomicheskikh protsessov* [Using Linear Algebra for Modeling Economic Processes]. *Alleya nauki* [Science Alley], 2018, Vol. 5, No. 6 (22), pp. 270–273. (In Russ.).

7. Meyer C. D. *Matrix Analysis and Applied Linear Algebra*. Philadelphia, Society for Industrial and Applied Mathematics, 2000.

8. Quanrun Chen, Kunfu Zhu, Peng Liu, Xiangyin Chen, Kailan Tian, Lianling Yang, Cuihong Yang. Distinguishing China's Processing Trade in the World Input-Output Table and Quantifying its Effects. *Economic Systems Research*, 2019, No. 31-3, pp. 361–381.

#### **Сведения об авторах**

##### **Дарья Васильевна Воротникова**

ассистент кафедры математических методов в экономике РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Vorotnikova.DV@rea.ru

##### **Никита Александрович Моисеев**

доктор экономических наук, профессор кафедры математических методов в экономике РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Moiseev.NA@rea.ru

##### **Николь Сергеевна Трындина**

младший научный сотрудник лаборатории институциональной динамики ЦЭМИ РАН.

Адрес: ФГБУН «Центральный экономико-математический институт РАН», 117418, Москва,

Нахимовский проспект, д. 47.

E-mail: Nicoletryndina@yandex.ru

#### **Information about the authors**

##### **Darya V. Vorotnikova**

Assistant of the Department for Mathematical Methods in Economics of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Vorotnikova.DV@rea.ru

##### **Nikita A. Moiseev**

Doctor of Economics, Professor of the Department for Mathematical Methods in Economics of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: Moiseev.NA@rea.ru

##### **Nicole S. Tryndina**

Research Assistant of the Laboratory of Institutional Dynamics in CEMI RAS.

Address: Central Economic and Mathematical Institute of the Russian Academy of Sciences, 47 Nakhimovsky Avenue, Moscow, 117418, Russian Federation.

E-mail: Nicoletryndina@yandex.ru

# ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗНАНИЯМИ

**И. Г. Горина**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

В современных условиях конкурентоспособность организации во многом зависит от развития кадрового потенциала, процесса управления трудовыми ресурсами. При подготовке персонала на первый план выходит процесс управления знаниями, внедрение которого оказывает положительное влияние как на производственный процесс, так и на кадровый менеджмент организации. В статье особое внимание уделено определению понятий «знания», «управление знаниями», «развитие кадрового потенциала», показана научная активность в данной области отечественных авторов с 2018 по 2022 г., выявлена взаимосвязь процесса управления знаниями и развития кадрового потенциала организации. Автором проведен анализ и представлена систематизация основных тенденций изучаемой предметной области. По результатам исследования было определено, что для отечественных ученых вопросы привлечения высококвалифицированных кадров и адаптации кадрового потенциала к организационным изменениям представляют особую актуальность. Показано, что, по данным электронной научной библиотеки Elibrary.ru, наибольшее количество исследований по управлению знаниями и развитию кадрового потенциала за последние пять лет проводилось в области образования, цифровизации и управления персоналом.

*Ключевые слова:* развитие кадрового потенциала, экономика труда, экономика знаний, управление персоналом.

# ORGANIZATION-MANAGERIAL MECHANISM OF SHAPING HUMAN CAPITAL IN ORGANIZATION BASED ON KNOWLEDGE MANAGEMENT

**Irina G. Gorina**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

Today organization competitiveness depends mainly on the development of HR potential and the process of labour resource management. In personnel training the process of knowledge management is on the foreground, its introduction can render positive effect both on production process and HR management of the organization. The article pays special attention to the definition of such notions as 'knowledge', 'knowledge management', 'development of HR potential', shows academic activity in this field in 2018–2022 on the part of home authors and finds interconnection between the process of knowledge management and development of HR potential. The author analyzed and systematized key trends of the subject area. Findings of the research demonstrate that for home scientists the problems of attracting highly-qualified personnel and adaptation of HR potential to organizational transformations are especially acute. According to Elibrary.ru data the biggest number of studies dealing with knowledge management and development of HR potential during the last 5 years were carried out in the field of education, digitalization and HR management.

*Keywords:* development of HR potential, labour economy, knowledge economy, HR management.

На сегодняшний день успех любой организации зависит не только от актуального направления деятельности и совершенствования технологических процессов производства, но и от правильно выстроенного кадрового менеджмента. При управлении персоналом для поддержания конкурентоспособности в любой организации появляется потребность в сохранении квалифицированных кадров, а также в накоплении и использовании знаний внутри самой организации. Процесс управления знаниями обеспечивает организации множество преимуществ: сохранение и привлечение информации как внутри организации, так и за ее пределами за счет ценных знаний и опыта персонала, правильно организованного процесса по передаче знаний коллективу, структур организации и сторонних источников в результате создания единой базы знаний и быстрого доступа к ценной информации. Процесс управления знаниями положительно повлияет на производственный процесс организации, позволяя минимизировать затраты на производство, а также на мотивационную составляющую коллектива работников, увеличивая тем самым ее конкурентоспособность.

Научный интерес представляет управление знаниями через формирование кадрового потенциала организации, что поз-

волит сохранить, преобразовать и приумножить внутриорганизационные знания и воспитать на своей территории кадровый высококвалифицированный резерв.

Вместе с тем развитие кадрового потенциала невозможно без учета профессиональных достижений, опыта и навыков каждого сотрудника. Таким образом, в основу человеческого капитала входят знания. Одновременно с осознанием необходимости реализации процессов управления знаниями отмечается их научное осмысление. Отечественные и зарубежные ученые определяют новые области в данном направлении и перспективы применения инструментов менеджмента. Особое внимание этим вопросам уделено в трудах Д. К. Захарова [4], С. Г. Михайлова [5], П. В. Журавлева, М. Н. Кулапова, С. В. Манахова, П. Х. Катабая [3], Н. М. Фоменко [9–11] и др.

В общем виде процесс управления знаниями, как и любой управленческий процесс, можно представить как взаимодействие субъектов и объектов управления. При этом субъект управления формирует цели функционирования объекта управления и определяет инструменты, с помощью которых существующий или создаваемый объект управления сможет достичь этих целей. Рассмотрим основные трактовки понятия «знание» (таблица).

#### Основные трактовки понятия «знание»

Автор	Трактовка
С. Г. Михайлов [5]	Знания – это возобновляемый ресурс, который в процессе своего использования лишь увеличивается, соприкасаясь с различными видами деятельности и технологиями
Д. К. Захаров [4]	Корпоративные знания весьма многообразны. Они, как правило, включают электронные курсы, медиатеку, инструменты виртуальной коммуникации и другие инструменты, благодаря которым сохраняются и распространяются профессиональные и организационные знания
М. Н. Кулапов [3]	Под знанием в современном мире понимается не только то, что знает человек, но также и то, что «знает» организация в целом
И. Н. Остапенко [8]	Знания – это опыт, мысли, подходы, идеи относительно того, каким будет производство, каким образом оно будет организовано, как удовлетворить потребности общества
Н. М. Фоменко [9]	Знания – это все то, что большинство организаций производят, продают, приобретают
П. Друкер [1]	Интеллектуальные работники владеют своими «средствами производства», заключающимися в их знаниях

Обобщая полученную информацию, в рамках данного исследования мы придер-

живаемся трактовки В. Р. Веснина<sup>1</sup>, утверждающего, что под знаниями следует по-

<sup>1</sup> См.: Веснин В. Р. Менеджмент : учебник. – 4-е изд. – М. : Проспект, 2011. – С. 557.

нимать некоторую осмысленную и систематизированную информацию в виде совокупности идей, сведений, опыта, навыков, способностей, которые дают возможность перерабатывать новые данные и использовать их для решения стоящих задач.

При этом ряд авторов считает интересным деление знаний на явные и неявные.

*Явное знание* – это неличностное, формализованное, распространяемое знание.

*Неявное знание* – это знание, требующее дополнительной теоретико-методологической проработки (исследований) или экспериментальной проверки (подтверждения).

Цель данного научного исследования – выявить взаимосвязь и взаимозависимость понятий «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала» в российских научных исследованиях. Информационной базой исследования стала база научной электронной библиотеки Elibrary.ru. В рамках данной базы в соответствии с определенными критериями были отобраны научные статьи отечественных авторов, отражающие направление исследования. Последовательность проведения исследования приведена на рис. 1.

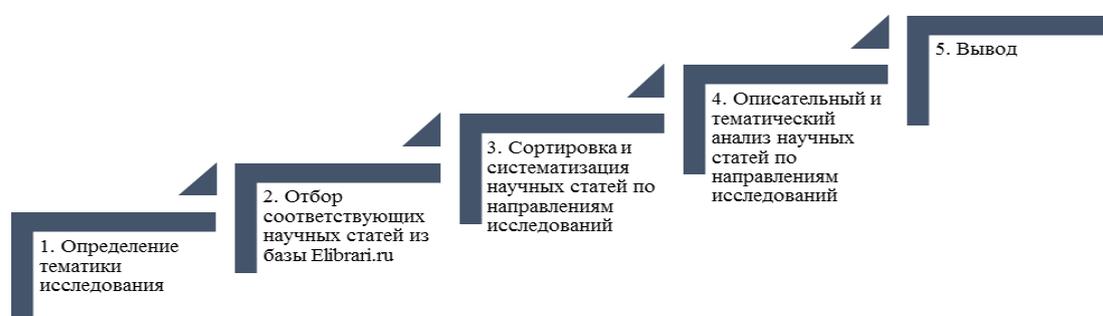


Рис. 1. Основные этапы исследования

**Этап 1.** Прежде всего была определена тематика, а также цели и задачи исследования. После выявления основной тематики научного исследования, а именно сопоставления понятий и значений категорий «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала», был определен круг решаемых задач: областей научного исследования и перспектив их развития в современных условиях, общей проблематики анализируемых понятий в исследуемых научных областях.

**Этап 2.** На данном этапе был определен ресурс для подбора научных статей данного исследования – база Elibrary.ru. Период публикаций был определен последними пятью годами издания научных статей (с 2018 по 2022 г.). В соответствии с особенностями научной электронной библиотеки Elibrary.ru поисковый запрос настраивался следующим образом:

– первый поиск осуществлялся по словосочетанию «управление знаниями», а второй – по словосочетанию «развитие кадрового потенциала» в научных статьях, включенных в базу РИНЦ, с сортировкой по максимальному объему цитирований;

– общими критериями для двух поисковых запросов были публикации из научных журналов и материалов конференций с цитируемостью не ниже 20 (статьи с цитируемостью ниже 20 не рассматривались).

В результате поискового запроса в научной электронной библиотеке Elibrary.ru по словосочетанию «управление знаниями» в соответствии с установленными критериями было выделено 4 136 научных статей: 1 321 статья опубликована в 2018 г., 1 085 – в 2019 г., 690 – в 2020 г., 692 – в 2021 г. и 348 – в 2022 г. По результатам второго поискового запроса по

словосочетанию «развитие кадрового потенциала» в соответствии с установленными критериями была выделена 4 231 статья: 859 научных статей опубликованы в 2018 г., 942 – в 2019 г., 983 – в 2020 г., 959 – в 2021 г. и 488 – в 2022 г. Следует отметить, что в результате поисковых запросов в отобранный массив научных статей попали публикации, не соответствующие тематике проводимого исследования, поэтому путем дополнительного отбора некоторые из них были исключены. Таким образом, после дополнительного отбора в соответствии с тематикой исследования и учета всех за-

данных критериев выделились следующие научные статьи:

- по управлению знаниями – 24 публикации: 18 статей в 2018 г., 4 статьи в 2019 г., 3 статьи в 2020 г., 0 статей в 2021 и 2022 гг.;
- по развитию кадрового потенциала – 23 публикации: 10 статей в 2018 г., 6 статей в 2019 г., 5 статей в 2020 г., 1 статья в 2021 г. и 0 статей в 2022 г.

Соотношение количества научных статей по двум поисковым запросам, соответствующим тематике исследования, представлено на рис. 2.

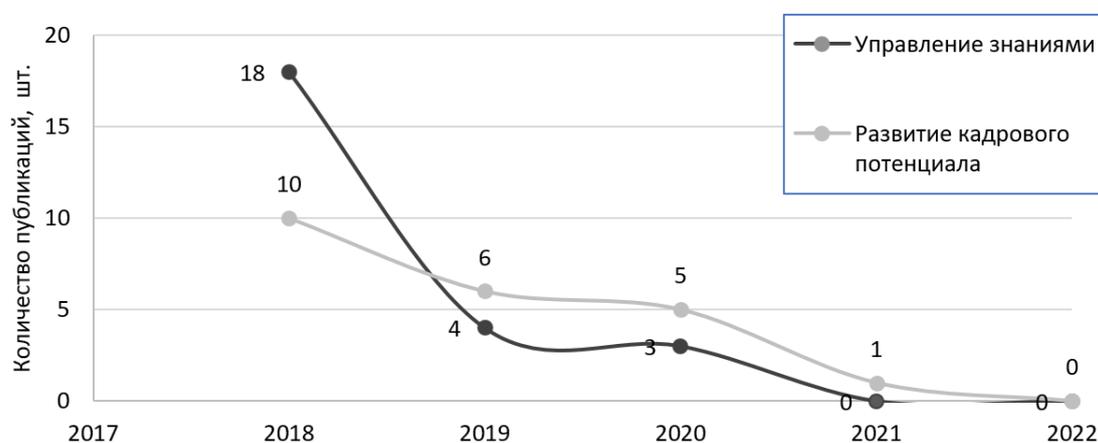


Рис. 2. Соотношение количества публикаций по управлению знаниями и развитию кадрового потенциала

**Этап 3.** На данном этапе была проведена группировка научных исследований по направлениям «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала». С помощью тщательного анализа каждого из понятий определились некоторые публикации, отвечающие сразу нескольким направлениям одновременно. Среди научных статей по управлению знаниями были выделены следующие направления:

- цифровая экономика – 7;
- образование – 7;
- экономика знаний – 4;
- менеджмент инноваций (инновационный менеджмент) – 5;
- промышленность – 2;
- управление персоналом – 2;

- управление человеческими ресурсами – 2;
- принятие решений – 2;
- государственное управление – 1;
- стратегический менеджмент – 1;
- организационный менеджмент – 1.

По ранее отобранному научному исследованию, соответствующим тематике «развитие кадрового потенциала», были выделены следующие направления:

- образование – 4;
- контент-анализ – 4;
- кадровый менеджмент – 3;
- цифровая экономика – 3;
- управление компетенциями – 2;
- государственное управление – 2;
- управление персоналом – 2;

- агропромышленность – 3;
- сельское хозяйство – 2;
- региональный менеджмент – 2;
- стратегический менеджмент – 1;
- инновационный менеджмент – 1;
- форсайт – 1;
- концепция социальной ответственности бизнеса – 1.

После сортировки научных публикаций, соответствующих понятиям «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала», отобранных по определенным критериям из электронной библиотеки Elibrary.ru, в процессе сравнительного анализа были выявлены наиболее популярные направления исследований. Полученные результаты представлены на рис. 3.

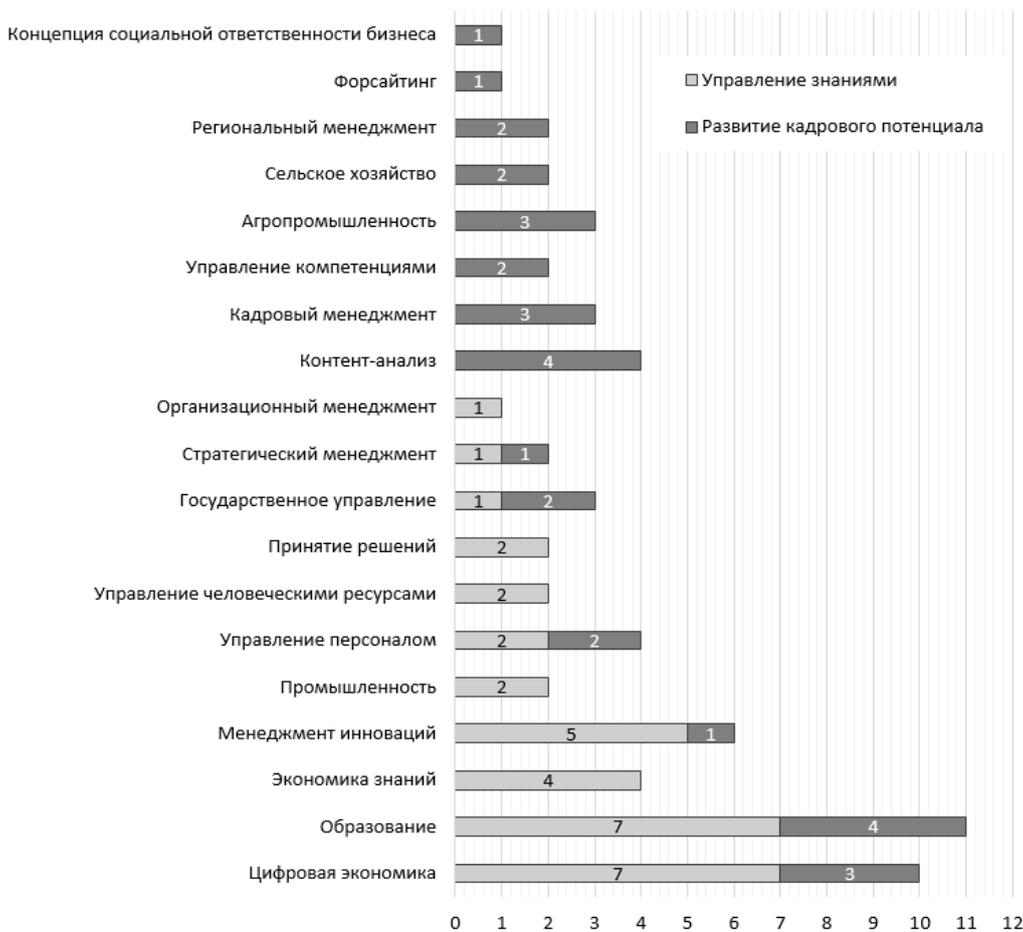


Рис. 3. Соотношение направлений исследований понятий «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала»

При рассмотрении научных статей на предмет основной направленности было отмечено, что многие исследования проводились без описания методологии исследования, в тексте не рассматривалась научная ретроспектива и отсутствовали фундаментальные категории исследуемых понятий. Многие авторы опирались на собственный практический опыт или опыт

организаций, в зависимости от направленности исследования.

**Этап 4.** На данном этапе был проведен описательный и тематический анализ научных публикаций по направлениям исследования. При этом более детально были проанализированы публикации, соответствующие всем критериям отбора, и определены наиболее популярные на-

правления исследований по каждому из поисковых запросов.

Между тем имели место и единичные публикации, относящиеся к более узкой научной направленности. Такие публика-

ции в данном исследовании не представляли интерес, поэтому были исключены. Основные направления исследований представлены на рис. 4.

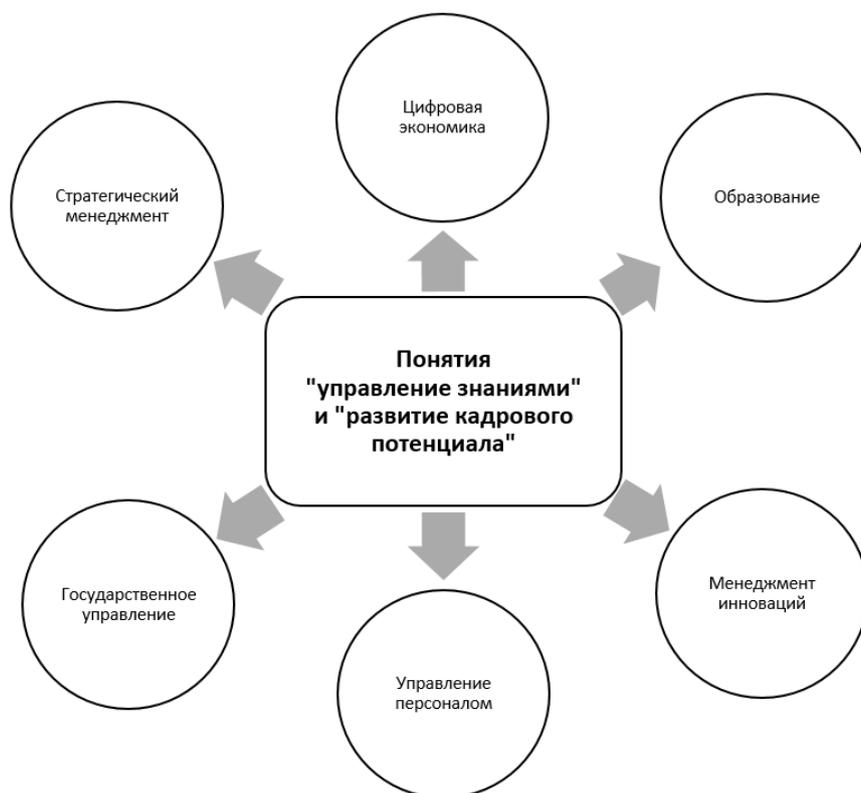


Рис. 4. Основные направления исследований понятий «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала»

Таким образом, исследуемые нами понятия «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала» широко рассматриваются в таких областях, как:

– *цифровая экономика* – освещаются вопросы цифровизации организаций, предприятий и бизнеса, их отдельных технологических и управленческих процессов, а также цифровизации в рамках национального проекта «Цифровая экономика Российской Федерации»;

– *образование* – затрагиваются темы технологий электронного обучения, создания и интеграции информационной среды университета, подготовки высококвалифицированных кадров;

– *менеджмент инноваций* – поднимаются вопросы технологии управления человеческими ресурсами, развития инновационных экономических знаний, ускорения инновационных процессов в рамках четвертой промышленной революции, а также формирования кадрового потенциала и развития конкурентоспособности организации;

– *управление персоналом* – освещаются вопросы технологий аутсорсинга, аутстаффинга и лизинга персонала, самоменеджмента, развития компетенций и принятия решений;

– *стратегический менеджмент* – исследуются вопросы формирования кадрового потенциала как одного из существенных

направлений стратегического управления организацией;

– государственное управление в макроэкономике и региональном менеджменте.

После определения основных направлений исследований научных публикаций по управлению знаниями и развитию кадрового потенциала ситуация выглядит

следующим образом: в 2018 г. была опубликована 31 статья, в 2019 г. – 8 статей, в 2020 г. – 7 статей, в 2021 г. – 1 статья и в 2022 г. – 0 статей.

На рис. 5 представлена таблица соотношений опубликованных исследований по годам и их основным направлениям.

Цифровая экономика	Цифровая экономика		
Образование	Образование	Образование	
Менеджмент инноваций	Менеджмент инноваций		
Управление персоналом		Управление персоналом	Управление персоналом
Государственное управление		Государственное управление	
Стратегический менеджмент	Стратегический менеджмент	Стратегический менеджмент	
2018	2019	2020	2021

Рис. 5. Таблица соотношения опубликованных исследований по основным направлениям

Исходя из вышеизложенного можно выделить три области, в которых понятия «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала» наиболее востребованы: цифровая экономика, образование и менеджмент инноваций.

*Этап 5.* На заключительном этапе исследования был подведен результат, который показывает взаимосвязь исследуемых понятий «управление знаниями» и «развитие кадрового потенциала». Особую актуальность данные понятия имеют в областях цифровой экономики и образования. Часто эти области идут неразрывно. Например, актуальным остается вопрос цифровизации образовательного процесса, приводятся возможные варианты модернизации и создания цифровых образовательных платформ. Также исследуется те-

ма кадрового обеспечения в образовательных учреждениях с учетом цифровизации и создания особых цифровых компетенций.

Актуальными остаются вопросы привлечения высококвалифицированных кадров, а также адаптации кадрового потенциала к организационным изменениям. В ходе исследования было выявлено, что большинство работ, посвященных этим вопросам, были опубликованы в 2018 г. Следовательно, к настоящему времени тенденция изучения вопросов управления знаниями и формирования кадрового потенциала в цифровой экономике и образовании снизилась. При этом противоположную тенденцию имеет исследование вопросов управления персоналом.

#### Список литературы

1. Друкер П. Менеджмент. Вызовы XXI века. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012.
2. Журавлев П. В. Российские подходы к оценке человеческого капитала с позиции бизнес-аналитики // Научно-аналитический журнал «Наука и практика» Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – Т. 9. – 2017. – № 4 (28). – С. 32–38.

3. Журавлев П. В., Кулапов М. Н., Манахов С. В., Катабай П. Х. Менеджмент персонала: развитие концепции : монография. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2021.
4. Захаров Д. К. Основные положения концепции управления знаниями современной организации // Инновационные научные исследования в современном мире: теория, методология, практика : сборник научных статей по материалам VII Международной научно-практической конференции. 31 января 2022 г. – Уфа : НИЦ «Вестник науки», 2022. – С. 76–82.
5. Михайлов С. Г. Социальный феномен знаний в технологическом преобразовании предприятий и организаций // Телескоп : журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2022. – № 1. – С. 118–124.
6. Никулин Л. Ф. «Четвертая парадигма» и менеджмент // Научно-аналитический журнал «Наука и практика» Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2018. – Т. 10. – № 1 (29). – С. 48–63.
7. Симченко Н. А., Зиновьев Ф. В., Ганиева А. К. Развитие экономики труда в цифровую эпоху: методы и технологии : монография. – Симферополь : КФУ, 2022.
8. Стратегическое управление развитием информационной безопасности социально-экономических систем на основе умных технологий : монография. – Симферополь : КФУ, 2022.
9. Фоменко Н. М. Информационные технологии в процессе управления знаниями // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. – 2015. – № 1 (185). – С. 80–85.
10. Фоменко Н. М. Кадры и их подготовка в период индустриальной революции: взгляд в будущее // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 11 (100). – С. 1108–1111.
11. Фоменко Н. М., Кураян К. А. Управление персоналом в современной организации: новая область исследований и ее перспективы // Экономика и предпринимательство. – 2021. – № 11 (136). – С. 1286–1289.

#### References

1. Druker P. Menedzhment. Vyzovy XXI veka [Management. Challenges of the 21st Century]. Moscow, Mann, Ivanov i Ferber, 2012. (In Russ.).
2. Zhuravlev P. V. Rossiyskie podkhody k otsenke chelovecheskogo kapitala s pozitsii biznes-analitiki [Russian Approaches to the Assessment of Human Capital from the Position of Business Analytics]. *Nauchno-analiticheskiy zhurnal «Nauka i praktika» Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Scientific and Analytical Journal "Science and Practice" Plekhanov Russian University of Economics], 2017, Vol. 9, No. 4 (28), pp. 32–38. (In Russ.).
3. Zhuravlev P. V., Kulapov M. N., Manakhov S. V., Katabay P. Kh. Menedzhment personala: razvitie kontseptsii: monografiya [Personnel Management: Concept Development, monograph]. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2021. (In Russ.).
4. Zakharov D. K. Osnovnye polozheniya kontseptsii upravleniya znaniyami sovremennoy organizatsii [The Main Provisions of the Concept of Knowledge Management of a Modern Organization]. *Innovatsionnye nauchnye issledovaniya v sovremennom mire: teoriya, metodologiya, praktika: sbornik nauchnykh statey po materialam VII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 31 yanvarya 2022 g.* [Innovative Scientific Research in the Modern World: Theory, Methodology, Practice, collection of scientific articles based on the materials of the 7th International Scientific and Practical Conference. 31 January 2022]. Ufa, SPC «Bulletin of science», 2022, pp. 76–82. (In Russ.).

5. Mikhaylov S. G. Sotsialnyy fenomen znaniy v tekhnologicheskom preobrazovanii predpriyatiy i organizatsiy [The Social Phenomenon of Knowledge in the Technological Transformation of Enterprises and Organizations]. *Teleskop: zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovaniy* [Telescope: journal of sociological and marketing research], 2022, No. 1, pp. 118–124. (In Russ.).

6. Nikulin L. F. «Chetvertaya paradigma» i menedzhment [The «Fourth Paradigm» and Management]. *Nauchno-analiticheskiy zhurnal «Nauka i praktika» Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Scientific and Analytical Journal "Science and Practice" Plekhanov Russian University of Economics], 2018, Vol. 10, No. 1 (29), pp. 48–63. (In Russ.).

7. Simchenko N. A., Zinovev F. V., Ganieva A. K. Razvitie ekonomiki truda v tsifrovuyu epokhu: metody i tekhnologii: monografiya [Development of the Labor Economy in the Digital Age: Methods and Technologies, monograph]. Simferopol, KFU, 2022. (In Russ.).

8. Strategicheskoe upravlenie razvitiem informatsionnoy bezopasnosti sotsialno-ekonomicheskikh sistem na osnove umnykh tekhnologiy: monografiya [Strategic Management of Information Security Development of Socio-Economic Systems Based on Smart Technologies, monograph]. Simferopol, KFU, 2022. (In Russ.).

9. Fomenko N. M. Informatsionnye tekhnologii v protsesse upravleniya znaniyami [Information Technologies in the Process of Knowledge Management]. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Severo-Kavkazskiy region. Obshchestvennye nauki* [University News. North-Caucasian Region. Social Sciences Series], 2015, No. 1 (185), pp. 80–85. (In Russ.).

10. Fomenko N. M. Kadry i ikh podgotovka v period industrialnoy revolyutsii: vzglyad v budushchee [Personnel and their Training During the Industrial Revolution: a Look into the Future]. *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Journal of Economy and Entrepreneurship], 2018, No. 11 (100), pp. 1108–1111. (In Russ.).

11. Fomenko N. M., Kurayan K. A. Upravlenie personalom v sovremennoy organizatsii: novaya oblast issledovaniy i ee perspektivy [Personnel Management in a Modern Organization: a New Field of Research and its Prospects]. *Ekonomika i predprinimatelstvo* [Journal of Economy and Entrepreneurship], 2021, No. 11 (136), pp. 1286–1289. (In Russ.).

#### Сведения об авторе

##### Ирина Григорьевна Горина

аспирантка кафедры теории менеджмента и бизнес-технологий; начальник отдела обслуживания читателей и книгохранения Научно-информационного библиотечного центра имени академика Л. И. Абалкина РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: Gorina.IG@rea.ru

#### Information about the author

##### Irina G. Gorina

Post-Graduate Student of the Department for Management Theory and Business Technologies; Head of the Department of Reader Service and Book Storage Scientific and Information Library Center named after Academician L. I. Abalkin of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: Gorina.IG@rea.ru



# МОТИВАЦИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР

**А. В. Родионов, Д. В. Корнеев, Е. В. Щербакова, А. Э. Петрущенко**

Луганский государственный университет имени Владимира Даля,  
Луганск, Луганская Народная Республика

В статье проанализированы основные теории, мотивы создания и деятельности интегрированных предпринимательских структур. Проведен анализ сущности слияний и поглощений как экономических явлений процесса концентрации капитала, что дало возможность констатировать их постепенное усложнение с каждой последующей стадией развития мировой экономики. Авторами дано определение понятия «интегрированная инфраструктура предпринимательства», которое является совокупностью хозяйствующих предпринимательских единиц, достигающих взаимосогласованности в организационно-хозяйственных и финансово-кредитных вопросах для решения общих задач и получения синергического эффекта. Исследованы две базовые теории, существующие в современной экономической науке для обоснования преимуществ объединения компаний путем их слияния и поглощения в интегрированные предпринимательские структуры: теория синергии, или теория повышения добавленной экономической стоимости компании, и теория гордыни. На основе изучения исследований развернутых классификаций мотивов слияния и поглощения компаний, целей заключения интеграционных соглашений в разрезе их участников сформирована классификация мотивов по следующим классификационным признакам: мотивы эффективности текущей деятельности, финансовые мотивы и мотивы приобретения конкурентных преимуществ. Выделены и охарактеризованы особенности отечественной практики операций слияния и поглощения компаний, которыми являются банкротство и рейдерство.

*Ключевые слова:* интегрированные предпринимательские структуры, слияние и поглощение, теория синергии, теория гордыни, классификация мотивов, финансовые мотивы, мотивы приобретения конкурентных преимуществ, мотивы эффективности текущей деятельности.

## MOTIVATING INTEGRATION PROCESSES IN ENTREPRENEURIAL STRUCTURES

**Alexander V. Rodionov, Dmitry V. Korneev,  
Ekaterina V. Scherbakova, Anton E. Petrushchenko**

Luhansk State University named after Vladimir Dahl,  
Luhansk, Lugansk People's Republic

The article analyzes key theories, reasons for building and functioning of integrated entrepreneurial structures. The authors regard the essence of mergers and acquisitions (M & A) as economic phenomena dealing with capital concentration, which makes it possible to highlight their gradual complication with each stage of global economy development. They define the notion 'integrated infrastructure of entrepreneurship', which means a sum total of economic business units that reach mutual coordination in organizational-economic and financial-credit fields in order to resolve common problems and obtain synergy effect. The article studied two principle theories available in today's economics substantiating benefits of company amalgamation through M & A into integrated business structures: the theory of synergy or the theory of added economic value growth and the theory of pride. By researching detailed classifications of reasons for M & A of companies, goals of integration agreements in view of their participants the classification of reasons was worked out by the following classification signs: reasons of current work efficiency, finance reasons and reasons for gaining competitive advantages. Specific features of home practice in the field of M & A operations were identified and characterized, which include bankruptcy and raiding.

*Keywords:* integrated business structures, mergers and acquisitions (M & A), theory of synergy, theory of pride, classification of reasons, finance reasons, reasons for gaining competitive advantages, reasons of current work efficiency.

Глобализация всех сфер общественной жизни в условиях экономической нестабильности приводит к постоянной конкурентной борьбе субъектов рыночных отношений. Как следствие, предпринимательские структуры изменяют положение стратегий ведения хозяйства. В свете текущей ситуации последние активно прибегают к интеграционным процессам на международных и национальных рынках путем слияния и поглощения предпринимательских структур, создания стратегических альянсов, совместных предприятий.

Мотивация создания и деятельности интегрированных предпринимательских структур является актуальным, научно-весомым вопросом развития предпринимательства. Исследование теорий, целей и мотивов интеграционных процессов углубляет знание и понимание новых характеристик, присущих интегрированным предпринимательским структурам, по сравнению с субъектами хозяйствования, не задействованными в интеграции [2].

Экономическая мысль современности предлагает ряд научных исследований по сквозной тематике теоретико-методологических основ интеграции предпринимательских структур. Ценными в раскрытии мотивации интеграции процессов предпринимательства стали научные труды

И. Г. Владимировой [1], Ю. В. Игнатишина [7], М. Г. Кулаков [12], С. В. Савчук [13].

Усилия исследований ученых сосредоточены на раскрытии различных аспектов проблемы, решение которой прежде всего требует их систематизации как основы конкретизации задач и путей положительного развития процесса. С учетом весомого вклада ученых в выявление и оценку основных мотивов интеграции предпринимательских структур считаем необходимым систематизировать, обобщить и переосмыслить теоретические подходы в соответствии с требованиями современности.

В последние годы все чаще появляется информация об интеграционных процессах предприятий. Основными методами создания современных интегрированных предпринимательских структур выступают слияния и поглощения, которые фактически выражаются в передаче корпоративного контроля, покупке и обмене активов. Для лучшего понимания сущности слияний и поглощений как экономических явлений процесса концентрации капитала проанализируем их развитие в историческом срезе. Мировая практика насчитывает пять этапов развития организационных форм концентрации капитала в противостоянии антимонопольным политикам правительств ведущих стран (рис. 1).

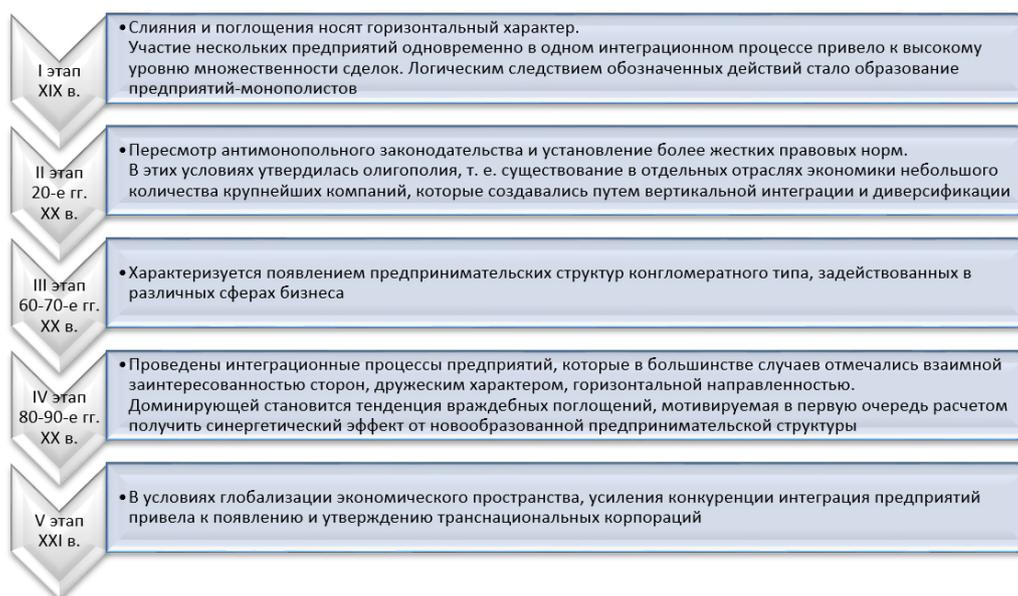


Рис. 1. Этапы интеграционных процессов субъектов предпринимательства

Исследование пяти этапов интеграционных процессов субъектов предпринимательства показало их постепенное усложнение с каждой последующей стадией развития мировой экономики. Следовательно, мотивы образования интегрированных предпринимательских структур следует рассматривать на глобальном, конкурентоспособном уровне организации деятельности. Конкуренция как стимул к достижению высших целей побуждает предпринимательские структуры увеличивать масштабы интеграции, показатели прибыли и рентабельности, повышать результативность, работать с учетом стратегии обеспечения конкурентоспособности и финансового роста, т. е. постоянно совершенствовать финансово-хозяйственную деятельность [4]. Поэтому на современном этапе развития рыночных отношений предпринимательские структуры путем консолидации капиталов, использования рабочих, прибыльных схем хозяйственной деятельности борются за свое место на рынке. Организационные же формы их функционирования вышли за пределы антимонопольного контроля вследствие их транснационального проявления [10].

Для обоснования вышеуказанных положений целесообразно ввести в рассмотрение понятие «интегрированная инфраструктура предпринимательства», под которой предлагается понимать совокупность хозяйствующих предпринимательских единиц, которые достигают взаимосогласованности в организационно-хозяйственных и финансово-кредитных вопросах для решения общих задач и получения синергического эффекта. Введение указанной дефиниции обусловлено необходимостью систематизации положений интегрированных предпринимательских структур.

Объединение хозяйствующих предпринимательских единиц мотивируется многими факторами, которые по своей сути имеют разностороннее выражение. Перед заключением интеграционного соглашения необходимо четко определить, про-

анализировать изменение стоимости новообразованного предприятия.

Попытки обобщить положения научных достижений привели к выделению двух базовых теорий, которые предлагает современная экономическая наука для обоснования преимуществ объединения компаний путем их слияния и поглощения в интегрированные предпринимательские структуры. Наиболее распространенной является теория синергии, или теория повышения добавленной экономической стоимости компании. Термин «синергия» в экономику был введен И. Ансоффом для обоснования возникновения и деятельности групповых структур.

Синергия – это взаимовыгодная связь или сочетание, объединение отдельных бизнес-участников или элементов (ресурсов, усилий), а синергизм – взаимодействие отдельных организаций или условий, что в результате даст больший эффект, чем сумма индивидуальных эффектов указанных организаций или условий. Синергизм базируется на получении дополнительных преимуществ, прибавочной стоимости от объединения частей в единое целое: преимущества нового образования больше, чем сумма преимуществ отдельных частей к объединению [5]. Таким образом, предприятия путем взаимосогласованной деятельности достигают эффекта взаимовыгодности.

Согласно теории синергии, совокупная стоимость и эффективность новообразованной интегрированной предпринимательской структуры превышает сумму стоимостей и эффективностей обособленной деятельности предприятий. Синергия бывает операционной и финансовой. Одной из технологий, обеспечивающих операционную синергию, является относительно новая и эффективная технология кросс-маркетинга, сущность которой заключается в объединении усилий двух или более компаний для продвижения взаимосвязанных (заменяющих и дополняющих) товаров и услуг за счет пересечения потенциальных потребителей на рынках сбыта [8].

Другой теорией изучаемой тематики является теория гордыни, согласно которой заключение соглашения о приобретении компании-цели – это личное решение руководителей и менеджеров компании-покупателя. По их мнению, рыночная цена выбранной для покупки компании не отвечает ее будущим перспективам.

Как вполне обоснованно утверждал исследователь М. Козодаев [9], при оценке

операций слияния и поглощения целесообразно проводить независимую оценку бизнеса. Преимущество такого подхода заключается в возможности получить объективную информацию (без завышения или недооценки, занижения) о предприятии-цели. Поэтапный алгоритм оценки бизнеса приведен на рис. 2.

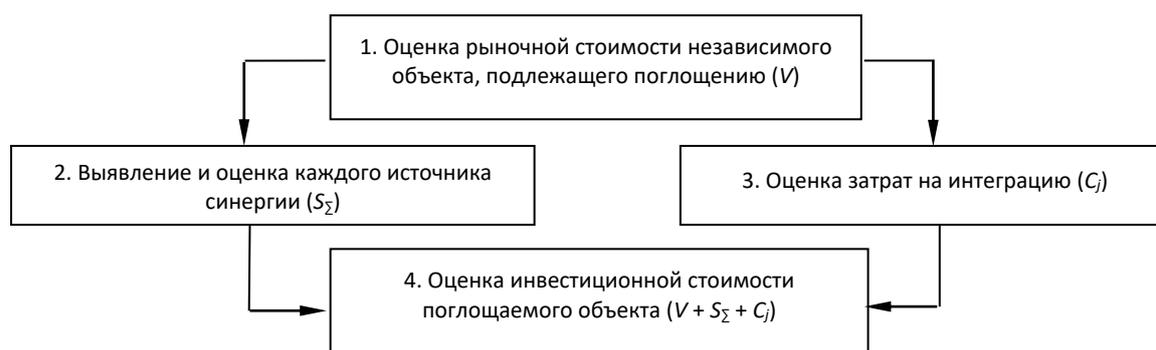


Рис. 2. Алгоритм оценки бизнеса для целей слияния и поглощения [9]

В современной экономической научной литературе мотивом принято считать потенциальный выигрыш при оптимальном проведении операции и сопутствующих ей мер по интеграции двух или более компаний. Отметим, что мотивы интеграции могут предполагать достижение прямой или косвенной выгоды. Исследователи тематики разработали развернутые классификации мотивов слияния и поглощения компаний, подчеркнули веские положения интеграционных процессов.

Основными мотивами слияния и поглощения компаний следует считать [11]:

- достижение синергического эффекта;
- повышение качества управления, устранение неэффективности;
- налоговые мотивы;
- диверсификацию производства;
- возможность использования избыточных ресурсов;
- разницу в рыночной цене компании и стоимости ее замещения;

– разницу между ликвидационной и текущей рыночной стоимостью (продажа «вразброс»);

– личные мотивы менеджеров, стремление увеличить политический вес руководства компании.

Мотивы интеграционных процессов, исходя из желания компаний максимизировать доходы, делят на три группы: уменьшение оттока ресурсов, увеличение или стабилизация притока ресурсов, нейтральные мотивы по отношению к движению ресурсов [13].

Еще одна классификация мотивов описывает два основных фактора-импульса к интеграции:

- *внешний мотив*: глобализация и макроэкономические сдвиги, изменения внешней, в частности конкурентной, среды, которые снижают эффективность текущей деятельности компании и заставляют ее искать новые пути развития (государственное регулирование, состояние конкретной отрасли, политические причины);

– *внутренний мотив*: стремление к корпоративной синергии и уменьшение затрат (приобретение новых технологий, каналов сбыта, клиентской базы, высококвалифицированного персонала, налоговая экономия, личные мотивы собственников) [5; 6; 14; 15].

В контексте изучаемой тематики ученые наряду с операционными, финансовыми и инвестиционными блоками мотивов выделяют новый блок – стратегические мотивы слияния и поглощения компаний. В рамках стратегического блока мотивов речь идет о повышении эффективности управления, исследовании рынков, взаимодействии с партнерами и конкурентами, законодательных аспектах [5].

Приоритетные цели компаний при проведении операций слияния и поглощения компаний делятся на следующие виды:

– защитные цели, в которых компании ищут возможности своего роста за счет приобретения дополняющих активов, нейтрализации конкурентов;

– инвестиционные цели, заключающиеся в размещении свободных средств, покупке недооцененных активов, инвестировании излишков наличных средств;

– информационные цели, которые раскрываются через лучшую информированность о технологиях, расходах поставщиков, предпочтениях потребителей продукции;

– инструмент конкурентной стратегии – повышение барьеров выхода на рынок для потенциальных конкурентов;

– цели акционеров – создание партнерства или привлечение стратегического инвестора в свою компанию, выделение части бизнеса в отдельную бизнес-единицу [9; 11].

В современных источниках представлена еще одна точка зрения, где обосновывается разделение мотивов на рациональные и сомнительные. К рациональным мотивам относятся те, которые обусловлены желанием получить синергию; к сомнительным – мотивы, которые на первый взгляд выглядят достаточно аргументиро-

ванными, но на практике редко приводят к возникновению прибавочной стоимости [2. – С. 13].

Как отмечалось выше, мотивы могут также предусматривать косвенную выгоду. В развитии указанного положения учеными разработаны две гипотезы, предлагающие свое решение изучаемой проблемы. Согласно первой гипотезе в некоторых ситуациях у компаний нет лучшей альтернативы, чем искать союзника или партнера. Хотя заранее известно, что компания не имеет перспектив развития и гарантированного роста курсовой стоимости акций, т. е. успеха объединения усилий компаний, они проводят интеграцию, поскольку в случае отказа компании от интеграционного соглашения она будет вытеснена с рынка. Согласно второй гипотезе не все преимущества и итоги сделок могут быть немедленно оценены финансовым рынком, но они способствуют росту компании в будущем [9].

Для систематизации положений, предложенных ранее, с целью углубленного понимания современных мотивов интеграционных процессов предпринимательских структур, по нашему мнению, их следует максимально обобщить.

Теории и мотивы, а в конечном итоге – цели интеграционных процессов носят разносторонний характер. Субъектами этих процессов выступают макроэкономическая среда, предпринимательские структуры, наемные менеджеры. Анализ мотивов интеграционных процессов позволяет сделать вывод, что их основная направленность сосредоточена на достижении преимуществ в коротко- или долгосрочном периоде. Цели интеграционной трансформации с точки зрения внешней макроэкономической среды, компаний и менеджеров представлены на рис. 3.

Приоритетной в исследовании является финансовая деятельность и эффективность интегрированных предпринимательских структур. В представленной ранее классификации такая особенность является универсальной для каждого клас-

сификационного признака. Поскольку настоящее время характеризуется экономической нестабильностью и основное внимание руководителей предпринимательских структур сосредоточено на направлениях, способных удержать компанию в рамках завоеванной ранее доли рынка либо сохранения положительного результата хозяйственной деятельности, считаем своевременным классифициро-

вать мотивы по таким классификационным признакам, как мотивы эффективности текущей деятельности, финансовые мотивы и мотивы приобретения конкурентных преимуществ. Все три классификационных признака взаимосвязаны и взаимоподчинены. Достижение мотивов каждого последующего классификационного признака обеспечивается составляющими предыдущего.



Рис. 3. Цели заключения интеграционного соглашения в разрезе его участников

В контексте мотивов эффективности текущей деятельности следует рассматривать повышение прибыльности, которое обеспечивается за счет экономии затрат (материальных, финансовых, затрат на фонд оплаты труда и т. п.). Экономия на затратах относится к операционной синергии.

Эффект масштаба способствует существенному понижению затрат. Постоянные затраты остаются неизменными в рамках релевантного периода, поэтому при увеличении объема производства в рамках этого периода затраты на единицу продукции уменьшаются. Однако необходимо помнить о максимально допустимом пределе увеличения производства, выйдя за который затраты существенно возрастут и, как следствие, деятельность станет нерентабельной.

Другим весомым фактором сокращения затрат выступает устранение дублирую-

щих функций через централизацию операций административного аппарата, бухгалтерии, финансового, планового и маркетинговых отделов.

Экономия, получаемая в процессе интеграции, обеспечивается на этапе обоснования модели будущей интеграции компании – горизонтальной или вертикальной. Горизонтальная интеграция предполагает экономию за счет отсутствия дублирующих операций и функций, а преимуществами вертикальной интеграции являются снижение транзакционных затрат, повышение доступности к сырью и рынкам сбыта.

Финансовые мотивы раскрывают финансовые особенности объединения компаний. К этому классификационному признаку мотивов относятся мобилизация и перераспределение ресурсов объединения. С одной стороны, это способствует эффективному использованию и привлечению

временно свободных (избыточных) собственных средств, а с другой – обеспечивает быстрое получение заемных средств на выгодных условиях. Инвестирование свободных собственных средств в перспективных направлениях деятельности интегрированных предпринимательских структур обеспечивает минимизацию возможных рисков. Особенности получения кредитов для таких структур являются более низкая процентная ставка, обеспеченная защита долговых обязательств, снижение рисков банкротства компаний – участников интегрированных предпринимательских структур.

Мотив повышения качества и эффективности управления оправдан в следующей ситуации: за счет более профессионального менеджмента и усовершенствованных технологий управления увеличивается прибыльность нового предприятия – участника интегрированной предпринимательской структуры. Данный мотив используется малыми компаниями при установлении сотрудничества с крупными.

Следует обратить внимание на налоговые мотивы, в основе которых лежит снижение налогооблагаемой базы. При поглощении компания-поглотитель имеет возможность воспроизвести в своем балансе купленные активы по их рыночной стоимости, которая, как правило, значительно превышает балансовую. Увеличение стоимости активов предполагает увеличение амортизационных отчислений и приводит к сокращению налогооблагаемой базы и увеличению денежного потока. Второй потенциальный источник налоговых выгод связан с возможностью использования убытков компании-цели для снижения налогооблагаемой базы компании-поглотителя.

Мотивы приобретения конкурентных преимуществ направлены на повышение конкурентоспособности в перспективе. Интеграция предпринимательских структур позволяет нейтрализовать конкурентов за счет приобретения активов в своем сегменте рынка или увеличения масшта-

бов деятельности за счет приобретения дополнительных ресурсов и усиления своих позиции на рынке. С одной стороны, слияние, поглощение, объединение компаний – это результат проявлений рыночной дисциплины, когда конкуренция способствует реализации более эффективной стратегии развития, а с другой – получение полного контроля над рынком, что приводит к монополизации позиций. Следовательно, применение данного мотива носит двоякий характер. Однако многочисленные интеграционные соглашения на практике показывают свою неэффективность в силу длительности периода установления таких соглашений, значительных финансовых, юридических усилий и затрат. Несмотря на это интеграционные операции в мировом масштабе с каждым днем набирают все большие обороты. Если речь идет о получении желаемых результатов и преимуществ компаний, то предварительное исследование основных мотивов и целей является необходимым условием.

Особенностями отечественной практики операций слияния и поглощения компаний являются банкротство и рейдерство. Однако инициирование банкротства в целях поглощения предприятия еще не означает захвата контроля над объектом-целью. Новые владельцы могут столкнуться с сопротивлением менеджмента и работников компании-цели.

Пробелы в законодательстве, коррумпированность должностных лиц, судей и правоохранительных органов, сомнительная приватизация делают возможным незаконный захват компаний благодаря широкому спектру действий: от недружественного поглощения до экономического шантажа или бандитского нападения. На практике существуют четыре основных способа захвата предприятий: через акционерный капитал, кредиторскую задолженность, органы управления и оспаривание итогов приватизации. Как правило, рейдеры оказывают поддержку со стороны

властей, они являются частью той или иной промышленно-финансовой группы.

В отдельных отраслях экономики в результате слияния и поглощения компаний завоевываются монопольные позиции. Приоритетной задачей антимонопольных органов является постоянный контроль заключенных соглашений, а при необходимости – прекращение и отмена подобных операций. Поскольку слияние и поглощение – это механизм инвестирования, весомой угрозой национальной безопасности является высокая доля иностранных инвестиций.

Желание компаний удержать конкурентоспособность, особенно в условиях экономической нестабильности, направляет вектор их развития на путь интеграционных преобразований. Посредством слияния и поглощения образуются многочисленные предпринимательские структуры разных форм собственности, включая стратегические альянсы и транснациональные корпорации.

Предварительный выбор и обоснование организационного обеспечения предпринимательской структуры, осуществляемого на основе теоретической базы, способствуют успешности операции по объединению компаний. С учетом разнообразных теорий и мотивов интеграции предпринимательских структур, имеющих место в различных условиях и формах согласно результатам проведенного исследования считаем, что приоритетными мотивами для современных интегрированных предпринимательских структур выступают мотивы эффективности текущей деятельности, финансовые мотивы и мотивы приобретения конкурентных преимуществ.

Таким образом, рассматривая теории, цели и мотивы интеграционных процессов в предпринимательстве, мы углубляем понимание основы интегрированных предпринимательских структур, которые на практике способны положительно повлиять на социально-экономическое развитие государства.

#### Список литературы

1. *Владимирова И. Г.* Слияния и поглощения компаний // Менеджмент в России и за рубежом. – 1999. – № 1. – С. 27–48. – URL: <https://www.cfin.ru/press/management/1999-1/03.shtml>
2. *Волкова Ю. А.* Интеграция субъектов хозяйствования в современных условиях: сущность, отличительные характеристики и классификация основных форм // Вестник Гомельского государственного технического университета им. П. О. Сухого. – 2017. – № 3. – С. 65–74. – URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/212960691.pdf>
3. *Гужва Е. Г., Аганов И. А.* Формы интеграции предпринимательских структур: теоретический аспект // Экономическое возрождение России. – 2011. – № 3 (29). – С. 100–107. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-integratsii-predprinimatelskih-struktur-teoreticheskiy-aspekt>
4. *Гусев С.* Развитие через поглощение // Компаньон. – 2011. – № 28-29. – С. 12–15.
5. *Дуболазова Ю. А., Малевская-Малевич Е. Д.* Оценка эффективности слияния и поглощения компаний // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 11-1 (42). – С. 37–40. – URL: <https://research-journal.org/archive/11-42-2015-december/ocenka-effektivnosti-sliyaniya-i-pogloshheniya-kompanij>
6. *Зимин В. В.* Развитие инструментария стоимостной оценки синергетического эффекта сделок слияния и поглощения : дис. ... канд. экон. наук. – М. : ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», 2020.
7. *Игнатишин Ю. В.* Слияния и поглощения: стратегия, тактика, финансы. – СПб. : Питер, 2005.

8. Квасникова Н. В. К вопросу об оптимальных размерах интегрированного агропродовольственного формирования // Экономика и эффективность организации производства. – 2006. – № 6. – С. 129–132.
9. Козодаев М. Слияния и поглощения: алгоритм успеха // Экономические стратегии. – 2004. – № 3. – С. 88–92.
10. Корнеев Д. В. Влияние интеграции на повышение конкурентоспособности предпринимательских структур в рамках стабилизации современной российской экономики // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 4. – С. 513–530.
11. Красильникова Е. В. Слияния и поглощения: мотивы и цифровые сделки // Материалы II Международной научно-практической конференции «Экономика и управление народным хозяйством: генезис, современное состояние и перспективы развития» : в 2 ч. – Ч. 1. – Воронеж : Воронежский экономико-правовой институт, 2018. – С. 22–26.
12. Кулаков М. Г. Основные мотивы слияний и поглощений в условиях нестабильного экономического развития // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – Т. 9. – № 4А. – С. 305–312.
13. Савчук С. В. Анализ основных мотивов слияний и поглощений // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 5. – С. 45–67. – URL: <https://www.mevriz.ru/articles/2002/5/1051.html>
14. Сандлер Е. Д., Ковалевская А. В. Оценка эффективности сделок слияний и поглощений на основе финансовых показателей компаний: на примере нефтегазового и металлургического секторов в РФ // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2021. – Т. 11. – № 1А. – С. 370–379.
15. Томилина Э. Ю. Слияния и поглощения: ценность оценки // Антикризисное и внешнее управление. – 2004. – № 3. – С. 81–84.

#### References

1. Vladimirova I. G. Sliyaniya i pogloshcheniya kompaniy [Mergers and Acquisitions of Companies]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* [Management in Russia and Abroad], 1999, No. 1, pp. 27–48. (In Russ.). Available at: <https://www.cfin.ru/press/management/1999-1/03.shtml>
2. Volkova Yu. A. Integratsiya subektov khozyaystvovaniya v sovremennykh usloviyakh: sushchnost, otlichitelnye kharakteristiki i klassifikatsiya osnovnykh form [Integration of Business Entities in Modern Conditions: Essence, Distinctive Characteristics and Classification of the Main Forms]. *Vestnik Gomelskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta im. P. O. Sukhogo* [Bulletin of the Gomel State Technical University named after P. O. Sukhoi], 2017, No. 3, pp. 65–74. (In Russ.). Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/212960691.pdf>
3. Guzhva E. G., Agapov I. A. Formy integratsii predprinimatelskikh struktur: teoreticheskiy aspekt [Forms of Integration of Business Structures: Theoretical Aspect]. *Ekonomicheskoe vozrozhdenie Rossii* [Economic Revival of Russia], 2011, No. 3 (29), pp. 100–107. (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/formy-integratsii-predprinimatelskikh-struktur-teoreticheskiy-aspekt>
4. Gusev S. Razvitie cherez pogloshchenie [Development through Acquisition]. *Kompanion* [Companion], 2011, No. 28-29, pp. 12–15. (In Russ.).
5. Dubolazova Yu. A., Malevskaya-Malevich E. D. Otsenka effektivnosti sliyaniya i pogloshcheniya kompaniy [Evaluation of the Effectiveness of Mergers and Acquisitions of

Companies]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal* [International Research Journal], 2015, No. 11-1 (42), pp. 37–40. (In Russ.). Available at: <https://research-journal.org/archive/11-42-2015-december/ocenka-effektivnosti-sliyaniya-i-pogloshheniya-kompanij>

6. Zimin V. V. *Razvitie instrumentariya stoimostnoy otsenki sinergeticheskogo effekta sdelok sliyaniya i pogloshcheniya*. Diss. kand. ekon. nauk [Development of Tools for Valuation of the Synergistic Effect of Mergers and Acquisitions. PhD econ. sci. diss.]. Moscow, FGOBU VO «Finansovyy universitet pri Pravitel'stve Rossiyskoy Federatsii», 2020. (In Russ.).

7. Ignatishin Yu. V. *Sliyaniya i pogloshcheniya: strategiya, taktika, finansy* [Mergers and Acquisitions: Strategy, Tactics, Finance]. Saint Petersburg, Piter, 2005. (In Russ.).

8. Kvasnikova N. V. *K voprosu ob optimalnykh razmerakh integrirovannogo agroprodovol'stvennogo formirovaniya* [To the Question of the Optimal Size of the Integrated Agro-Food Formation]. *Ekonomika i effektivnost organizatsii proizvodstva* [Economics and Efficiency of Production Organization], 2006, No. 6, pp. 129–132. (In Russ.).

9. Kozodaev M. *Sliyaniya i Pogloshcheniya: Algoritm Uspekha* [Mergers and Acquisitions: Algorithm for Success]. *Ekonomicheskie strategii* [Economic Strategies], 2004, No. 3, pp. 88–92. (In Russ.).

10. Korneev D. V. *Vliyanie integratsii na povyshenie konkurentosposobnosti predprinimatelskikh struktur v ramkakh stabilizatsii sovremennoy rossiyskoy ekonomiki* [The Impact of Integration on Increasing the Competitiveness of Business Structures in the Framework of Stabilizing the Modern Russian Economy]. *Rossiyskoe predprinimatel'stvo* [Russian Entrepreneurship], 2016, Vol. 17, No. 4, pp. 513–530. (In Russ.).

11. Krasilnikova E. V. *Sliyaniya i pogloshcheniya: motivy i tsifrovye sdelki* [Mergers and Acquisitions: Motives and Digital Deals]. *Materialy II Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Ekonomika i upravlenie narodnym khozyaystvom: genesis, sovremennoe sostoyanie i perspektivy razvitiya»* [Materials of the 2nd International Scientific and Practical Conference "Economics and Management of the National Economy: Genesis, Current State and Prospects of Development"], in 2 ch. Ch. 1. Voronezh, Voronezhskiy ekonomiko-pravovoy institut, 2018, pp. 22–26. (In Russ.).

12. Kulakov M. G. *Osnovnye motivy sliyanij i pogloshcheniy v usloviyakh nestabilnogo ekonomicheskogo razvitiya* [The Main Motives for Mergers and Acquisitions in the Context of Unstable Economic Development]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today, Tomorrow], 2019, Vol. 9, No. 4A, pp. 305–312. (In Russ.).

13. Savchuk S. V. *Analiz osnovnykh motivov sliyanij i pogloshcheniy* [Analysis of the Main Motives of Mergers and Acquisitions]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* [Management in Russia and Abroad], 2002, No. 5, pp. 45–67. (In Russ.). Available at: <https://www.mevriz.ru/articles/2002/5/1051.html>

14. Sandler E. D., Kovalevskaya A. V. *Otsenka effektivnosti sdelok sliyanij i pogloshcheniy na osnove finansovykh pokazateley kompaniy: na primere neftegazovogo i metallurgicheskogo sektorov v RF* [Evaluation of the Effectiveness of Mergers and Acquisitions Based on the Financial Performance of Companies: on the Example of the Oil and Gas and Metallurgical Sectors in the Russian Federation]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today, Tomorrow], 2021, Vol. 11, No. 1A, pp. 370–379. (In Russ.).

15. Tomilina E. Yu. *Sliyaniya i pogloshcheniya: tsennost otsenki* [Mergers and Acquisitions: Valuation Valuation]. *Antikrizisnoe i vneshnee upravlenie* [Anti-Crisis and External Management], 2004, No. 3, pp. 81–84. (In Russ.).

### Сведения об авторах

#### **Александр Владимирович Родионов**

доктор экономических наук,  
профессор, заведующий кафедрой  
производственного менеджмента Института  
управления и государственной службы  
ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В. Даля».  
Адрес: ГОУ ВО ЛНР «Луганский  
государственный университет  
имени Владимира Даля», 91034, Луганск,  
Луганская Народная Республика,  
квартал Молодежный, д. 20а.  
E-mail: av.box@bk.ru

#### **Дмитрий Владимирович Корнеев**

кандидат экономических наук, доцент,  
докторант кафедры производственного  
менеджмента Института  
управления и государственной службы  
ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В. Даля».  
Адрес: ГОУ ВО ЛНР «Луганский  
государственный университет  
имени Владимира Даля», 91034, Луганск,  
Луганская Народная Республика,  
квартал Молодежный, д. 20а.  
E-mail: director@1thermometer.ru

#### **Екатерина Владимировна Щербакова**

кандидат экономических наук, доцент,  
доцент кафедры производственного  
менеджмента Института управления  
и государственной службы  
ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В. Даля».  
Адрес: ГОУ ВО ЛНР «Луганский  
государственный университет  
имени Владимира Даля», 91034, Луганск,  
Луганская Народная Республика,  
квартал Молодежный, д. 20а.  
E-mail: kata.scher@gmail.com

#### **Антон Эдуардович Петрущенко**

аспирант кафедры производственного  
менеджмента Института управления  
и государственной службы  
ГОУ ВО ЛНР «ЛГУ им. В. Даля».  
Адрес: ГОУ ВО ЛНР «Луганский  
государственный университет  
имени Владимира Даля», 91034, Луганск,  
Луганская Народная Республика,  
квартал Молодежный, д. 20а.  
E-mail: saintt666@gmail.com

### Information about the authors

#### **Alexander V. Rodionov**

Doctor of Economics, Professor,  
Head of the Department for Production  
Management of the Institute of Management  
and Public Service of the SEE HT LPR  
"LSU named after V. Dahl".  
Address: State Educational Establishment  
of Higher Training of Lugansk People's  
Republic "Lugansk Vladimir Dahl State  
University", 20a Molodezhny Quarter,  
Lugansk, 91034, Lugansk People's Republic.  
E-mail: av.box@bk.ru

#### **Dmitry V. Korneev**

PhD, Assistant Professor,  
Doctoral Student of the Department  
for Production Management of the Institute  
of Management and Public Service of the SEE  
HT LPR "LSU named after V. Dahl".  
Address: State Educational Establishment  
of Higher Training of Lugansk People's  
Republic "Lugansk Vladimir Dahl State  
University", 20a Molodezhny Quarter,  
Lugansk, 91034, Lugansk People's Republic.  
E-mail: director@1thermometer.ru

#### **Ekaterina V. Scherbakova**

PhD, Assistant Professor, Assistant Professor  
of the Department for Production  
Management of the Institute of Management  
and Public Service of the SEE HT LPR  
"LSU named after V. Dahl".  
Address: State Educational Establishment  
of Higher Training of Lugansk People's  
Republic "Lugansk Vladimir Dahl State  
University", 20a Molodezhny Quarter,  
Lugansk, 91034, Lugansk People's Republic.  
E-mail: kata.scher@gmail.com

#### **Anton E. Petrushchenko**

Post-Graduate Student of the Department  
for Production Management of the Institute  
of Management and Public Service  
of the SEE HT LPR "LSU named after V. Dahl".  
Address: State Educational Establishment  
of Higher Training of Lugansk People's  
Republic "Lugansk Vladimir Dahl State  
University", 20a Molodezhny Quarter,  
Lugansk, 91034, Lugansk People's Republic.  
E-mail: saintt666@gmail.com

# СТРУКТУРНЫЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ И ТРАЕКТОРИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО КОНСАЛТИНГА

**С. Б. Баурина**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

На пути даже самого успешного бизнеса встречаются препятствия, которые могут вывести компанию из строя. Топ-менеджеры и владельцы, пытаясь минимизировать издержки и риски в период кризиса, ищут поддержку со стороны независимых экспертов. Именно специалисты по консалтингу помогают правильно рассредоточить ресурсы, наладить внутренние процессы, оптимизировать статьи расходов, предоставить ответы на другие важные вопросы. В отечественной литературе активно проявляется научный интерес к изменениям и преобразованиям сферы российского консалтинга. Однако на современном этапе актуальны перспективы и направления развития рынка консалтинга, вопросы интеграции Российской Федерации в международный рынок консалтинговых услуг на условиях нового порядка международных отношений. Данные обстоятельства свидетельствуют о необходимости дальнейших научных исследований в рассматриваемой предметной области и актуализируют проблематику исследования. Цель статьи – анализ главных структурных преобразований и определение перспективной траектории развития российского рынка консалтинга в условиях глобальной трансформации мирохозяйственных связей. В статье показана перестройка сферы консалтинга в современных условиях, определены современные изменения и тренды, проведено исследование текущего состояния и сделана оценка тенденций развития рынка консалтинга в России. Автором осуществлен структурный анализ рынка предложений консалтинговых услуг в условиях происходящих изменений мировой политики и экономики; выявлены приоритеты и перспективы развития консалтинга в России; систематизированы современные процессы переустройства рынка российского консалтинга; конкретизированы показатели текущего состояния и определены главные тренды развития рынка консалтинговых услуг в России; представлена эшелонированная структура консалтингового предложения на рынке; обоснованы приоритеты и перспективы развития консалтинга на территории России в условиях глобальной трансформации мирохозяйственных связей. Научные выводы и результаты исследования могут быть полезны как менеджменту российских компаний при выборе потенциальных исполнителей консалтинговых проектов, так и представителям сферы консалтинга и иных профессиональных сообществ.

*Ключевые слова:* бизнес, компания, кризис, эксперт, ресурсы, процессы, оптимизация, структурные преобразования, управленческое консультирование, эффективность, перспективы, интеграция, рынок консалтинговых услуг, глобальная трансформация, эшелонированная структура, консалтинговое предложение.

# STRUCTURAL TRANSFORMATIONS AND TRAJECTORY OF DEVELOPING RUSSIAN CONSULTING

**Svetlana B. Baurina**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

Even the most successful business could come across such obstacles that would put the company out of operation. Executives and owners try to minimize costs and risks during crisis and search for support on the part of independent experts. And it is specialists on consulting, who can help disperse resources, fix in-company processes, optimize costs and provide answers to other important questions. Home literature shows academic interest in changes and transformations in Russian consulting. However, today prospects and trends of the consulting market development are rather acute, as well as integration of the Russian Federation in international consulting service

market based on the new structure of international relations. These circumstances demonstrate the necessity of further academic research in this subject field and make research problems even more topical. The goal of the article is to analyze principle structural transformations and identify promising trajectories of developing Russian consulting market in conditions of global reformation of world economic links. The article shows transformation of the consulting field in current situation, highlights today's changes and trends, researches the present day standing and assesses lines in the development of consulting market in Russia. The authors conducted structural analysis of offers on consulting service market in conditions of current changes in global policy and economy and identified priorities and prospects of consulting development in Russia. Current processes of restructuring Russian consulting market were systematized, indicators of today's standing were specified, major trends of developing consulting service market in Russia were presented, echeloned structure of consulting offer on the market was described, priorities and prospects of developing consulting on the territory of Russia in conditions of global transformation of world economic links were grounded. Academic conclusions and findings of the research can be useful for management of Russian companies in choosing potential executors of consulting projects, at the same time they can be used by consulting company and other professional communities.

*Keywords:* business, company, crisis, expert, resources, processes, optimization, structural transformations, managerial consulting, efficiency, prospects, integration, consulting service market, global transformation, echeloned structure, consulting offer.

В последние два десятилетия российская отрасль стратегического и операционного консультирования была на подъеме. Работы для консультантов было достаточно много: сотрудничество с нефтегазовыми и горнорудными холдингами, разработка экосистемных стратегий для госбанков или завоевание рынков Юго-Восточной Азии. В настоящее время сфера консалтинга претерпела серьезные перемены.

*Во-первых, переход в онлайн.* За последние годы консалтинг стал удаленным и цифровым. Еще пять-шесть лет назад идея о проведении консалтинговых встреч через Zoom казалась нереальной, в первую очередь потому, что клиенты не были к этому готовы. Сегодня онлайн-встречи – это норма для всех. Люди не готовы тратить время на долгие поездки и переговоры. И вообще оказалось, что в онлайн можно делать все. Даже если нужно своими глазами увидеть, что происходит у клиента в офисе, можно попросить человека прийти туда с камерой и посмотреть все в реальном времени. Это менее удобно, но экономит время.

*Во-вторых, конкуренция со всем миром.* Данное изменение негативно сказалось на большей части консультантов, но наиболее талантливым позволило больше зарабатывать. Это цифровой маркетинг, социальные сети. Большое количество опытных консультантов пока не могут с этим спра-

виться, ведь живут старой парадигмой. Благодаря цифровой трансформации можно работать не только с лучшими консультантами страны, но и мира. Поэтому те, у кого есть методики, которые дают большую пользу клиентам, начали быстро взлетать, зарабатывать, расширяться.

*В-третьих, автоматизация.* Видео, курсовые платформы, возможность проводить мозговые штурмы онлайн привели к изменению консалтинговых методик. За сильным консалтинговым продуктом всегда стоит методика, которую нужно менять под бурно развивающийся цифровой мир.

Также важная черта последних лет – стремление все автоматизировать. Появилось даже понятие EdTech, совмещающее технологии и образование. У компаний появляются новые платформы по автоматизации инструментов управления, благодаря которым быстрее и эффективнее можно получить требуемый результат.

Отток иностранных продуктов и их замещение отечественными аналогами выступают ключевыми факторами, которые влияют на развитие IT-услуг и цифровизации. Тренд на переход в онлайн усиливается, при этом у клиентов уже сформированы высокие требования как к функционалу IT-продуктов, так и к его качеству. В связи с этим разработчикам необходимы усилия для представления достойной альтернативы зарубежным решениям.

Нужно отметить, что рынок консалтинга демонстрировал в последнее десятилетие переменные темпы роста: это были и периоды всплеска (2012, 2013, 2018, 2021 гг.), и периоды сдержанного развития (рис. 1).

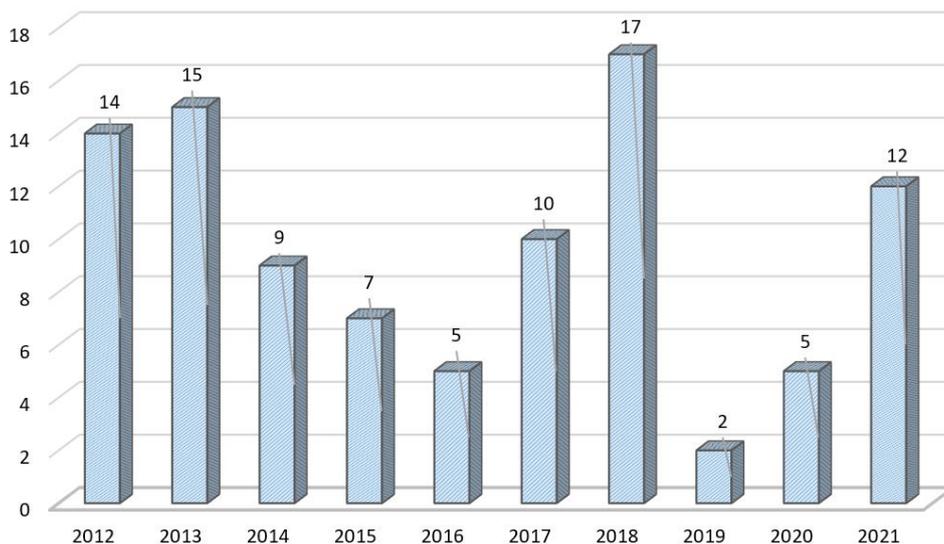


Рис. 1. Темпы роста выручки российского рынка консалтинга (в %)

Анализ деятельности участников рынка показывает, что рост интереса к услугам консультантов прослеживается в последнее время по всем основным направлениям (рис. 2). Сфера IT-консалтинга остается самой масштабной – почти 40% общей выручки рынка (22,609 млрд руб.). Велик

спрос на цифровизацию процессов и сервисов и технологичные автоматизированные решения. Кроме этого, спрос укрепляется благодаря востребованности кибербезопасности и повсеместного импортозамещения.

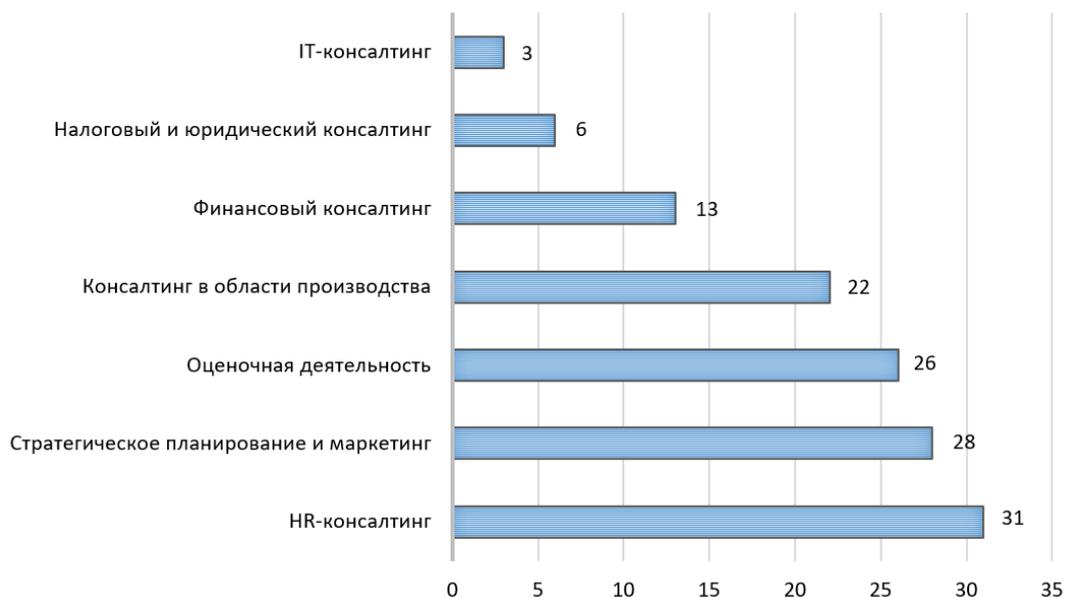


Рис. 2. Динамика выручки (темп роста) рынка консалтинга по направлениям в 2021 г. (в %)

Спрос на финансовый анализ и услуги финансовых due diligence обусловлен посткарантинным восстановлением экономики. Также востребованы новые финансовые модели, пересмотр действующих программ cost-cutting. Весьма популярны услуги по переходу на новые стандарты бухучета – ФСБУ. Лидирующее положение занимают финансовый учет и методология. Растет интерес к устойчивому развитию, нефинансовой отчетности и оценке рисков. Помимо прочего, увеличивается спрос на работу аутсорсинг-провайдеров (расчет зарплат, бухгалтерский и налоговый учет, кадровое делопроизводство) и объединенных центров обслуживания, продвигающих различные инструменты оптимизации.

Определенную роль сыграли изменения закона в части электронного документооборота и бухучета. Федеральный закон от 22 ноября 2021 г. № 377-ФЗ «О внесении изменений в Трудовой кодекс Российской Федерации» закрепил механизмы использования документов кадрового делопроизводства в электронном виде. Интерес к аутсорсингу связан с изменениями учета в части новых ФСБУ, основных средств, капитальных вложений и пр.

Юридический и налоговый консалтинг суммарно принес участникам рынка в 2021 г. 5,132 млрд рублей (+6% по сопоставимым данным к 2020 г.).

Велика доля обращений по нормативному сопровождению сдерживания распространения вируса среди населения и по государственной поддержке бизнес-структур. Востребованы услуги по корпоративному праву: экспертиза систем управления, разработка рекомендаций по их улучшению и пр. Зафиксирован рост спроса на юридический due diligence при сопровождении сделок M&A, на услуги защиты бизнеса от банкротства, защиты интеллектуальной собственности. Снижение международной экономической активности российского бизнеса в ближайшей перспективе сместит тренды: уменьшится спрос на услуги по сопровождению

внешнеэкономической деятельности и трансграничных сделок слияния и поглощения; возрастет потребность в реструктуризации бизнеса, в структурировании и сопровождении сделок по выходу иностранных компаний из российского бизнеса, сопровождению банкротств и пр.

Новации ФНС России по системам налогового мониторинга (Концепция-2020) требуют от клиентов-заказчиков обязательного перехода на цифровой документооборот, что обуславливает повышенный спрос на налоговые консультации. Много запросов на применение налоговых льгот и пониженных ставок страховых взносов, сопровождение налоговых проверок, оценку налоговых рисков. Вероятнее всего, сложившаяся геополитическая ситуация только укрепит уровень востребованности юридических и налоговых консультаций.

Перемены конъюнктуры рынка явно увеличат количество сделок M&A, для которых важна качественная экспертиза в части работы с проблемными активами, банковского кредитования, оценки недвижимости и прав требования и пр. В связи с этим можно предположить, что потребность в услугах оценочной деятельности останется, а требования к их качеству продолжат повышаться.

Проекты по комплексной экспертизе и оценке бизнеса интересны и частному бизнесу, и государственным структурам: компаниям добывающих отраслей, энергохолдингам, лизинговым компаниям.

Устойчиво растут темпы строительства и вовлечения в оборот государственных объектов недвижимости, что напрямую влияет на увеличение объема заказов от госструктур в целях приватизации, изъятия и передачи их в аренду.

Крупный сектор консалтинговых услуг – консалтинг в области производства товаров и услуг. Здесь и управление строительством, и финансово-технический мониторинг, и технические экспертизы, и строительный аудит. Растут объемы запросов от собственников недвижимости, связанных с возрождением санаторно-ку-

портной отрасли Российской Федерации. Техничко-технологический консалтинг переплетается с финансово-экономическим (обоснование размера инвестиций, окупаемость и пр.).

Выручка от услуг стратегического планирования и маркетинг-консалтинга возросла за 2021 г. на 28% (рис. 3).

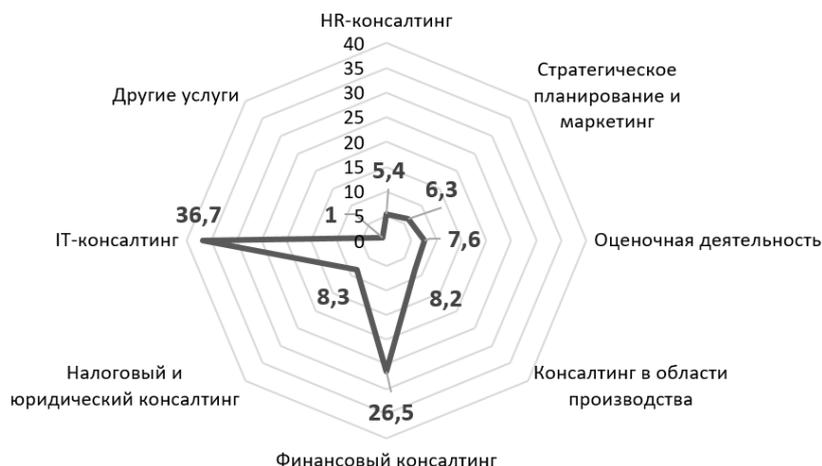


Рис. 3. Распределение выручки по направлениям на рынке консалтинга (в %)

Появился дополнительный спрос со стороны клиентов на разработку стратегических решений по цифровой трансформации компаний и их процессов. Росту спроса на консалтинг способствовали как государственная политика по цифровизации и цифровой трансформации, так и поддержка приоритетных отраслей экономики Российской Федерации. Соответствующий пересмотр целей, рынков, производственных цепочек требует качественного экспертного сопровождения. Популярны проекты макроэкономических исследований и сферы федеральной инфраструктурной политики.

Сохранились объемы заявок по маркетинговым и медиапланам, маркетинговой аналитике. При этом существенно увеличилось количество технических заданий (цифровые сервисы, CRM-системы, веб-базированные решения, интерфейсы и пр.), возросли запросы на разработку martech-стеков и интеграций, CX-анализ, разработку управленческих дашбордов. Кроме этого, были востребованы следующие запросы: диагностика зрелости бизнеса (CX, уровень цифровизации, business

agility) и бизнес-математика. Маркетинговый консалтинг интересен строительству и девелопменту.

Укрепившийся спрос на стратегии и планы развития в текущем периоде и ближайшей перспективе имеет все шансы увеличиться, поскольку требуется их адаптация к новым условиям быстро меняющейся макроэкономической и геополитической ситуации. Популярность приемлема для антикризисных сценариев развития транспортной инфраструктуры, существенной переориентации грузопотоков на восток.

Современный стратегический консалтинг требует глубинных знаний и понимания предметной области. На первый план выходят скорость принятия решений и быстрота оценки инвестиционных активностей. Важным аспектом сегодня является повышенное доверие к отечественным консультантам.

Текущие события структурно меняют российский рынок консалтинга.

В первый эшелон входит «большая тройка» – наиболее престижные, чисто консалтинговые компании с самыми доро-

гими проектами и самыми значимыми клиентами.

Компании «большой тройки» реализуют успешные практики фактически во всех типах задач, продуктовых сегментах и пр.

«Большая тройка» состоит из следующего триумвирата:

- McKinsey&Company – самая известная консалтинговая империя. На февраль 2022 г. московский офис представлен порядком 700 консультантов различных грейдов, реализующих проекты во всех индустриях. Отдельное подразделение McKinsey Digital работает по направлению Advanced Analytics и в IT-сфере. Банковскую сферу обслуживает бенчмарк-агентство Finalta;

- Boston Consulting Group (BCG – «БиСиДжи») с мощными индустриальной и банковской практиками – имеет хорошие позиции в государственном секторе, машиностроении, ретейле. В IT-секторе – цифровое подразделение BCG Gamma;

- Bain&Company («Бейн») – имеет свои сильные центры компетенций. В России у Bain&Company имеется опыт сотрудничества с крупными банками, нефтяной сферой, энергетикой, ретейлом и лакшери-сегментом, довольно сильна авиационная практика. Вариативность индустриального калейдоскопа Bain&Company в России чуть ниже других игроков «большой тройки».

Компании «большой тройки» объявили об уходе с рынка. При этом несколько российских партнеров McKinsey остались в стране, продолжая бизнес под рабочим именем «РУБиКон» («Российский управленческий бизнес-консалтинг»). Вероятнее всего, по мере роста проектов новая созданная компания займет вершину Олимпа новой консалтинговой отрасли в России.

Ко второму (международному) эшелону причисляют глобальные фирмы, которые немного не дотягивают до «большой тройки» по размеру практик и стоимости проектов. Они специализируются либо на конкретной индустрии, либо на отдельной корпоративной функции (типе проектов).

Яркий пример – компания Oliver Wyman с отличной практикой в области рисков, которая работает по проектам банковского сектора, финансовой отрасли, ретейла и нефтянки. На сегодняшний день компания ушла с рынка России.

Компания Kearney (специализация – закупки и цепочки поставок) в этой области занимает лидирующие позиции. Пока она формально не закрыла российское юрлицо, но сотрудники уже переехали в другие офисы.

Компания Roland Berger (Германия), специализируясь на машиностроении и автопроме, покинула рынок консалтинга Российской Федерации.

Часть партнеров компании Arthur D. Little (ADL), одной из старейших на мировом рынке, планирует развивать свою деятельность на территории России.

Компания Accenture весной 2022 г. отделила свой российский бизнес. Остались проекты на стыке консалтинга и IT.

Компания Strategy& работает в сфере корпоративных инноваций, стартап-экосистем. В России Strategy& больше не представлена.

Компания Alvarez&Marsal ушла из России и активно помогает глобальным брендам сворачивать (или продавать) российский бизнес.

Российский бизнес Partners in Performance (PiP) (Австралия) также решил отделиться и продолжить работать самостоятельно под новым брендом Partners in Efficiency (PiEff). Компания имеет проработанные методологии почти для любого производственного процесса или промышленного оборудования. Спрос на эти услуги довольно велик.

Следует отметить, что хотя компании второго эшелона обычно и имеют фокус, они легко могут выходить за его контур.

Среди крепких компаний, которые уверенно попадают в третий, российский эшелон, можно выделить Neman Group, O2 Consulting, SBS Consulting, НЭО Центр, S+Consulting, One Story Consulting и пр. Здесь также представлена российская фир-

ма Strategy Partners, реализующая широкий спектр стратегических и операционных проектов в различных отраслях, преимущественно в госсекторе и в оборонной промышленности, которая попадает под критерии международного эшелона. Компанию окончательно выкупил «Сбер».

Четвертый эшелон – «большая четверка» (BIG4). В результате текущих событий российский бизнес «большой четверки» отпочковался от глобальных брендов и продолжает работу: PWC превратился в «Технологии Доверия», E&Y – в «Б1», KPMG – в КЕРТ (Knowledge – Excellence – Professionalism – Technology), Deloitte – в «ДРиТ» («Деловые решения и технологии»).

Моноотраслевые и монофункциональные решают широкий комплекс задач исключительно в одной индустрии. Зачастую это деятельность на стыке консалтинга, научных центров и инженеринговых компаний.

Бизнес известной платежной системы Mastercard Advisors объявил об уходе с рынка России.

Компания IBM Interactive Experience (IBM iX) решает задачи цифровых улучшений, таких как IT-стратегии, цифровые трансформации, внедрение отдельных digital-инструментов и пр.

Компания IQVIA Consulting работает в фармацевтике и коммерциализации фармацевтических препаратов.

Компания «Экопси» ориентирована на улучшение HR-функции. Среди ее проектов – повышение эффективности процессов управления персоналом, системы автоматизации HR, корпоративная культура под ключ, программы обучения и развития персонала.

Компания VYGON Consulting работает в ресурсно-энергетической отрасли. Она реализует проекты корпоративных стратегий, аналитической поддержки и проведения профильных мероприятий.

Нужно отметить, что рынок бизнес-консалтинга все еще находится в стадии формирования: есть компании со слабыми

методиками и прекрасным маркетингом; есть те, у кого продукты хорошие, но о них никто не знает, на рынок оказывают влияние социальные, политические, экономические перемены, поэтому можно сказать, что этот процесс будет продолжаться еще долгое время.

Грядут серьезные перемены в запросах клиентов. Если до кризиса 2022 г. были популярны разработка стратегий, организационное проектирование, оптимизация, выход на новые рынки, то сегодня клиентов интересует глобальный вопрос: что делать? Существенно изменились запросы иностранных компаний-клиентов. Ранее популярные стратегии выхода на российский рынок, рыночной аналитики, вопросы регистрации юридического лица, открытия офиса и пр. сменились на решение вопроса, как оптимально продать российскую компанию. Стали популярны запросы на внедрение культуры бережливого производства, что свидетельствует о перспективном мышлении руководства компаний; в то время как ранее были затребованы краткосрочные программы, дающие оперативный результат.

Рынок недвижимости также сменил приоритеты: стали популярны рекреационные проекты, оценка их целесообразности, разработка концепций. Сегодня инвесторы вкладывают в недвижимость по дистресс-сценариям, рассчитывая на большой выбор, в то время как он ограничен.

Ожидания клиентов связаны с оперативностью, снижением цен, скидками, что обосновано фактом ребрендинга. Все находится в тяжелых условиях. При этом цены на рынке консалтинга выросли незначительно. После ухода зарубежных брендов российский консалтинг загружен достаточно плотно, особенно в блоке профессиональных услуг.

Ковидные ограничения ввели рынок консалтинга в основательный нокдаун: клиенты массово отменяли проекты. Одновременно появился спрос на проекты антикризисного управления, адаптации оргструктур под удаленку и развитию сер-

висов доставки товаров. Консалтинговая отрасль в своем большинстве успешно адаптировалась к новым условиям и массово стала осваивать новые практики. Некоторые компании даже заметно выросли на ковидной суеде.

Как будет развиваться консалтинг? Вероятнее всего, будет появляться больше малых продуктов, ориентированных на быстрое решение проблем: воронки продаж, цифровая реклама, работа с социальными сетями. Будущее консалтинга в том, чтобы клиент получал решение всех проблем из одних рук. Клиенты должны быть

уверены, что получают желаемое, при этом автоматизируя все процессы в компании.

На рынок оказывают большое влияние социальные, политические, экономические перемены. Несмотря ни на что участники рынка ждут его восстановления после весеннего 2022 г. провала и с оптимизмом смотрят в будущее. Имеется большое количество запросов со стороны средних и малых предприятий, которые готовы расширяться или создавать производства в смежных отраслях, из которых уходят зарубежные компании. Есть надежда, что сегмент инвестиционного проектирования не сократится.

### Список литературы

1. Баурина С. Б., Агаева А. М. Современный консалтинг: проблемы профессионального консультирования // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. – 2016. – Т. 5. – № 1. – С. 49–51.
2. Баурина С. Б., Дорошенко А. А. Методология достижения результативности в консалтинге // Актуальные вопросы экономики промышленности: поиск и выбор решений : сборник материалов национальной научно-практической конференции. – М., 2021. – С. 141–145.
3. Баурина С. Б., Худяков С. В. Реализация бизнес-процессов на промышленных предприятиях: от теории к практике : монография. – Саранск : Полиграф, 2018.
4. Бушуева Е. А. Состояние системы консалтинга в Российской Федерации // Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral». – 2020. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-sistemy-konsaltinga-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 08.09.2022).
5. Григорьева Н. Н. Организационное консультирование. – М. : Изд-во МГТУ, 2018.
6. Еременко Е. С., Лищук Е. Н. Управленческий аудит и консалтинг // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. – 2019. – № 1 (4). – С. 62–74.
7. Завалько Н. А. Эффективность управленческого консультирования // Экономика и управление народным хозяйством. – 2020. – № 4. – С. 181–184.
8. Копанева О. Н., Юмашева Е. В. Оценка эффективности управленческого консультирования: проблемы и направления решения // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 2 (12). – С. 112–117.
9. Куклина Е. А., Коршунова А. А. Консалтинг как элемент инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в России. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konsalting-kak-element-infrastruktury-podderzhki-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-rossii> (дата обращения: 08.09.2022).
10. Лапенков В. Ю. Факторы конкурентоспособности российских компаний на рынке консалтинговых услуг // Креативная экономика. – 2019. – № 8. – С. 1549–1562.
11. Муратова Е. А. Анализ российского рынка консалтинговых услуг // Актуальные вопросы отраслевых рынков и международной коммерции. – 2020. – № 2 (3). – URL: <https://ti.ec.mgimo.ru/2020/2020-03/analysis-of-russian-market-of-consulting-services> (дата обращения: 08.09.2022).

12. Пахомов Ю. В., Мингачева Г. Р. Построение классификации услуг в сфере управленческого консультирования // Электронный научный журнал. – 2018. – № 2 (2). – С. 642–649.

13. Пригожин А. И. Что такое глубокое консультирование? // Консультант по управлению. – 2017. – № 1. – С. 10–21.

14. Рагулина Ю. В. Моделирование процессов разработки и принятия управленческого решения // Микроэкономика. – 2019. – № 2. – С. 4–9.

15. Роздольская И. В., Ледовская М. Е., Однорал Н. А. Инновационная направленность кадрового консультирования в условиях реального экономического пространства: альтернативные способы формирования и поиск новых возможностей развития : монография. – М. : ИТК «Дашков и К°», 2019.

16. Щелкунова С. А., Метлин С. В., Казеева Е. М. Проблемы реализации управленческого консультирования в России // Вестник СамГУПС. – 2016. – № 2 (32). – С. 95–97.

17. Юссуф А. А., Тимохина Д. С., Гребенюк Е. А. Цифровое консультирование: особенности цифровой трансформации в сфере консалтинга // Вестник университета. – 2020. – № 9. – С. 77–84.

#### References

1. Baurina S. B., Agaeva A. M. Sovremennyy konsalting: problemy professionalnogo konsultirovaniya [Today's Consulting: Challenges of Professional Consulting]. *Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika firmy* [Academic Research and Development. Economics of Company], 2016, Vol. 5, No. 1, pp. 49–51. (In Russ.).

2. Baurina S. B., Doroshenko A. A. Metodologiya dostizheniya rezultativnosti v konsaltinge [Methodology of Attaining Results in Consulting]. *Aktualnye voprosy ekonomiki promyshlennosti: poisk i vybor resheniy: sbornik materialov natsionalnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Acute Issues of Industry Economics: Searching and Selecting Solutions: collection of materials of the National Conference]. Moscow, 2021, pp. 141–145. (In Russ.).

3. Baurina S. B., Khudyakov S. V. Realizatsiya biznes-protsessov na promyshlennykh predpriyatiyakh: ot teorii k praktike: monografiya [Implementing Business-Processes at Industrial Enterprises: from Theory to Practice: monograph]. Saransk, Poligraf, 2018. (In Russ.).

4. Bushueva E. A. Sostoyaniye sistemy konsaltinga v Rossiyskoy Federatsii [Consulting System in the Russian Federation]. *Mezhdunarodnyy zhurnal prikladnykh nauk i tekhnologiy «Integral»* [International Journal of Applied Science and Technologies 'Integral'], 2020. (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyaniye-sistemy-konsaltinga-v-rossiyskoy-federatsii> (accessed 08.09.2022).

5. Grigoreva N. N. Organizatsionnoye konsultirovaniye [Organization Consulting]. Moscow, Izd-vo MGGU, 2018. (In Russ.).

6. Eremenko E. S., Lishchuk E. N. Upravlencheskiy audit i konsalting [Managerial Audit and Consulting]. *Vestnik Sibirskogo universiteta potrebitelskoy kooperatsii* [Bulletin of the Siberian University of Customer Cooperation], 2019, No. 1 (4), pp. 62–74. (In Russ.).

7. Zavalko N. A. Effektivnost upravlencheskogo konsultirovaniya [Effectiveness of Managerial Consulting]. *Ekonomika i upravleniye narodnym khozyaystvom* [Economics and Managing Economic System], 2020, No. 4, pp. 181–184. (In Russ.).

8. Kopaneva O. N., Yumasheva E. V. Otsenka effektivnosti upravlencheskogo konsultirovaniya: problemy i napravleniya resheniya [Assessing the Effectiveness of Managerial Consulting: Challenges and Lines of Solution]. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya* [Innovation Economy: Development Prospects and Upgrading], 2018, No. 2 (12), pp. 112–117. (In Russ.).

9. Kuklina E. A., Korshunova A. A. Konsalting kak element infrastruktury podderzhki malogo i srednego predprinimatelstva v Rossii [Consulting as a Component of Infrastructure Support for Small and Medium Business in Russia]. (In Russ.). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/konsalting-kak-element-infrastruktury-podderzhki-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-rossii> (accessed 08.09.2022).

10. Lapenkov V. Yu. Faktory konkurentosposobnosti rossiyskikh kompaniy na rynke konsaltingovykh uslug [Factors of Russian Company Competitiveness on Consulting Service Market]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2019, No. 8, pp. 1549–1562. (In Russ.).

11. Muratova E. A. Analiz rossiyskogo rynka konsaltingovykh uslug [Analyzing Russian Consulting Service Market]. *Aktualnye voprosy otraslevykh rynkov i mezhdunarodnoy kommertsii* [Acute Issues of Industry Markets and International Commerce], 2020, No. 2 (3). (In Russ.). Available at: <https://niec.mgimo.ru/2020/2020-03/analysis-of-russian-market-of-consulting-services> (accessed 08.09.2022).

12. Pakhomov Yu. V., Mingacheva G. R. Postroenie klassifikatsii uslug v sfere upravlencheskogo konsultirovaniya [Building Service Classification in the Field of Managerial Consulting]. *Elektronnyy nauchnyy zhurnal* [E-Academic Journal], 2018, No. 2 (2), pp. 642–649. (In Russ.).

13. Prigozhin A. I. Chto takoe glubokoe konsultirovanie? [What does Deep Consulting Mean?]. *Konsultant po upravleniyu* [Management Consultant], 2017, No. 1, pp. 10–21. (In Russ.).

14. Ragulina Yu. V. Modelirovanie protsessov razrabotki i prinyatiya upravlencheskogo resheniya [Modeling Processes of Devising and Making Managerial Decision]. *Mikroekonomika* [Micro-Economics], 2019, No. 2, pp. 4–9. (In Russ.).

15. Rozdolskaya I. V., Ledovskaya M. E., Odnoral N. A. Innovatsionnaya napravlennost kadrovogo konsultirovaniya v usloviyakh realnogo ekonomicheskogo prostranstva: alternativnye sposoby formirovaniya i poisk novykh vozmozhnostey razvitiya: monografiya [Innovation Trends in HR Consulting in Conditions of Real Economic Space: Alternative Methods of Shaping and Searching for New Opportunities for Growth: monograph]. Moscow, ITK «Dashkov i K<sup>o</sup>», 2019. (In Russ.).

16. Shchelkunova S. A., Metlin S. V., Kazeeva E. M. Problemy realizatsii upravlencheskogo konsultirovaniya v Rossii [Implementation of Managerial Consulting in Russia]. *Vestnik SamGUPS* [Bulletin of SamGUPS], 2016, No. 2 (32), pp. 95–97. (In Russ.).

17. Yussuf A. A., Timokhina D. S., Grebenyuk E. A. Tsifrovoye konsultirovanie: oso-bennosti tsifrovoy transformatsii v sfere konsaltinga [Digital Consulting: Specific Features of Digital Transformation in the Field of Consulting]. *Vestnik universiteta* [Bulletin of University], 2020, No. 9, pp. 77–84. (In Russ.).

#### **Сведения об авторе**

##### **Светлана Борисовна Баурина**

кандидат экономических наук, доцент  
кафедры экономики промышленности  
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,  
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: baurinaaa@yandex.ru

#### **Information about the author**

##### **Svetlana B. Baurina**

PhD, Assistant Professor  
of the Department for Industrial  
Economics of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: baurinaaa@yandex.ru

# ТРАНСФОРМАЦИЯ ВИДОВ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА COVID-19

**А. О. Векшина**

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова,  
Москва, Россия

С каждым годом социальная ответственность становится все более популярной среди компаний. В той или иной степени практически каждая компания в настоящее время внедряет данную концепцию. Несмотря на продолжительную эволюцию и трансформацию концепции в России, можно отметить, что к 2020 г. социальная ответственность стала распространяться в том числе и среди малого и среднего бизнеса. Однако возникший кризис оказал на нее большое влияние. Многие компании стали бороться в первую очередь за собственное выживание, и ответственность перед другими отошла на второй план. Цель исследования – проследить, как менялись формат и виды социальных активностей с приходом коронавируса. В статье рассматриваются теоретические подходы к понятию «социальная ответственность», а также продемонстрированы результаты опроса среди представителей малого бизнеса, осуществляющих торговлю на маркетплейсах. Исследование показало, что предприниматели сместили свой фокус на онлайн-формат и стали по-другому распределять приоритеты. Автором выделены актуальные направления в условиях экономического кризиса в России, обозначены тенденции развития социальной ответственности, а также отмечено, на какие проблемы предприниматели уже обратили внимание и каким еще стоит его уделить в ближайшем будущем.

*Ключевые слова:* устойчивое развитие, социальные активности, коронавирус, маркетплейс, общественное благосостояние.

## TRANSFORMATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY TYPES IN SMALL BUSINESS DURING COVID-19 CRISIS

**Adelina O. Vekshina**

Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russia

Year after year social responsibility becomes more popular among companies. Today nearly all companies introduce this concept. In spite of rather long evolution and transformation of this concept in Russia, it should be pointed out that by 2020 social responsibility began spreading among small and medium business, however the crisis had a serious impact on it. A lot of companies started fighting for survival and responsibility to others stepped back. The goal of the research is to study in what way the format and types of social activities changes when corona virus turned up. The article analyzes theoretical approaches to the notion 'social responsibility' and provides findings of the survey among representatives of small business trading on marketplaces. The research shows that entrepreneurs shifted their attention to the on-line format and started to distribute their priorities in a different way. The author highlighted the acute trends in conditions of economic crisis in Russia, identified lines in developing social responsibility and also pointed out problems, which have been focused on by entrepreneurs and those, which should be distinguished in the near future.

*Keywords:* sustainable development, social activities, corona virus, marketplace, public wealth.

## Введение

В настоящее время все большее число компаний, как среди корпораций, так и среди компаний малого и среднего бизнеса, стремятся быть социально ответственными. Это связано с развитием экономики, глобализацией, конкуренцией на рынке, а также с появлением новых подходов к управлению организацией. Руководители пересматривают материальные ценности и смещают акцент на нематериальную составляющую любого бизнеса. Актуальность темы заключается в быстром темпе развития социальной ответственности (СО) в деятельности компаний малого и среднего бизнеса.

Сегодня компании становятся не только участниками рыночных отношений, но и членами общества, а исключительно извлечение прибыли стало недостаточным условием лидерства на рынке [17]. На данном этапе социальная отдача становится конкурентоспособным фактором, оказывающим влияние на решение потребителей. Во многом по этой причине большинство компаний задумываются над долгосрочными перспективами и своим развитием в будущем. В связи с этим СО становится скорее неотъемлемой частью компании, нежели исключением. Именно поэтому тема социальной ответственности становится все более разработанной в научном сообществе.

На протяжении всего времени существования социальной ответственности в России ее определение неоднократно трансформировалось с учетом особенностей (как внешних, так и внутренних) того или иного периода. Эволюция подходов позволяет проследить многообразие СО.

Вирус COVID-19 стал новым вызовом для всего мирового сообщества, поэтому все сферы подверглись ощутимым изменениям, во многом от них независимым. Многие компании понесли убытки или перестали существовать, поэтому СО отошла на второй план, так как на кону для многих было выживание организации в турбулентной бизнес-среде [19]. Одновре-

менно с этим общество стало еще сильнее нуждаться в решении проблем, поддержке и помощи со стороны компаний. Организации встали перед серьезным выбором – помогать только себе или же оказывать помощь, в том числе стейкхолдерам.

Несмотря на возникшие трудности, многие компании не отказались от принятых ранее стратегий в сфере СО, а скорректировали их с учетом новых обстоятельств. Компании осознают, что инвестиции в проекты в рамках СО окупятся в долгосрочной перспективе, а в кризис поддержка ценится еще больше, клиенты становятся лояльнее к бренду [2].

Основная цель исследования – проследить, как изменились социальные активности компаний малого бизнеса с приходом коронавирусной инфекции, наметить тенденции развития СО. В качестве объектов исследования были выбраны компании малого бизнеса, осуществляющие торговлю на маркетплейсах.

На пути к обозначенной цели был выполнен ряд исследовательских задач, а именно:

- формирование перечня возможных видов социальных активностей компаний малого бизнеса;
- создание базы компаний и выборки для анализа;
- подготовка вопросов для анкетирования;
- проведение опроса среди представителей малого бизнеса в Москве;
- анализ полученных ответов, выявление тенденций развития СО в ближайшем будущем.

## Теоретические подходы

Определение социальной ответственности появилось в 1953 г. благодаря Г. Боуэну, который опубликовал монографию под названием «Социальная ответственность бизнесмена», где определены основные подходы и методики по ее организации. По мнению автора, «социальная ответственность бизнеса состоит в реализации такой политики, принятии таких

решений либо следование такой линии поведения, которые были бы желательны для целей и ценностей общества» [Цит. по: 21. – С. 2]. Хотя сама концепция СО зародилась значительно раньше и имеет богатую историю, теоретическая основа возникла лишь в середине XX в.

В зарубежной практике определением СО занимались различные ученые. Наиболее известными стали подходы следующих экономистов: А. Кэрлла (пирамида СО), Дж. Элкинтона (подход Triple bottom line), М. Фридмана (теория корпоративного эгоизма), Р. Фримена (теория корпоративного альтруизма), К. Дэвис (железный закон ответственности). Базовыми являются определения Европейской Комиссии и Всемирного совета деловых кругов по социально-ответственному развитию. Каждое из определений фокусируется на том или ином аспекте определения, но всех их объединяет то, что социальная ответственность – добровольный вклад организации в общественное благосостояние тем или иным образом.

Говоря о российской практике, концепция социальной ответственности также менялась на протяжении всей истории. Одним из первых (еще в XIX в.) о социальной ответственности заговорил Т. В. Прохоров в своем труде «О богатении». Он подчеркивал, что богатому человеку следует направлять денежные средства на помощь обездоленным или на духовно-нравственное совершенствование людей. Однако до 1990-х гг. сложно говорить о практике СО в России, она носила фрагментарный характер и зачастую выражалась в деятельности меценатов.

В 1991 г. был принят Закон № 1531-1 «О приватизации государственных и муниципальных предприятий в РСФСР». На данном этапе стали появляться компании, а самые продвинутые из них занялись благотворительностью. И лишь начиная с 2000-х гг. наметился прорыв. К крупным компаниям, уже реализующим СО на высоком уровне («ЛУКОЙЛ», Росбанк, «ВымпелКом», «Северсталь», «Норильский ни-

кель», Альфа-Банк), начал подключаться средний и малый бизнес. Постепенно в России формировалась и научная база.

Значимым событием стала публикация в 2004 г. Ассоциацией менеджеров совместно с Программой развития ООН Доклада о социальных инвестициях в России, который стал одной из первых публикаций, посвященных проблематике СО в России и доступных мировому экспертному сообществу. Также группой ученых и практиков на базе Академии труда и социальных отношений была разработана Концепция социального государства Российской Федерации. Разработанное Ассоциацией менеджеров России определение СО стало базовым и звучит как добровольный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.

В научной литературе содержатся различные трактовки социальной ответственности. При этом можно выделить три основных направления, сложившиеся в российской практике:

1. Основная деятельность компании носит социально значимый характер, т. е. производство товаров и услуг, следование нормативно-правовым актам, а также обеспечение оплачиваемыми рабочими местами, и является социальной ответственностью [1]. Данный подход был отражением ранних теорий на этапе зарождения понятия, когда ответственность компании понималась скорее как юридическая, а не социальная (Е. Ю. Савичева [13], А. Ю. Чепуренко [20]).

2. Социально ответственная компания выходит за минимально требуемые рамки, т. е. не просто следует закону, но и вносит свой вклад в развитие внутренней и внешней среды. Компания расширяет свою ответственность и вкладывается в улучшение общественного благосостояния, благотворительность, устанавливает хорошие отношения со стейкхолдерами за счет инве-

стиций в персонал и местные сообщества [1]. Таким образом, организация действует в рамках своей долгосрочной стратегии, согласует политику в сфере СО с ней (С. П. Перегудов и И. С. Семенов [10], В. С. Комаровский и Н. А. Волгин [16], Ю. Е. Благоев [4])

3. Компании стремятся быть социально ответственными, тем самым повышая свой имидж в глазах стейкхолдеров [6]. Именно поэтому организации не просто удовлетворяют ожидания потребителей, но и принимают активное участие в улучшении общественного благосостояния, усиливая свой бренд (Л. С. Данилова [6], Э. И. Сафарова и В. С. Исмагилова [14], Д. П. Фролов и А. А. Шулимова [18]).

Важно отметить, что каждый субъект может по-своему трактовать социальную ответственность, выделяя те или иные приоритеты. Ю. Ю. Петрунин и В. М. Пурлик считают, что «различия в определениях в значительной степени зависят от того, кто формулирует и применяет эти определения (бизнес, общество в лице общественных организаций и государственных структур, международные организации и т. д.)» [12. – С. 20].

Таким образом, современные российские определения базируются прежде всего на результатах зарубежных исследователей, а также на практике СО, которая начала развиваться в России значительно позже, чем в мире. Несмотря на указанные различия в определениях, можно сказать, что в российском обществе до коронавирусной инфекции сложилось общее представление о СО, хотя оно и могло незначительно варьироваться с учетом особенностей субъекта деятельности.

### Методология и результаты исследования

Для достижения целей исследования был проведен опрос представителей малого бизнеса. Важно было отследить изменение форм социальной активности до и во время пандемии (2020 г.). Всего в исследовании приняли участие 50 предпринимателей,

осуществляющих торговлю на маркетплейсах.

До составления опроса было проведено интервьюирование 10 предпринимателей, а также проведен анализ коммуникаций Ассоциации менеджеров России и Российского союза промышленников и предпринимателей, напрямую связанных с развитием СО в России в интернет-ресурсах, с целью определения основных форм социальной активности у малого и среднего бизнеса, которые в дальнейшем были указаны в опросной форме.

Первыми вопросами для респондентов стали «Как часто Вы реализуете социальные активности в своей деятельности?» (рис. 1) и «От чего зависит частота социальных активностей?» (рис. 2). Как видно из ответов, большая часть респондентов реализует социальные активности нерегулярно. В основном это зависит от личного желания и финансовых результатов.

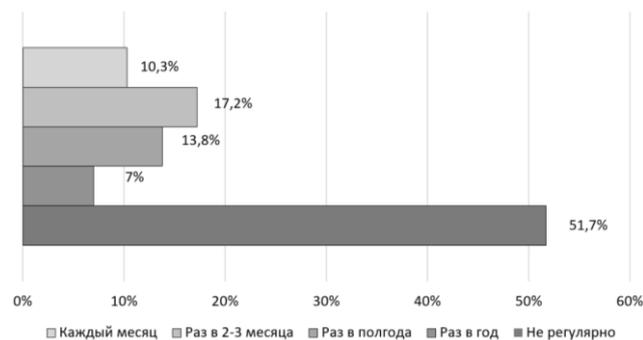


Рис. 1. Частота социальных активностей в компании

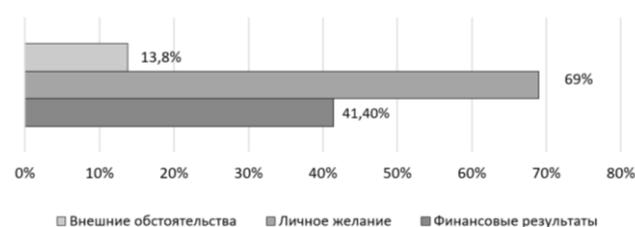


Рис. 2. Факторы, влияющие на частоту социальных активностей

Следующей задачей опроса стало выяснение, как изменились формы социальных активностей с приходом пандемии, а также изменился ли формат, поэтому респон-

дентам были заданы следующие вопросы: «Какие виды социальных активностей Вы применяли до пандемии и с ее приходом?» (табл. 1), а также «Какой формат Вы применяли в рамках социальной ответственности до пандемии и с приходом коронавируса?» (табл. 2).

Таблица 1  
Изменение видов социальных активностей до пандемии и с ее приходом (в %)

Формат	До пандемии	С приходом пандемии
Офлайн	41,40	31
Онлайн	31	41,40
Смешанный	27,60	27,60

Таблица 2  
Формат социальных активностей до пандемии и с ее приходом (в %)

Вид социальных активностей	До пандемии	С приходом пандемии
Помощь детским домам	21	24
Взносы в благотворительные фонды	41,4	34,5
Участие в волонтерских акциях	17,2	17,2
Участие в экологических проектах	13,8	20,7
Сдача ненужных вещей нуждающимся	51,7	48,3
Обучение и развитие персонала	51,7	27,6
Материальная поддержка сотрудников	27,6	6,9
Ничего не применяли	3,4	3,4

В результате социальные активности в офлайн-формате сократились (было 41,4%, стало 31%), а социальные активности онлайн, наоборот, увеличились (было 31%, стало 41,4%). С одной стороны, выросли материальная поддержка сотрудников, участие в экологических проектах, помощь детским домам, обучение и развитие персонала. С другой стороны, с приходом вируса сократились взносы в благотворительные организации. Неизменными остались участие в волонтерских акциях и сдача ненужных вещей нуждающимся. Также 10% респондентов добавили в формы социальной активности помощь животным (как до пандемии, так и с ее приходом).

### Заключение

Исходя из результатов исследования можно сделать вывод, что с приходом пандемии произошло смещение фокуса с офлайн- на онлайн-формат. Таким образом, гипотеза исследования, поставленная до опроса, подтвердилась. Это связано с тем, что продолжительное время офлайн-формат был недоступен не только для проведения социальных активностей, но и для работы, поэтому предприниматели были вынуждены переходить в онлайн-формат. Многим пришлось с нуля осваи-

вать интернет-технологии в рамках социальной ответственности.

Кроме этого, развивается внутренняя социальная ответственность, направленная на заботу о сотрудниках. Предприниматели усиливают поддержку здоровья работников (как физического, так и ментального), оказывают материальную поддержку, которая, конечно, необходима всегда, но особо остро чувствуется в кризис. Компании с приходом пандемии старались удержать своих сотрудников, поощрять их внеочередными премиями, совместно проходить сложный период.

Помощь всем сменяет адресная поддержка – предприниматели переместили свой фокус с глобальных и всегда насущных проблем в рамках устойчивого развития к адресной помощи. Компании стали вносить больший вклад в развитие именно местного сообщества, сконцентрировались на поддержке своих регионов присутствия и помощи тем, кто рядом.

Таким образом, социальная ответственность компаний в кризис трансформировалась под нужды общества. Пандемия 2020 г. – новое явление для мира. Подобного не происходило ранее, поэтому под ударом оказались многие отрасли. Прак-

тически всем организациям пришлось подстраиваться под возникшие условия. Если определять СО именно в кризис, то необходимо сделать акцент на онлайн-формате социальных активностей, адресной помощи, поддержке сотрудников и регионов присутствия, усилении социальной ответственности. Предприниматели учли новые условия в рамках социальной ответственности. Следовательно, можно сделать вывод, что СО с возникновением кризисной ситуации только усилилась.

Также респондентам был задан открытый вопрос «Какие, на их взгляд, виды социальной активности будут актуальны в экономический кризис в России, связанный с проведением спецоперации на Украине?». Среди ответов прозвучали следующие: помощь беженцам (15); образовательные активности (7); различные формы благотворительности онлайн-формата, экологические проекты (5); поддержка пожилых людей (4); те же формы, что и сей-

час, но в большей степени онлайн (3); финансирование малых групп, поддержка женщин. Часть опрошенных ответила, что затрудняется ответить, так как ситуация в мире и в стране крайне нестабильная, поэтому сложно загадывать наперед.

Немаловажно и то, что большая часть респондентов (86,2%) не уверена в том, что СО помогает продвижению компании, а большая часть предпринимателей осуществляет социальные активности из личного желания и делает это нерегулярно. Именно поэтому, на наш взгляд, важно исследовать влияние СО на имидж компаний малого и среднего бизнеса, чтобы донести эту значимость до предпринимателей. Таким образом, компании будут улучшать общественное благосостояние, при этом их имидж будет укрепляться среди клиентов, а значит, их число будет увеличиваться, а вместе с тем будет расти и прибыль, что повлечет за собой win-win-ситуацию для всех стейкхолдеров.

#### Список литературы

1. *Аблякимова Л. Р.* Сущность понятия «корпоративная социальная ответственность» // Вестник современных исследований. – 2021. – № 1-1 (39). – С. 4–7.
2. *Бадыкова И. Р.* Тенденции развития корпоративной социальной ответственности в России // Проблемы теории и практики управления. – 2020. – № 5. – С. 65–74.
3. *Беганская И. Ю.* Понятие и генезис корпоративной социальной ответственности // Наука и практика регионов. – 2021. – № 2 (23). – С. 69–74.
4. *Благов Ю. Е.* Эволюция концепции КСО и теория стратегического управления // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2011. – № 1. – С. 3–26.
5. *Гагарина С. Н.* Социальная ответственность бизнеса в контексте устойчивого развития // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2021. – № 6-1 (76). – С. 32–35.
6. *Данилова Л. С.* Трактовка социальной ответственности бизнеса и смежных понятий в российских научных исследованиях // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2020. – № 4 (60). – С. 130–136.
7. *Дробот Е. В., Макаров И. Н., Лесных Е. В., Татарнинова Е. С.* Социальная ответственность бизнеса и государства в период пандемии (опыт США) // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11. – № 7. – С. 1777–1794.
8. *Макаров И. Н., Назаренко В. С., Дробот Е. В.* Корпоративная социальная ответственность как элемент взаимодействия компании со стейкхолдерами // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. – 2021. – № 2. – С. 113–128.
9. *Мамаев А. И.* Проблемы развития социальной ответственности малого и среднего бизнеса // Дискуссия. – 2019. – № 4 (95). – С. 30–36.

10. Перегудов С. П., Семенов И. С. Корпоративное гражданство: концепции, мировая практика и российские реалии. – М. : Прогресс-Традиция, 2008.
11. Петрунин Ю. Ю., Пурлик В. М. Корпоративная социальная ответственность в современной России: проблемы институционализации // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). – 2012. – № 1. – С. 61–68.
12. Петрунин Ю. Ю., Пурлик В. М. Корпоративная социальная ответственность: поиск методологических оснований // Вестник Московского университета. Серия 21. Управление (государство и общество). – 2015. – № 3. – С. 19–33.
13. Савичева Е. Ю. Модели социальной ответственности малого бизнеса в России // Проблемы современной экономики. – 2010. – № 4. – С. 164–166.
14. Сафарова Э. И., Исмаилова В. С. Влияние корпоративной социальной ответственности на бренд // Символ науки. – 2016. – № 8. – С. 127–129.
15. Семенухина А. А. Совершенствование стратегии корпоративной социальной ответственности организации // Вестник науки. – 2020. – № 1. – С. 163–167.
16. Социальная ответственность бизнеса в условиях современной России: теория и практика : материалы заседания круглого стола / под общ. ред. В. С. Комаровского и Н. А. Волгина. – М., 2005.
17. Сухова О. В. Социальная ответственность бизнеса // Стратегические приоритеты и драйверы развития предприятия : сборник научных статей, приуроченный к 50-летию кафедры экономики предприятий Уральского государственного экономического университета. – Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2019. – С. 226–232.
18. Фролов Д. П., Шулимова А. А. Институциональная системность социальной ответственности бизнеса (природа, институции, механизм) // Журнал институциональных исследований. – 2013. – № 1. – С. 124–140.
19. Чекменева Е. В., Михайлова В. М., Фицурина М. С., Бженникова Д. Г., Лисицкая М. Д. Повышение уровня корпоративной ответственности в условиях пандемии // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 1. – С. 159–178.
20. Чепуренко А. Ю. Малое предпринимательство в России // Мир России. Социология. Этнология. – 2001. – № 4. – С. 130–161.
21. Camilleri M. A. Corporate Social Responsibility: Theoretical Foundations and Conceptual Developments. – Springer, 2015.
22. Hongwei H., Lloyd H. The Impact of COVID-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy // Journal of Business Research. – 2020. – Vol. 116 (3). – P. 176–182.

#### References

1. Ablyakimova L. R. Sushchnost ponyatiya «korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost» [The Essence of the Concept of "Corporate Social Responsibility"]. *Vestnik sovremennykh issledovaniy* [Bulletin of Modern Research], 2021, No. 1-1 (39), pp. 4–7. (In Russ.).
2. Badykova I. R. Tendentsii razvitiya korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti v Rossii [Trends in the Development of Corporate Social Responsibility in Russia]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya* [Problems of Theory and Practice of Management], 2020, No. 5, pp. 65–74. (In Russ.).
3. Beganskaya I. Yu. Ponyatie i genesis korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti [The Concept and Genesis of Corporate Social Responsibility]. *Nauka i praktika regionov* [Science and Practice of Regions], 2021, No. 2 (23), pp. 69–74. (In Russ.).

4. Blagov Yu. E. Evolyutsiya kontseptsii KSO i teoriya strategicheskogo upravleniya [The Evolution of the CSR Concept and the Theory of Strategic Management]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment* [Vestnik of Saint-Petersburg University. Management], 2011, No. 1, pp. 3–26. (In Russ.).

5. Gagarina S. N. Sotsialnaya otvetstvennost biznesa v kontekste ustoychivogo razvitiya [Social Responsibility of Business in the Context of Sustainable Development]. *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika* [Economics and Business: Theory and Practice], 2021, No. 6-1 (76), pp. 32–35. (In Russ.).

6. Danilova L. S. Traktovka sotsialnoy otvetstvennosti biznesa i smezhnykh ponyatiy v rossiyskikh nauchnykh issledovaniyakh [Interpretation of Social Responsibility of Business and Related Concepts in Russian Scientific Research]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. Seriya: Sotsialnye nauki* [Bulletin of the Nizhny Novgorod University Named after N. I. Lobachevsky. Series: Social Sciences], 2020, No. 4 (60), pp. 130–136. (In Russ.).

7. Drobot E. V., Makarov I. N., Lesnykh E. V., Tatarinova E. S. Sotsialnaya otvetstvennost biznesa i gosudarstva v period pandemii (opyt SSHA) [Social Responsibility of Business and the State During the Pandemic (US Experience)]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2021, Vol. 11, No. 7, pp. 1777–1794. (In Russ.).

8. Makarov I. N., Nazarenko V. S., Drobot E. V. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost kak element vzaimodeystviya kompanii so steykhholderami [Corporate Social Responsibility as an Element of a Company's Interaction with Stakeholders]. *Sotsialnoe predprinimatelstvo i korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost* [Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibility], 2021, No. 2, pp. 113–128. (In Russ.).

9. Mamaev A. I. Problemy razvitiya sotsialnoy otvetstvennosti malogo i srednego biznesa [Problems of Development of Social Responsibility of Small and Medium-Sized Businesses]. *Diskussiya* [Discussion], 2019, No. 4 (95), pp. 30–36. (In Russ.).

10. Peregudov S. P., Semenenko I. S. Korporativnoe grazhdanstvo: kontseptsii, mirovaya praktika i rossiyskie realii [Corporate Citizenship: Concepts, World Practice and Russian Realities]. Moscow, Progress-Traditsiya, 2008. (In Russ.).

11. Petrunin Yu. Yu., Purlik V. M. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost v sovremennoy Rossii: problemy institutsionalizatsii [Corporate Social Responsibility in Modern Russia: Problems of Institutionalization]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 21: Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo)* [Bulletin of the Moscow University. Episode 21. Management (State and Society)], 2012, No. 1, pp. 61–68. (In Russ.).

12. Petrunin Yu. Yu., Purlik V. M. Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost: poisk metodologicheskikh osnovaniy [Corporate Social Responsibility: Search for Methodological Foundations]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 21. Upravlenie (gosudarstvo i obshchestvo)* [Bulletin of the Moscow University. Episode 21. Management (State and Society)], 2015, No. 3, pp. 19–33. (In Russ.).

13. Savicheva E. Yu. Modeli sotsialnoy otvetstvennosti malogo biznesa v Rossii [Models of Social Responsibility of Small Business in Russia]. *Problemy sovremennoy ekonomiki* [Problems of the Modern Economy], 2010, No. 4, pp. 164–166. (In Russ.).

14. Safarova E. I., Ismagilova V. S. Vliyanie korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti na brend [The Impact of Corporate Social Responsibility on the Brand]. *Simvol nauki* [Symbol of Science], 2016, No. 8, pp. 127–129. (In Russ.).

15. Semenikhina A. A. Sovershenstvovanie strategii korporativnoy sotsialnoy otvetstvennosti organizatsii [Improving the Strategy of Corporate Social Responsibility of the Organization]. *Vestnik nauki* [Bulletin of Science], 2020, No. 1, pp. 163–167. (In Russ.).

16. Sotsialnaya otvetstvennost biznesa v usloviyakh sovremennoy Rossii: teoriya i praktika: materialy zasedaniya kruglogo stola [Social Responsibility of Business in Modern Russia: materials of the round table meeting].

Theory and Practice: materials of the round table meeting], edited by V. S. Komarovskiy, N. A. Volgin. Moscow, 2005. (In Russ.).

17. Sukhova O. V. Sotsialnaya otvetstvennost biznesa [Social Responsibility of Business]. *Strategicheskie priority i drayvery razvitiya predpriyatiya: sbornik nauchnykh statey, priurochenny k 50-letiyu kafedry ekonomiki predpriyatiy Uralskogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Strategic Priorities and Drivers of Enterprise Development: a collection of scientific articles dedicated to the 50th anniversary of the Department of Enterprise Economics of the Ural State University of Economics]. Ekaterinburg, Uralskiy gosudarstvennyy ekonomicheskii universitet, 2019, pp. 226–232. (In Russ.).

18. Frolov D. P., Shulimova A. A. Institutsionalnaya sistemnost sotsialnoy otvetstvennosti biznesa (priroda, institutsii, mekhanizm) [Institutional Consistency of Business Social Responsibility (Nature, Institutions, Mechanism)]. *Zhurnal institutsionalnykh issledovaniy* [Journal of Institutional Research], 2013, No. 1, pp. 124–140. (In Russ.).

19. Chekmeneva E. V., Mikhaylova V. M., Fitsurina M. S., Bzhennikova D. G., Lisitskaya M. D. Povyshenie urovnya korporativnoy otvetstvennosti v usloviyakh pandemii [Raising the Level of Corporate Responsibility in a Pandemic]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2021, No. 1, pp. 159–178. (In Russ.).

20. Chepurenko A. Yu. Maloe predprinimatelstvo v Rossii [Small Business in Russia]. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya* [Universe of Russia. Sociology. Ethnology], 2001, No. 4, pp. 130–161. (In Russ.).

21. Camilleri M. A. Corporate Social Responsibility: Theoretical Foundations and Conceptual Developments. Springer, 2015.

22. Hongwei H., Lloyd H. The Impact of COVID-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*, 2020, Vol. 116 (3), pp. 176–182.

#### Сведения об авторе

**Аделина Олеговна Векшина**  
аспирантка кафедры маркетинга  
экономического факультета  
МГУ имени М. В. Ломоносова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Московский  
государственный университет имени  
М. В. Ломоносова», 119991,  
Москва, Ленинские горы,  
д. 1, стр. 46.  
E-mail: adelina.bagrova@mail.ru

#### Information about the author

**Adelina O. Vekshina**  
Post-Graduate Student of the Department  
of Marketing of the Faculty  
of Economics of the Lomonosov MSU.  
Address: Federal State Educational Institution  
of Higher Professional Education Lomonosov  
Moscow State University, 46 building,  
1 Leninskie gory, Moscow, 119991,  
Russian Federation.  
E-mail: adelina.bagrova@mail.ru



# ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ

**Т. И. Захарова**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

Обычно при формировании культуры руководители используют традиционные принципы управления, характерные для компаний еще в XX в., выстраивают отношения с высокой дистанцией власти и не оставляют пространства для творчества, гибкости и самостоятельности персонала. Такая культура не только чужда сотрудникам и не отвечает современным требованиям, но и ограничивает развитие самого руководителя. Вызовы современного времени требуют как новых технологий и инноваций, так и трансформации корпоративной культуры в гибкую адаптивную систему, позволяющую руководителям более эффективно взаимодействовать с командой. В этой связи в статье исследованы характеристики бюрократической культуры, присущие современным государственным и муниципальным предприятиям. В структуре корпоративной культуры определены значения артефактов, провозглашенных ценностей, базовых представлений, деловой этики и уровня стандартизации. Автором дана оценка миссии и ценностей государственных компаний, обозначены преимущества и недостатки их корпоративных культур. Результатом исследования стала предложенная авторская модель составляющих корпоративной культуры современной государственной организации. Данная статья будет полезна управленцам государственных и муниципальных организаций, а также специалистам, заинтересованным в развитии корпоративной культуры государственного сектора.

*Ключевые слова:* культура, управление, руководитель, ценности, миссия.

## PROSPECTS OF DEVELOPING CORPORATE CULTURE OF CIVIL SERVICE

**Tatiana I. Zakharova**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

As a rule to shape culture executives would use traditional principles of management typical of companies of the 20th century, they build relations with a high distance of authority and leave no space for creativity, flexibility and independence of personnel. This type of culture is alien to employees, it does not meet today's requirements and at the same time it hinders the development of the executive himself/herself. Present day challenges need both new technologies and innovation and transformation of corporate culture into flexible adaptive system, which proves management with an opportunity to interact with the team in a more effective way. The article researches characteristics of bureaucratic culture typical of today's state and municipal enterprises. In the structure of corporate culture the author shows the role of artifacts, declared values basic ideas, business ethics and standardization level. Missions and values of state-owned companies were assessed and advantages and drawbacks of their corporate culture were shown. As a result of the research the author put forward a model of corporate culture elements appropriate for the present day state-owned company. This article will be useful for executives of state and municipal organizations, as well as specialists dealing with the development of corporate culture in the state sector.

*Keywords:* culture, management, executive, values, mission.

**В** классификациях культура государственных структур чаще всего называется бюрократической. «Бюрократическая культура – это иерархическая и формальная культура, имеющая несколько

уровней, где задачи, полномочия и ответственность делегируются между отделами, офисами или людьми. Эта культура поддерживается центральной или главной администрацией» [11. – С. 311].

При бюрократической культуре в компаниях существует большое количество ступеней управления, начиная с высшего руководства и региональных и ведомственных управленцев до менеджеров, работающих вместе с обычными сотрудниками. В связи с этим по сравнению с более плоскими организациями полномочия по принятию решений проходят через большее количество уровней.

Бюрократические организации отличаются также высоким уровнем формализации, организованности и контроля. Каждый работник отлично понимает спектр своих обязанностей. Есть даже протокол для принятия решений.

Процесс передачи решений по длинной иерархической цепочке замедляет внедрение изменений. Коммуникативная политика в бюрократической организации тщательно продумана и сформулирована. Все работники должны следовать правилам поведения и взаимодействия в организации.

При этом инициатива, индивидуальность и креативность не поощряются, а ценность человека в бюрократической организации зависит от качественного выполнения поставленных задач и соблюдения формальностей [2].

Основные черты корпоративных культур государственных структур и компаний представлены на рис. 1.

Артефакты	Провозглашенные ценности	Базовые представления
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Формальное общение</li> <li>• Высокая дистанция власти</li> <li>• Большое количество формальных ритуалов</li> <li>• Строгий дресс-код</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Строго нормированные правила поведения и взаимодействия</li> <li>• Миссия - служить на благо государства</li> <li>• Философия: стабильность во всех процессах</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Первоочередно важны отношения внутри структуры и отношения подчиненных с руководителем</li> <li>• Убеждение, что руководитель всегда прав</li> </ul>

Рис. 1. Структура корпоративной культуры государственной организации [11]

В государственных организациях большое количество ритуалов, правил и формализма. Все сотрудники обязаны придерживаться делового дресс-кода или носить униформу, бейджи, иметь минимальный макияж, неброский маникюр. Во внешности не должно быть пирсинга, татуировок и других сильно выделяющихся элементов.

Во всех государственных компаниях присутствует этика общения, как устного, так и письменного. При написании писем по электронной почте, формировании текстов докладов или при обычном совещании сотрудники должны говорить с соблюдением деловой этики без использования неформальной лексики или даже новомодных терминов (что, например, характерно для инновационных и гибких

компаний с корпоративными культурами типа «Ракета» или «Инкубатор») [1].

Для государственных компаний характерно серьезное отношение ко всем потокам информации. При этом используются новейшие системы безопасности, подписываются бумаги о неразглашении информации, ведется контроль за тем, сколько времени сотрудники проводят в электронной системе, какие сайты они посещают в рабочее время, на какие номера телефонов звонят. Для сотрудников привычно работать под камерами видеонаблюдения и использовать электронные пропуска для любых перемещений в рабочем пространстве.

Также сотрудникам государственных компаний часто необходимо соблюдать определенные правила поведения и вне

рабочего места, например, не выражать открыто свои взгляды о политике, национальной безопасности и других вопросах в Интернете, следить за грамотным и корректным содержанием своего контента в социальных сетях, не распространяться о работе и т. д.

Все процессы четко стандартизированы. Руководство стремится довести все процедуры до автоматизма, поэтому в организациях с такой культурой множество инструкций, стандартов операционной деятельности, чек-листов. В последнее время для таких культур чаще характерно использование автоматизированных программ с контролем всех процессов и их качества.

Роль линейных сотрудников и руководителей низших уровней часто сводится к беспрекословному выполнению поставленных задач: все по инструкции и в соответствии со стандартами. Поэтому инициатива сотрудников в таких компаниях минимальна.

Роль руководителя в подобной культуре очень высока. Чем выше по иерархической лестнице стоит руководитель, тем меньше подчиненные с ним взаимодействуют и тем выше его авторитет. Как правило, к высшему руководству относятся настороженно, даже со страхом, его решения не обсуждают, а только выполняют. Для государственных организаций также характерен высокий уровень субординации. Подчиненные за все время работы в государственной структуре могут ни разу не взаимодействовать с высшим руководством [2].

В государственных структурах много ручного управления. Часто для любого действия необходимо получить письменное разрешение от руководителя, поэтому весь управляющий персонал всегда в курсе всего происходящего в организации. Но в результате этого появляется много бюрократии, большое количество документов и ненужных операций.

В то же время стоит отметить, что для государственных организаций характерна стабильность в заработной плате, в харак-

тере работы, в социальных вопросах. Сотрудники таких компаний чувствуют себя защищенными [11]:

- имеют нормированные рабочие дни. График с 9:00 до 18:00 (стандартный для офисов и многих государственных структур) строго соблюдается, чтобы сотрудники могли поддерживать баланс между работой и личной жизнью. Высокие нагрузки и переработки в таких организациях – исключение;

- имеют ряд льгот, которые позволяют быть уверенным в будущей пенсии, получать качественную медицинскую помощь, сохранять рабочее место в кризис, получать оплачиваемые больничные, белую заработную плату и т. д.;

- имеют стабильную заработную плату. И хотя на линейных должностях заработная плата недостаточно высокая, она все же выше, чем во многих других сферах. Кроме того, заработная плата у государственных служащих практически никогда не подлежит сокращению;

- обеспечены комфортными условиями труда. В государственных организациях практически всегда заботятся о комфорте сотрудников, ремонте рабочих помещений, качественной технике, отличном питании, воде, освещении и т. д.

Благодаря этим преимуществам люди в подобные структуры идут охотно и часто остаются там на долгие годы, даже на всю жизнь. Поэтому в организациях с такой культурой всегда низкая текучесть кадров. Сотрудники могут годами работать вместе. Но в то же время из-за этого в государственных организациях ограничен карьерный рост, поскольку долгое время работать на одной должности – нормально [2].

Миссия и ценности в государственных организациях всегда связаны с работой на благо Родины, исполнением государственного долга, развитием своей страны и т. д. [1]. Для примера рассмотрим несколько миссий известных государственных ведомств (рис. 2).

Сотрудники государственных структур обычно так или иначе замотивированы в

развитии государства, помощи обществу и стране. Поэтому для такой корпоративной культуры характерны ответственное отношение к своей работе, исполнительность, высокая трудовая дисциплина, чувство ответственности за свою работу и профессиональная любовь к своему делу. Большинство сотрудников можно охарактеризовать как лояльный персонал, который дорожит своим местом и должностью, беспрекословно выполняет приказания руководства. Благодаря стабильности, по-

рядку, формализму и при этом защищенности в таких компаниях часто царит семейная атмосфера. Коллективы очень сплоченные, все всегда знают друг о друге все. Многие сотрудники, работающие в государственных организациях, вместе начинали в них работать и вместе уходят на пенсию. Поэтому в коллективах, как правило, можно наблюдать теплые и дружеские отношения, взаимную поддержку и взаимовыручку, низкую конкуренцию.

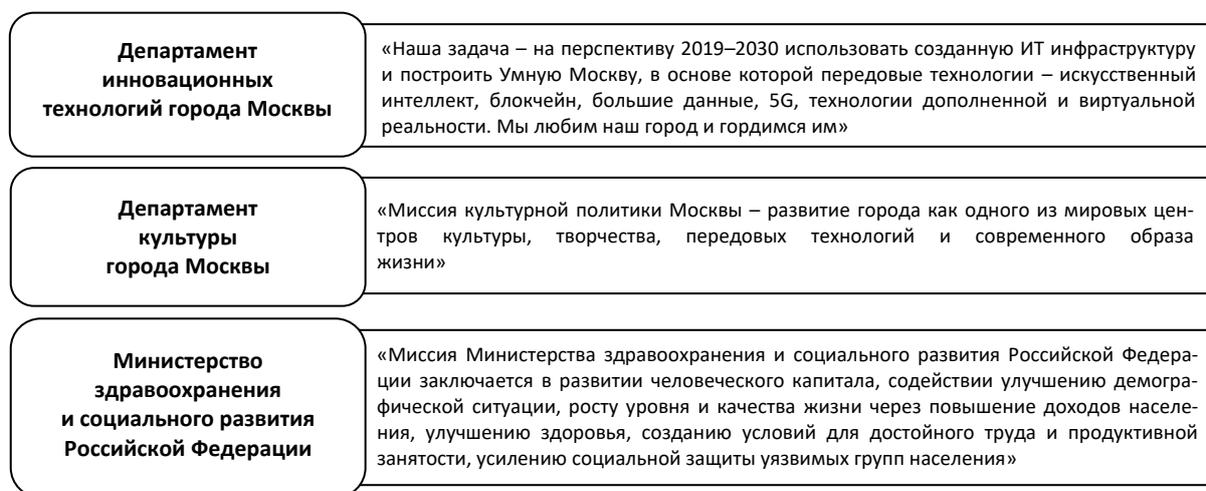


Рис. 2. Примеры миссий государственных структур

Источник: [https://budget.mos.ru/budget/gp/10?analytic\\_year=2020&analytic\\_stage=approved&version=641&level=moscow&mode=structure&month=jan&year=2015&dividertype=b](https://budget.mos.ru/budget/gp/10?analytic_year=2020&analytic_stage=approved&version=641&level=moscow&mode=structure&month=jan&year=2015&dividertype=b)

Корпоративную культуру государственных организаций нельзя отнести к одному конкретному типу. Скорее всего, она является смешением нескольких типов (рис. 3).

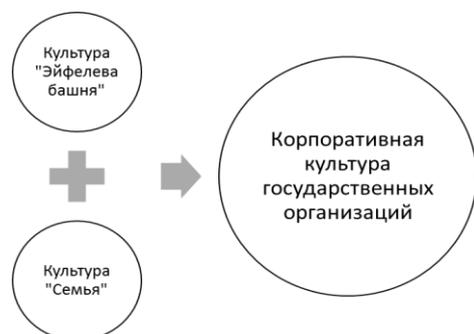


Рис. 3. Составляющие корпоративной культуры государственной организации

Таким образом, корпоративная культура государственных организаций – это симбиоз министерской и домашней культур. У таких культур, разумеется, есть ряд преимуществ и недостатков.

К преимуществам корпоративных культур государственных структур относятся [2]:

- благоприятный психологический климат;
- высокая вовлеченность руководства во все процессы;
- часто высокое качество работы (благодаря стандартизации и регламентам);
- низкая текучесть кадров;
- исполнительность и ответственность работников.

Недостатками корпоративных культур государственных структур являются [1]:

- невозможность быстро принимать решения и гибко реагировать на события и факторы;
- низкий уровень инициативности сотрудников и их полнейшая невовлеченность в развитие организации;
- необходимость инициировать любые изменения, перемены и развитие сверху в виде поручений;
- сложность внедрения инноваций и гибких подходов;
- высокое профессиональное выгорание сотрудников.

На данный момент в государственных организациях и их культурах скорее больше недостатков, чем преимуществ.

В эпоху новых технологий, быстро изменяющегося мира, инноваций ценятся гибкие организации, а не бюрократические.

Таким образом, можно говорить о необходимости трансформации корпоративной культуры на государственной службе. Поэтому многие руководители государственных структур задумываются о том, что корпоративную культуру следует изменять, делать ее более современной, открытой творчеству, участию сотрудников в управлении и т. д. И уже сейчас можно заметить, что многие государственные компании стремятся репозиционировать себя на рынке, уйти от идеи стабильности и привлекать активных сотрудников своими проектами, возможностью развития, роста и генерации идей.

#### Список литературы

1. *Валиев Р. Г., Горбачев И. Г.* Бюрократия и бюрократизм (политико-правовые аспекты). – Казань : Изд-во Казанского гос. ун-та, 2008.
2. *Власть и корпоративный бизнес в долговременной стратегии развития изменяющейся России.* – М., 2008.
3. *Гришин В. И., Домащенко Д. В., Константинова Л. В., Кошкин А. П., Устюжанина Е. В., Штыхно Д. А., Шубенкова Е. В.* Жизнь после пандемии: экономические и социальные последствия // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2020. – № 3 (111). – С. 5–18.
4. *Захарова Т. И.* «Культурная» корпоративная культура // Экономические науки. – 2013. – № 10. – С. 150.
5. *Зверева Н. И., Сурова Н. Ю.* Регулирование социального предпринимательства в России // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2020. – № 5 (101). – С. 101–109.
6. *Криворучко Т. О.* Управление корпоративной культурой госучреждения // Теоретические и практические аспекты научных исследований : материалы Международной (заочной) научно-практической конференции, София, 19 апреля 2019 года. – София : Научно-издательский центр «Мир науки» (ИП Вострецов Александр Ильич), 2019. – С. 250–261.
7. *Кудрявых О. Д., Власова Т. А.* Изучение элементов корпоративной культуры и обобщенные результаты анализа корпоративной культуры // Форум молодых ученых. – 2018. – № 12-2 (28). – С. 1247–1250.
8. *Лебедева Н. М., Татарко А. Н.* Ценности культуры и развитие общества. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.
9. *Подольский Д. А.* К вопросу о ценностном измерении управленческой деятельности // Мир психологии. – 2021. – № 4 (107). – С. 65–76.

10. Устюжанина Е. В., Губарев Р. В., Искандарян Р. А., Лосяков А. В., Свечников В. А., Ярушев С. А., Евсюков С. Г. Социальная политика и ее влияние на производительность труда // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2020. – № 2 (110). – С. 51–65.

11. Чевтаева Н. Г. Корпоративность социально-профессиональной группы российского чиновничества: социологический анализ. – Екатеринбург : Уральская акад. гос. службы, 2006.

12. Шейн Э. Организационная культура и лидерство. – СПб. : Питер, 2012.

## References

1. Valiev R. G., Gorbachev I. G. Byurokratiya i byurokratizm (politiko-pravovye aspekty) [Bureaucracy and Bureaucratism (Political and Legal Aspects)]. Kazan, Publishing House of the Kazan State University, 2008. (In Russ.).

2. Vlast i korporativnyy biznes v dolgoveremennoy strategii razvitiya izmenyayushcheyssya Rossii [Power and Corporate Business in the Long-Term Strategy of Changing Russia Development]. Moscow, 2008. (In Russ.).

3. Grishin V. I., Domashchenko D. V., Konstantinova L. V., Koshkin A. P., Ustyuzhanina E. V., Shtykhno D. A., Shubenkova E. V. Zhizn posle pandemii: ekonomicheskie i sotsialnye posledstviya [Life after Pandemic: Economic and Social After-Effects]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2020, No. 3 (111), pp. 5–18. (In Russ.).

4. Zakharova T. I. «Kulturnaya» korporativnaya kultura [‘Cultural’ Corporate Culture]. *Ekonomicheskie nauki* [Economic Sciences], 2013, No. 10, pp. 150. (In Russ.).

5. Zvereva N. I., Surova N. Yu. Regulirovanie sotsialnogo predprinimatelstva v Rossii [Regulating Social Entrepreneurship in Russia]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2020, No. 5 (101), pp. 101–109. (In Russ.).

6. Krivoruchko T. O. Upravlenie korporativnoy kulturoy gosuchrezhdeniya [Governing Corporate Culture in State Organization]. *Teoreticheskie i prakticheskie aspekty nauchnykh issledovaniy, materialy Mezhdunarodnoy (zaochnoy) nauchno-prakticheskoy konferentsii, Sofiya, 19 aprelya 2019 goda* [Theoretical and Practical Aspects of Research: materials of the International Conference, Sofia, April 19, 2019]. Sofiya, Academic-Publishing Center ‘Mir Nauki’ (Vostretsov A. I.), 2019, pp. 250–261. (In Russ.).

7. Kudryavykh O. D., Vlasova T. A. Izuchenie elementov korporativnoy kultury i obobshchennye rezultaty analiza korporativnoy kultury [Studying Elements of Corporate Culture and Summarized Results of Corporate Culture Analysis]. *Forum molodykh uchenykh* [Forum of Young Scientists], 2018, No. 12-2 (28), pp. 1247–1250. (In Russ.).

8. Lebedeva N. M., Tatarko A. N. Tsennosti kultury i razvitie obshchestva [Cultural Values and Society Development]. Moscow, Publishing House of GU VShE, 2007. (In Russ.).

9. Podolskiy D. A. K voprosu o tsennostnom izmerenii upravlencheskoy deyatel'nosti [Concerning Value Assessment of Managerial Work]. *Mir psikhologii* [The World of Psychology], 2021, No. 4 (107), pp. 65–76. (In Russ.).

10. Ustyuzhanina E. V., Gubarev R. V., Iskandaryan R. A., Losyakov A. V., Svechnikov V. A., Yarushev S. A., Evsyukov S. G. Sotsialnaya politika i ee vliyanie na proizvoditelnost truda [Social Policy and Its Impact on Labour Productivity]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo*

*universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2020, No. 2 (110), pp. 51–65. (In Russ.).

11. Chevtaeva N. G. Korporativnost sotsialno-professionalnoy gruppy rossiyskogo chinovnichestva: sotsiologicheskiy analiz [Corporate Nature of Social-Professional Group of Russian Officials: Sociological Analysis]. Ekaterinburg, the Ural Academy of Civil Service, 2006. (In Russ.).

12. Sheyn E. Organizatsionnaya kultura i liderstvo [Organizational Culture and Leadership]. Saint Petersburg, Piter, 2012. (In Russ.).

#### **Сведения об авторе**

##### **Татьяна Ивановна Захарова**

кандидат экономических наук, доцент  
базовой кафедры благотворительного  
фонда поддержки образовательных программ  
«Капитаны» «Инновационный менеджмент  
и социальное предпринимательство»  
РЭУ им. Г. В. Плеханова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова»,  
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: Zaharova.TI@rea.ru

#### **Information about the author**

##### **Tatiana I. Zakharova**

PhD, Assistant Professor of Basic Department  
of Charity fund for support of educational  
programs "Captains" "Innovative  
Management and Social Entrepreneurship"  
of the PRUE.  
Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997,  
Russian Federation.  
E-mail: Zaharova.TI@rea.ru

# ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС-ЭКОСИСТЕМ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

**О. Е. Каленов**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

Экосистемная бизнес-модель – достаточно новое явление, поэтому пока еще не сформировалась унифицированная методика оценки эффективности ее функционирования. Большинство исследователей акцентируют внимание на том, что в основе экосистемы находится банк. В статье предлагается рассматривать экосистемы без привязки к какому-либо конкретному виду деятельности, например, банковскому, телекоммуникационному и т. д. Автор выделяет ряд аспектов, которые должны быть обязательно учтены при решении данного вопроса. Для оценки эффективности деятельности экосистем бизнеса предлагается методика, в основе которой лежит интегральный показатель, включающий следующие группы критериев по ряду ключевых направлений: операционно-синергетическую, финансово-инвестиционную, цифровую и регуляторную. В каждой из четырех групп автор выделяет показатели для оценки, подчеркивая, что они могут быть скорректированы в зависимости от специфики деятельности конкретной бизнес-экосистемы. Представленная методика может быть использована менеджментом организаций, занимающихся построением бизнес-экосистем, инвесторами, руководителями министерств и ведомств, курирующими данные вопросы с целью анализа и принятия мер для повышения эффективности их деятельности.

*Ключевые слова:* цифровизация, бизнес-экосистема, цифровая экономика, бизнес-модель, платформа, эффективность, синергия, интегральный показатель.

## ESTIMATING EFFICIENCY OF BUSINESS ECOSYSTEM FUNCTIONING IN DIGITAL ECONOMY

**Oleg E. Kalenov**

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

The ecosystem business-model is a rather new phenomenon, thus unified methodology of estimating its efficiency has not been formed yet. The majority of researchers focus on the fact that there is a bank in the ecosystem foundation. The article proposes to study ecosystems without binding to any concrete type of activity, for instance, banking, telecommunication, etc. The author highlights a number of aspects that should be necessarily taken into account in resolving this problem. To estimate the efficiency of ecosystem business methodology is put forward based on integral indicator, which includes the following groups of criteria in key lines: operation-synergetic, finance-investment, digital and regulatory. In each of the 4 groups the author identifies factors for estimation and underlines that they can be corrected depending on specific functioning of concrete business-ecosystem. The provided methodology can be used by management of organizations dealing with business-ecosystem building, investors, heads of ministries and departments supervising these directions in order to analyze and take steps aimed at raising the efficiency of the work.

*Keywords:* digitalization, business-ecosystem, digital economy, business-model, platform, efficiency, synergy, integral indicator.

**Ц**ифровая трансформация, свидетелем которой мы являемся в последние годы, серьезно затрагивает все сферы общественной жизни, в том числе и экономические процессы. В бизнес-ландшафте цифровой экономики активно

формируются новые подходы к ведению бизнеса, направленные в большей степени не на конкуренцию, а на взаимовыгодное сотрудничество рыночных игроков. Для того чтобы развиваться, фирмы используют экосистемную бизнес-модель, в основе которой лежит объединение вокруг одной сильной компании большого количества организаций с целью комплексного удовлетворения потребностей клиентов. Это сопровождается мощным синергетическим эффектом и приносит выгоду для всех участников, входящих в ее состав [5; 9]. Однако поскольку формирование бизнес-экосистем является достаточно новым трендом в экономических реалиях, требуется глубокое исследование целого ряда вопросов, одним из которых является оценка эффективности их деятельности.

Исследования разных трудов отечественных и зарубежных специалистов в области развития и оценки эффективности экосистем (табл. 1) позволили сделать вывод, что единых стандартов или даже просто некоторых устоявшихся подходов не существует в силу новизны такой модели бизнеса, как экосистема:

– профессор Университета Суррея А. Гавер и профессор Массачусетского технологического института М. Кусумано сосредоточены на таких технологических показателях, связанных с эффективностью, как искусственный интеллект (ИИ) и big data [11];

– в исследовании С. А. Бандурко предложено акцентировать внимание на информационных рисках и рисках кибербезопасности банковской экосистемы. Именно при их нивелировании работа экосистемы считается эффективной [2];

– В. П. Бауэр, В. В. Еремин, М. В. Рыжкова анализируют конкурентный потенциал технологических платформ экосистем как ведущий параметр оценки их эффективности. При этом, к сожалению, авторы не предлагают подходов к количественной оценке конкурентного потенциала [3];

– С. Н. Ткаченко, А. М. Ставицкий, И. С. Маклахова предлагают в качестве ведущего показателя оценки эффективности экосистемы пожизненную ценность клиента (CLTV или LTV – *Customer Lifetime Value*; прогнозируемый объем прибыли, который принесет экосистеме один клиент за весь период сотрудничества). Показатель считается и в разрезе сервисов, и в целом по экосистеме [10. – С. 24];

– В. С. Коханова в качестве критериев оценки эффективности цифровой экосистемы предлагает несколько групп показателей, характеризующих эффективность финансовой, производственной, организационной, маркетинговой стратегии и стратегии брендинга компании [8];

– Т. В. Кокуйцева и О. П. Овчинникова оценивают эффективность цифровой трансформации предприятий высокотехнологичной промышленности (подобно цифровым экосистемам). Они проводят развернутый анализ методической базы и предлагают делать оценку эффективности организации на основе временного, трудового и финансового критериев. Подробно совокупность показателей в группах авторы не приводят, ориентируясь на самостоятельный выбор собственника процесса оценки [7. – С. 2421];

– О. В. Береза сосредотачивается на анализе банковской экосистемы и предлагает проведение оценки ее эффективности по двум направлениям. Первое направление – анализ и поиск потенциальных партнеров (анализ деятельности контрагентов, оценка риска партнерских отношений, анализ эффективности возможного партнерства и др.). Ко второму направлению относится анализ деятельности в уже существующих партнерствах (анализ возможностей завоевания рынка, лояльности клиентов, эффективности работы с партнерами и т. д.) [4].

Таким образом, организациям, развивающим экосистемы, сегодня предоставлено широкое поле деятельности для формирования собственного, адекватного деятельности экосистемы методического ап-

парата оценки ее эффективности. Если же рассматривать этот вопрос глобально, то необходима разработка унифицированной методики для оценки эффективности

деятельности бизнес-экосистемы, независимо от сферы деятельности ее ядра, в качестве которого может выступать как банковская, так и другие сферы деятельности.

Т а б л и ц а 1

## Основные подходы к оценке эффективности экосистем

Авторы	Критерии эффективности экосистемы
А. Гавер, М. Кусумано	Технологические показатели, связанные с ИИ и big data
С. А. Бандурко	Нивелирование информационных рисков и рисков кибербезопасности
В. П. Бауэр, В. В. Еремин, М. В. Рыжкова	Качественный анализ конкурентного потенциала технологических платформ
С. Н. Ткаченко, А. М. Ставицкий, И. С. Маклахова	Показатель пожизненной ценности клиента, рассчитанный в разрезе сервисов и в целом по экосистеме
Т. В. Кокуйцева, О. П. Овчинникова	Оценка эффективности цифровой трансформации на основе временного, трудового и финансового критериев
В. С. Коханова	5 групп показателей, характеризующих эффективность финансовой, производственной, организационной, маркетинговой стратегий и стратегии брендинга компании
О. В. Береза	Анализ потенциальных и существующих партнерств

Методика оценки эффективности бизнес-экосистем должна учитывать ряд важных аспектов:

- специфику деятельности организаций в условиях цифровой экономики. Если речь идет об экосистемах, то они обязательно должны строиться на основе цифровых платформ как ключевых элементов бизнес-ландшафта на современном этапе экономического развития;

- оценку уровня цифрового развития экосистемы (ее платформы) и используемых технологий, например, насколько эффективно используется беспроводная передача данных между основными и непрофильными сервисами, и наоборот; применяются ли социальные сети и мессенджеры для сбора и анализа информации (big data) с целью создания как можно более точного портрета клиента и формирования для него персональных предложений и т. д.;

- объем клиентской базы якорного бизнеса или ядра экосистемы (ее основного вида деятельности). По существу, экосистема – это биполярная модель для собственников, где в центре находятся организация-лидер и ее клиентская база (а также бренд, репутация, рейтинговая

оценка и т. д.), а вокруг выстраиваются новые сервисы для образования синергетического эффекта и развития экосистемы. При этом надо отметить, что с точки зрения маркетинга бизнес-экосистема является клиентоцентричной моделью, т. е. основное место в ней занимают клиент и удовлетворение его потребностей. В качестве якорного бизнеса могут выступать различные виды экономической деятельности. В настоящее время в России экосистемы строятся вокруг банков и телекоммуникационных компаний, в будущем же это могут быть и другие виды бизнеса. Нынешние подходы в основном касаются именно построения экосистем вокруг организаций финансового сектора;

- стадию развития бизнес-экосистемы, т. е. находится ли она в начальной, растущей или зрелой фазе (по аналогии с жизненными циклами продуктов и организаций). Фазу спада пока рассматривать нецелесообразно, поскольку как минимум несколько лет, а скорее всего, и более российские экосистемы будут достигать стадии зрелости в силу новизны таких бизнес-моделей. В зависимости от стадии развития бизнес-экосистемы формируется определенный комплекс показателей

оценки ее эффективности. При этом совокупность показателей должна включать два блока. Первый – это набор стандартных показателей для оценки эффективности бизнес-экосистемы на определенной стадии развития, второй – набор специфических показателей, исходя из особенностей функционирования и развития экосистемы той или иной организации. Например, это могут быть особенности в расширении количества сервисов экосистемы («Сбер» покупает сервисы и запускает их под своими брендами, «Тинькофф» же заключает партнерские соглашения, не становясь собственником новых сервисов и продуктов) или в наличии специфических для экосистемы рисков (у «Сбера» сервисы на балансе, у «Тинькофф» – в структуре холдинга) и т. д.;

– уровень агрегированных экосистемой знаний как ключевого ресурса ее развития в условиях цифровой экономики. Это реализуется за счет инвестиций в инновационные технологии, количества патентов, лицензий, ноу-хау и т. д.;

– ограничения, устанавливаемые регуляторными органами (Банком России, Федеральной антимонопольной службой, Минэкономразвития России, органами по защите прав потребителей и др.) для бизнес-экосистем;

– уровень конкуренции на национальном рынке, в том числе с учетом деятельности международных бизнес-организаций;

– синергетический эффект экосистемы от взаимодействия ее ядра и непрофильных сервисов.

Реализация методики оценки включает несколько этапов.

*Этап 1.* Исходя из логики представленных выше выводов в рамках исследования на основании анализа значительного числа работ ученых и практиков, а также непосредственно экосистемных стратегий развития российских компаний в настоящее время целесообразно остановиться на группах показателей и их весовых коэффициентах, представленных на рисунке. Очевидно, что предлагается оценка эф-

фективности в достаточно обобщенном варианте на основе интегрального показателя, включающего такие группы, как операционно-синергетическая, финансово-инвестиционная, цифровая и регуляторная. Оценка показателя осуществляется по следующей формуле:

$$E_{ECS} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m G_{ij} \cdot k_i, \quad (1)$$

где  $E_{ECS}$  – интегральный показатель оценки эффективности работы бизнес-экосистемы, баллы;

$G_{ij}$  – сумма значений показателей  $i$ -й группы, баллы;

$k_i$  – весовой коэффициент  $i$ -й группы показателей;

$n$  – количество групп показателей;

$m$  – количество показателей в  $i$ -й группе (параметр  $j$  суммирует значения показателей в  $i$ -й группе).

Для выбора весовых коэффициентов на стартовом этапе важно учитывать, что значимость каждой из четырех групп можно оценить только экспертно. Несмотря на то, что все выбранные группы представляют собой важный блок оценки, предлагается расставить следующие приоритеты. Операционно-синергетические показатели характеризуют результаты текущей деятельности владельца экосистемы вместе с поставщиками и непосредственно влияют на другие группы показателей, особенно на финансово-инвестиционные, которые в свою очередь определяют перспективы ее развития [1; 6]. В связи с этим присвоим первым весовой коэффициент, равный 0,35, вторым – 0,30. Для группы цифровых показателей, отражающих специфику деятельности организаций в условиях цифровой экономики, установим коэффициент в размере 0,20.

Так как для экосистем законодательно пока нет специфического инструментария регулирования и даже не закреплён официальный статус, для группы регуляторных показателей введем коэффициент, равный 0,15. Сумма всех весовых коэффициентов равна 1 (0,35 + 0,30 + 0,20 + 0,15 = 1). В процессе практической наработки стати-

стики и опыта значения коэффициентов могут быть скорректированы.

На рисунке в общем виде представлена схема работы методики оценки эффектив-

ности экосистемы бизнеса, где на заключительных этапах осуществляется оценка построенного и рассчитанного интегрального показателя.



Рис. Методический подход к оценке эффективности бизнес-экосистемы

Оценка осуществляется по конкретной шкале, уникальной для каждой отдельно взятой экосистемы. В качестве рабочей версии предложим следующую шкалу оценки: пусть каждая из четырех групп показателей оценивается от 0 до 100 баллов, тогда значение интегрального показателя оценки согласно формуле (1) попадает в интервал от 0 до 100 баллов. Весь интервал разбивается на более короткие промежутки для выводов об эффективности работы бизнес-экосистемы (табл. 2).

Таблица 2  
**Шкала оценки интегрального показателя эффективности бизнес-экосистемы**

Интервалы значений показателя $E_{ECS}$ , баллы	Выводы об уровне эффективности
95-100	Очень высокая
81-94	Высокая
61-80	Средняя
41-60	Ниже среднего
0-40	Низкая

В табл. 2 предложен лишь некоторый вариант шкалы оценки интегрального показателя, он может меняться в зависимости от работы экосистемы конкретной организации.

Следующие этапы методического подхода посвящены формированию совокупности показателей в разрезе заявленных групп. Сразу отметим, что в каждой группе выделены стандартные показатели для всех организаций, но также могут быть и специфические, которые будут отмечены дополнительно. Добавим, что рассматривались показатели, актуальные для начальной и растущей стадий жизненного цикла экосистемы. Это значит, что мы учитываем постоянный рост количества непрофильных сервисов бизнес-экосистем

и расходов на их приобретение и развитие, мониторинг актуальных показателей и их пересмотр, рост различных групп рисков, наличие убыточных сервисов, которые просто пока находятся в начальной стадии развития и не раскрыты экосистемой, и др. В количественном выражении все эти особенности находят свое отражение в построении соответствующих шкал оценок для совокупностей выбранных показателей.

*Этап 2.* На данном этапе происходит формирование операционно-синергетических показателей (группа G1). Предлагаем акцентировать внимание на следующих показателях (табл. 3), которые могут быть скорректированы с учетом специфики экосистемы.

Таблица 3

**Операционно-синергетические показатели оценки эффективности бизнес-экосистемы и их весовые коэффициенты**

Показатель	Весовой коэффициент
Динамика прироста удельных продаж на одного клиента – физического лица, % прироста в год	0,2
Динамика прироста удельных продаж на одного клиента – юридического лица, % прироста в год	0,2
Динамика доли экосистемы на рынке e-commerce, % прироста в год	0,2
Динамика количества клиентов – физических лиц, % прироста в год	0,1
Динамика количества клиентов – юридических лиц, % прироста в год	0,1
Динамика активов под управлением, % прироста в год	0,1
Динамика числа пользователей мобильного приложения, % прироста в год	0,1

В сумме значения весовых коэффициентов (табл. 3) равны 1. Оценка представленных показателей осуществляется экспертным путем в соответствии с целями и задачами бизнес-экосистемы.

Шкала оценки операционно-синергетических показателей представлена в табл. 4. Для упрощения шкалы в табл. 4 сокращены, но на практике необходимо расписывать их более подробно. Забегая вперед, нужно подчеркнуть, что это будет касаться и последующих групп показателей, поскольку все процессы автоматизированы и оценка будет производиться на определенном разработанном программном обеспечении.

Оценка цифровых показателей в целом по группе осуществляется по формуле

$$G_1 = \sum_{j=1}^7 G_{1j} \cdot s_j, \quad (2)$$

где  $G_1$  – сумма значений операционно-синергетических показателей, баллы;

$G_{1j}$  – значение  $j$ -го показателя из группы операционно-синергетических показателей, баллы;

$s_j$  – весовой коэффициент  $j$ -го показателя из группы операционно-синергетических показателей.

В продолжение темы формирования совокупности операционно-синергетических показателей можно на перспективу выделить также показатель пожизненной ценности клиента –  $LTV$ . Причем данный по-

казатель справедливо оценивать не только в разрезе отдельных продуктов, но и в целом по всей экосистеме (после накопления достаточной статистической базы для оценки).

Таблица 4

**Шкала оценки операционно-синергетических показателей эффективности бизнес-экосистемы**

Показатель	Интервалы значений показателей	Баллы
Динамика прироста удельных продаж на одного клиента – физического лица, % прироста в год	> 15	80-100
	5,1-15	61-80
	2,1-5	41-60
	< 2	0-40
Динамика прироста удельных продаж на одного клиента – юридического лица, % прироста в год	> 15	80-100
	5,1-15	61-80
	2,1-5	41-60
	< 2	0-40
Динамика доли экосистемы на рынке e-commerce, % прироста в год	> 16	80-100
	10,1-16	61-80
	5,1-10	41-60
	0-5	0-40
Динамика количества клиентов – физических лиц, % прироста в год	> 2	80-100
	1,51-2	61-80
	1,01-1,5	41-60
	0-1	0-40
Динамика количества клиентов – юридических лиц, % прироста в год	> 10	80-100
	7,51-10	61-80
	4,1-7,5	41-60
	0-4	0-40
Динамика активов под управлением, % прироста в год	> 15	80-100
	10,01-15	61-80
	5,01-10	41-60
	0-5	0-40
Динамика числа пользователей мобильного приложения, % прироста в год	> 11	80-100
	8,01-11	61-80
	4,01-8	41-60
	0-4	0-40

*Этап 3.* На этом этапе происходит формирование финансово-инвестиционных показателей (группа G2). Алгоритм здесь похож на алгоритм определения операционно-синергетических показателей (этап 2).

В табл. 5 представлены предлагаемые финансово-инвестиционные показатели эффективности экосистемы бизнеса и их весовые коэффициенты (в сумме равны 1). К специфическим относится применимый только для банковских экосистем показатель достаточности капитала. Для других экосистем предлагается рассматривать

вместо этого прирост капитализации ее ключевых участников. Так же, как и в рамках этапа 2, здесь используются экспертные оценки. Значения приведенных в табл. 5 показателей можно взять в отчетности организаций за определенный период.

Для банков также может рассматриваться величина резервов на покрытие убытков экосистемы, но здесь необходимы внутренние статистические данные для оценки потенциальных потерь и расчета величины резервов на них. Шкала оценки финансово-инвестиционных показателей эффективности экосистемы приведена в табл. 6.

Таблица 5

**Финансово-инвестиционные показатели оценки эффективности бизнес-экосистемы и их весовые коэффициенты**

Показатель	Весовой коэффициент
Прирост чистой прибыли, %	0,15
Прирост капитализации ключевых участников экосистем / Достаточность капитала (для банков), %	0,15
Удельный вес нематериальных активов в совокупных активах, %	0,15
Рентабельность капитала, %	0,1
Уровень доходов от непрофильных сервисов в общей величине доходов экосистемы, %	0,1
Объем инвестиций в экосистему в отношении к доходам/капиталу (для банков), %	0,15
Величина убытков от неэффективных инвестиций в непрофильные сервисы (от общего объема инвестиций в непрофильные сервисы), %	0,1
Прирост количества технологических внедрений и изменений, %	0,1

Таблица 6

**Шкала оценки финансово-инвестиционных показателей эффективности бизнес-экосистемы**

Показатель	Интервалы значений показателей	Баллы
Прирост чистой прибыли, %	> 60	80-100
	40-60	61-80
	20-40	41-60
	< 20	0-40
Прирост капитализации ключевых участников экосистем, %	> 60	80-100
	40-60	61-80
	20-40	41-60
	< 20	0-40
Достаточность капитала (для банков), %	> 13,5	80-100
	11,5-13,5	61-80
	9,51-11,5	41-60
	8-9,5	0-40
Удельный вес нематериальных активов в совокупных активах, %	> 2	80-100
	1-2	61-80
	0,5-1	41-60
	< 0,5	0-40
Рентабельность капитала, %	> 16	80-100
	14,01-16	61-80
	11,01-14	41-60
	0-11	0-40
Уровень доходов от непрофильных сервисов в общей величине доходов экосистемы, %	> 5	80-100
	2,51-5	61-80
	1,01-2,5	41-60
	0-1	0-40
Объем инвестиций в экосистему в отношении к доходам/капиталу (для банков), %	> 4	80-100
	2,51-4	61-80
	1,01-2,5	41-60
	0,5-1	0-40
Величина убытков от неэффективных инвестиций в непрофильные сервисы (от общего объема инвестиций в непрофильные сервисы), %	0-7	80-100
	7,01-12	61-80
	12,01-20	41-60
	> 20	0-40
Прирост количества технологических внедрений и изменений, %	> 7	80-100
	5,51-7	61-80
	3,01-5,5	41-60
	0-3	0-40

Оценка финансово-инвестиционных показателей в целом по группе осуществляется по следующей формуле:

$$G_2 = \sum_{j=1}^8 G_{2j} \cdot f_j, \quad (3)$$

где  $G_2$  – сумма значений финансово-инвестиционных показателей, баллы;

$G_{2j}$  – значение  $j$ -го показателя из группы финансово-инвестиционных показателей, баллы;

$f_j$  – весовой коэффициент  $j$ -го показателя из группы финансово-инвестиционных показателей.

*Этап 4.* На данном этапе происходит формирование цифровых показателей (группа  $G_3$ ). Повторяем алгоритм предыдущих этапов. Предлагаем здесь акцентировать внимание на показателях, представленных в табл. 7.

Таблица 7

#### Цифровые показатели оценки эффективности бизнес-экосистемы и их весовые коэффициенты

Показатель	Весовой коэффициент
Величина потерь от нарушения кибербезопасности, %	0,3
Показатель использования ИИ в бизнес-процессах, %	0,2
Величина потерь от реализации технологического и модельного рисков, %	0,15
Показатель цифровой конкурентоспособности	0,2
Востребованность цифровых разработок экосистемы для рынка	0,15

Оценка цифровых показателей в целом по группе осуществляется по аналогии с формулами (2)–(3), только в расчет принимаются пять приведенных в табл. 7 показателей и их весовые коэффициенты.

В сумме значения весовых коэффициентов (табл. 7) равны 1. Предложенные значения весовых коэффициентов основаны на значимости рисков экосистемы в условиях цифровой экономики. Показатель цифровой конкурентоспособности показывает, насколько у экосистемы есть потенциал к расширению big data для обучения ИИ.

Оценка цифровых показателей осуществляется следующим образом:

– потери от нарушения кибербезопасности, реализации модельного и технологического риска считаются в процентах от доходов экосистемы;

– показатель использования ИИ в бизнес-процессах экосистемы берется из данных отчетности;

– востребованность цифровых разработок для рынка оценивается как соотношение доходов от их продажи к общему количеству доходов экосистемы от непрофильных сервисов;

– показатель цифровой конкурентоспособности оценивается как максимальная доля бизнес-экосистемы на национальном рынке (сумма доходов экосистемы в ВВП страны).

Для упрощения в оценку не берем глобальные рынки. Шкала оценки приведенных цифровых показателей эффективности экосистемы приведена в табл. 8.

Таблица 8

**Шкала оценки цифровых показателей эффективности бизнес-экосистемы**

Показатель	Интервалы значений показателей	Баллы
Величина потерь от нарушения кибербезопасности, % от доходов экосистемы или от капитала банка	0-0,15	80-100
	0,151-0,35	61-80
	0,351-0,5	41-60
	Более 0,5	0-40
Показатель использования ИИ в бизнес-процессах, %	> 90	80-100
	65-90	61-80
	42-64	41-60
	20-42	0-40
Величина потерь от реализации технологического и модельного рисков, % от доходов экосистемы или от капитала банка	0-0,1	80-100
	0,11-0,3	61-80
	0,31-0,5	41-60
	Более 0,5	0-40
Показатель цифровой конкурентоспособности, %	> 3	75-100
	1,51-3	55-74
	0,751-1,5	35-54
	0,01-0,75	0-35
Востребованность цифровых разработок экосистемы для рынка, %	> 20	80-100
	12-20	61-80
	7-11	41-60
	< 7	0-40

Этап 5. На данном этапе происходит формирование регуляторных показателей (группа G4). Следуем по аналогичному с этапами 2-4 алгоритму. В табл. 9 выделены предлагаемые регуляторные показатели.

Все они являются стандартными. Если же говорить о специфике банковских экосистем, то тут для оценки можно добавить к рассмотрению показатель риск-чувствительного лимита (РЧЛ).

Таблица 9

**Регуляторные показатели оценки эффективности бизнес-экосистемы и их весовые коэффициенты**

Показатель	Весовой коэффициент
Выполнение всех обязательных нормативов деятельности	0,40
Величина потерь от штрафов, санкций и пр. к экосистеме, % по отношению к доходам/капиталу	0,30
Степень реализации ESG-принципов	0,30

Оценка регуляторных показателей в целом по группе также осуществляется по аналогии с формулами (2)-(3). Шкала

оценки приведена в табл. 10. В расчет принимаются приведенные в табл. 9 показатели и их весовые коэффициенты.

Таблица 10

**Шкала оценки регуляторных показателей эффективности бизнес-экосистемы**

Показатель	Интервалы значений показателей	Баллы
Выполнение всех обязательных нормативов деятельности	Все выполняются с большим запасом	80-100
	Половина выполняется без запаса или с минимальным запасом	61-80
	Все без запаса	20-60
Величина потерь от штрафов, санкций и пр. к экосистеме, % по отношению к доходу или капиталу	0-0,0049	80-100
	0,005-0,01	61-80
	0,011-0,05	41-60
	Более 0,05	0-40
Степень реализации ESG-принципов	Реализуются в полной мере	81-100
	Частичная реализация	61-80
	Минимальная реализация	20-60

*Этап 6.* На основе полученных значений показателей в разрезе групп осуществляется оценка интегрального показателя эффективности экосистемы бизнеса и формулируются итоговые выводы. Важно отметить, что все расчеты в перспективе переводятся на цифровую платформу экосистемы. Для формирования оптимальных совокупностей показателей будут подключены ИИ, облачные технологии, big data и другие цифровые инструменты.

Представленный методический подход к оценке эффективности может быть полезен руководителям организаций, занимающихся построением бизнес-экосистем, различным группам инвесторов, а также руководителям министерств и ведомств, курирующим вопросы их развития. Дан-

ная модель, как и любая другая, имеет свои ограничения, связанные со сложностью учета влияния представленных групп факторов. При этом надо иметь в виду, что такая оценка должна проводиться в динамике для своевременного реагирования на внешние и внутренние угрозы. Это позволит оперативно выявлять проблемы и узкие места при формировании и развитии экосистем бизнеса и предпринимать комплекс мер по повышению эффективности этих процессов, а также находить точки роста экосистемных бизнес-моделей. В итоге это позволит наращивать конкурентные преимущества, увеличивать капитализацию, привлекать новых инвесторов и укреплять позиции бизнес-экосистем на национальном и зарубежных рынках.

#### Список литературы

1. Акуленко Н. Б. Методика формирования рейтинга высокотехнологичных предприятий промышленности на основании данных финансовой отчетности // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2020. – Т. 17. – № 5 (113). – С. 116–125.
2. Бандурко С. А. Информационный риск в банковской деятельности : дис. ... канд. экон. наук. – СПб., 2019.
3. Бауэр В. П., Еремин В. В., Рыжкова М. В. Цифровизация финансовой деятельности платформенных компаний: конкурентный потенциал и социальные последствия // Финансы: теория и практика. – 2021. – Т. 25. – № 2. – С. 114–127.
4. Береза О. В. Оценка эффективности банковской экосистемы // Финансовые рынки и банки. – 2022. – № 3. – С. 51–58.
5. Денисов И. В., Положишникова М. А., Куттыбаева Н. Б., Петренко Е. С. Цифровые предпринимательские экосистемы: бизнес-платформы как средство повышения эффективности // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10. – № 1. – С. 45–56.
6. Докукина А. А., Пименов В. В. Экономическая безопасность предприятий в условиях цифровой трансформации // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2022. – Т. 19. – № 3 (123). – С. 16–30.
7. Кокуйцева Т. В., Овчинникова О. П. Методические подходы к оценке эффективности цифровой трансформации предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности // Креативная экономика. – 2021. – Т. 15. – № 6. – С. 2413–2430.
8. Коханова В. С. Аппарат нечеткой логики как инструмент оценки эффективности цифровизации компании // Вестник университета. – 2021. – № 2. – С. 36–41.
9. Кукушкин С. Н. Детерминанты бизнес-экосистемы // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2021. – № 3. – С. 76–81.

10. Ткаченко С. Н., Ставицкий А. М., Маклахова И. С. Нефинансовые механизмы привлечения и удержания клиентов в банковской сфере // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2020. – № 1. – С. 23–29.

11. Gawer A., Cusumano M. Industry Platforms and Ecosystem Innovation // Journal of Product Innovation Management. – 2014. – N 3. – P. 417–433.

#### References

1. Akulenko N. B. Metodika formirovaniya reytinga vysokotekhnologichnykh predpriyatiy promyshlennosti na osnovanii dannykh finansovoy otchetnosti [Methodology of Shaping Rating of Highly-Technological Enterprises on the Basis of Finance Accounting]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2020, Vol. 17, No. 5 (113), pp. 116–125. (In Russ.).

2. Bandurko S. A. Informatsionnyy risk v bankovskoy deyatelnosti. Diss. kand. ekon. nauk [Information Risk in Banking. PhD econ. sci. diss.]. Saint Petersburg, 2019. (In Russ.).

3. Bauer V. P., Eremin V. V., Ryzhkova M. V. Tsifrovizatsiya finansovoy deyatelnosti platformennykh kompaniy: konkurentnyy potentsial i sotsialnye posledstviya [Digitalization of Finance in Platform Companies: Competitive Potential and Social Consequences]. *Finansy: teoriya i praktika* [Finance: Theory and Practice], 2021, Vol. 25, No. 2, pp. 114–127. (In Russ.).

4. Bereza O. V. Otsenka effektivnosti bankovskoy ekosistemy [Estimating Efficiency of Banking Ecosystem]. *Finansovye rynki i banki* [Finance Markets and Banks], 2022, No. 3, pp. 51–58. (In Russ.).

5. Denisov I. V., Polozhishnikova M. A., Kuttybaeva N. B., Petrenko E. S. Tsifrovye predprinimatelskie ekosistemy: biznes-platformy kak sredstvo povysheniya effektivnosti [Digital Entrepreneurial Ecosystems: Business Platforms as Way to Raise Efficiency]. *Voprosy innovatsionnoy ekonomiki* [Issues of Innovation Economy], 2020, Vol. 10, No. 1, pp. 45–56. (In Russ.).

6. Dokukina A. A., Pimenov V. V. Ekonomicheskaya bezopasnost predpriyatiy v usloviyakh tsifrovoy transformatsii [Economic Security of Enterprises in Conditions of Digital Transformation]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2022, Vol. 19, No. 3 (123), pp. 16–30. (In Russ.).

7. Kokuytseva T. V., Ovchinnikova O. P. Metodicheskie podkhody k otsenke effektivnosti tsifrovoy transformatsii predpriyatiy vysokotekhnologichnykh otrasley promyshlennosti [Methodological Approaches to Estimating Efficiency of Digital Transformation at Enterprises of Highly-Technological Industry]. *Kreativnaya ekonomika* [Creative Economy], 2021, Vol. 15, No. 6, pp. 2413–2430. (In Russ.).

8. Kokhanova V. S. Apparat nechetkoy logiki kak instrument otsenki effektivnosti tsifrovizatsii kompanii [Apparatus of Unclear Logics as Tool for Estimating Efficiency of Company Digitalization]. *Vestnik universiteta* [Bulletin of the University], 2021, No. 2, pp. 36–41. (In Russ.).

9. Kukushkin S. N. Determinanty biznes-ekosistemy [Determinants of Business-Ecosystem]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2021, No. 3, pp. 76–81. (In Russ.).

10. Tkachenko S. N., Stavitskiy A. M., Maklakhova I. S. Nefinansovye mekhanizmy privlecheniya i uderzhaniya klientov v bankovskoy sfere [Non-Finance Mechanisms of Attracting and Retaining Clients in Banking]. *Vestnik Baltiyskogo federalnogo univerciteta im. I. Kanta* [Bulletin of the Baltic Federal I. Kant University], 2020, No. 1, pp. 23–29. (In Russ.).

11. Gawer A., Cusumano M. Industry Platforms and Ecosystem Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 2014, No. 3, pp. 417–433.

#### Сведения об авторе

##### **Олег Евгеньевич Каленов**

кандидат экономических наук, доцент  
кафедры теории менеджмента  
и бизнес-технологий РЭУ им. Г. В. Плеханова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова», 117997,  
Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: oekalenov@yandex.ru

#### Information about the author

##### **Oleg E. Kalenov**

PhD, Assistant Professor  
of the Department for Management Theory  
and Business Technologies of the PRUE.  
Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: oekalenov@yandex.ru



# ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

**А. А. Крамаренко, А. С. Фоменко**  
Донецкий национальный университет,  
Донецк, Донецкая Народная Республика

В статье рассмотрены вопросы восстановления и социально-экономического развития Донецкой Народной Республики. Ключевым направлением обеспечения экономического роста республики является восстановление агропромышленного комплекса. Восстановление и развитие сельскохозяйственных организаций и предприятий пищевой промышленности – определяющий вектор в вопросах обеспечения социально-экономической стабильности и безопасности любого государства. Основная цель статьи – анализ существующих проблем развития агропромышленного комплекса, а также формирование предложений по его восстановлению и развитию. Анализ показал, что наиболее существенным фактором, влияющим на эффективность функционирования предприятий агропромышленного комплекса, является значительная степень разрушений производственных мощностей вследствие вооруженного конфликта. Также на работу отрасли влияют низкое материально-техническое обеспечение предприятий, отток кадров и пр. Таким образом, низкий уровень развития предприятий влечет за собой отсутствие возможностей для удовлетворения потребности населения в социально важных продуктах питания собственного производства и рост социальной напряженности, вызванной ростом цен на импортные товары. Практическая значимость исследования заключается в предложениях по формированию комплекса мер, направленных на восстановление предприятий агропромышленного сектора на основе программно-целевого метода. Основные положения механизма развития агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики представляют собой обоснованный комплекс мероприятий по финансированию отрасли, направленных на восстановление и запуск стратегически важных предприятий.

*Ключевые слова:* развитие, социально-экономическая стабильность, господдержка, безопасность государства.

## PROGRAM AND TARGET MECHANISM OF DEVELOPING AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX OF THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

**Artem A. Kramarenko, Anastasiya S. Fomenko**  
Donetsk National University,  
Donetsk, Donetsk People's Republic

The article studies problems dealing with restoration and social and economic development of the Donetsk People's Republic. The key line in providing economic growth of the republic is reconstruction of the agro-industrial complex. Recovery and development of agricultural organizations and enterprises of food industry is a crucial vector for ensuring social and economic stability and security of each country. The major goal of the article is to analyze current problems of agro-industrial complex development and to elaborate proposals aimed at its restoration and development. The analysis showed that the most serious factor affecting operation of agro-industrial enterprises is a high degree of manufacturing capacity destruction due to the military conflict. The work of these enterprises is also hindered by the low material and technical support, personnel outflow, etc. Therefore, a low level of enterprise development causes the absence of foods of local production for the population and growth in

social tension because of price rise on imported goods. The practical importance of the research consists of working-out a complex of steps aimed at restoration of agro-industrial enterprises on the basis of program and target method. The principle provisions of the mechanism for developing the agro-industrial complex of the Donetsk People's Republic represent a set of steps on financing the industry target at restoration and putting into operation the strategically important enterprises.

*Keywords:* development, social and economic stability, state support, security of state.

**А**гропромышленный комплекс Донецкой Народной Республики (АПК ДНР) является одним из ведущих секторов экономики и представляет собой сочетание отраслей растениеводства, животноводства и пищевой промышленности. Приоритетность развития агропромышленного комплекса определяется высокой ценностью производства продукции сельского хозяйства и необходимостью обеспечения населения продуктами питания. Главная цель АПК в экономике республики заключается в формировании и насыщении продовольственного рынка сельскохозяйственными товарами, тем самым обеспечивая продовольственную и экономическую безопасность ДНР [2; 5; 6].

АПК ДНР функционирует в непростых условиях, сложившихся в результате экономической изоляции и ведения военных действий. Начиная с 2014 г. фактическая территория ДНР насчитывала 5 районов и 13 городов республиканского подчинения, из которых сельскохозяйственная деятельность велась на территории 16 административно-территориальных единиц. Сочетание конкурентных возможностей в каждом районе различно, что связано с характером реального участия регионов в торгово-экономических связях теми ресурсами и производством продукции, которые характеризуют его специализацию и место в территориальном разделении труда. При этом, учитывая выгодное географическое и логистическое расположение республики, а также благоприятные природно-климатические условия, имеется значительный потенциал развития предприятий сельского хозяйства и пищевой промышленности на всей территории ДНР.

В результате Указа Президента Российской Федерации от 21 февраля 2022 г. № 71

«О признании Донецкой Народной Республики» в республике была начата специальная военная операция, благодаря которой удалось существенно расширить зону влияния ДНР на территории, ранее находившиеся под контролем Украины. В пределах конституционных границ ДНР (вся территория Донецкой области) насчитывается 18 районов, 52 города, 131 поселок городского типа, а также 1 118 поселков и сел. Всего площадь ДНР составляет 26,5 тыс. км<sup>2</sup>, из которых около 20,4 тыс. км<sup>2</sup> (2 041 500 га) приходится на земли сельскохозяйственного назначения (сельскохозяйственных угодий), в том числе 16,5 тыс. км<sup>2</sup> (1 653 200 га) приходится на пашню. Потенциальный валовой сбор зерновых и зернобобовых культур с площади 1 653,2 тыс. га составляет 2 146,3 тыс. тонн, в том числе пшеницы – 1 618,2 тыс. тонн, ячменя – 249 тыс. тонн (рис. 1).

На 1 июля 2022 г. к фактическим территориям ДНР относятся такие районы, как Краснолиманский (частично), Марьинский (частично), Ясиноватский (частично), Першотравневый, Володарский, Новоазовский, Тельмановский, Волновахский, Великоновоселковский (частично), Старобешевский, Амвросиевский и Шахтерский, на каждый из которых приходится значительная доля агропромышленного производства.

Анализ социально-экономического развития ДНР позволяет выделить ряд конкурентных преимуществ и ключевых факторов развития АПК, среди которых:

- высокий сельскохозяйственный потенциал республики (порядка 70% земель относится к землям сельскохозяйственного назначения);

- наличие развитой сети предприятий, перерабатывающих сельскохозяйственное сырье;
- наличие незагруженных мощностей предприятий по переработке сельскохозяйственной продукции;
- стабильный спрос на сельскохозяйственную продукцию и продукты питания.

Важное значение в развитии АПК ДНР имеет решение задач устойчивого развития отраслей. Отрасли АПК являются важнейшей составной частью экономики ДНР. Они производят, перерабатывают и доводят до конечного потребителя жизненно важную сельскохозяйственную продукцию.

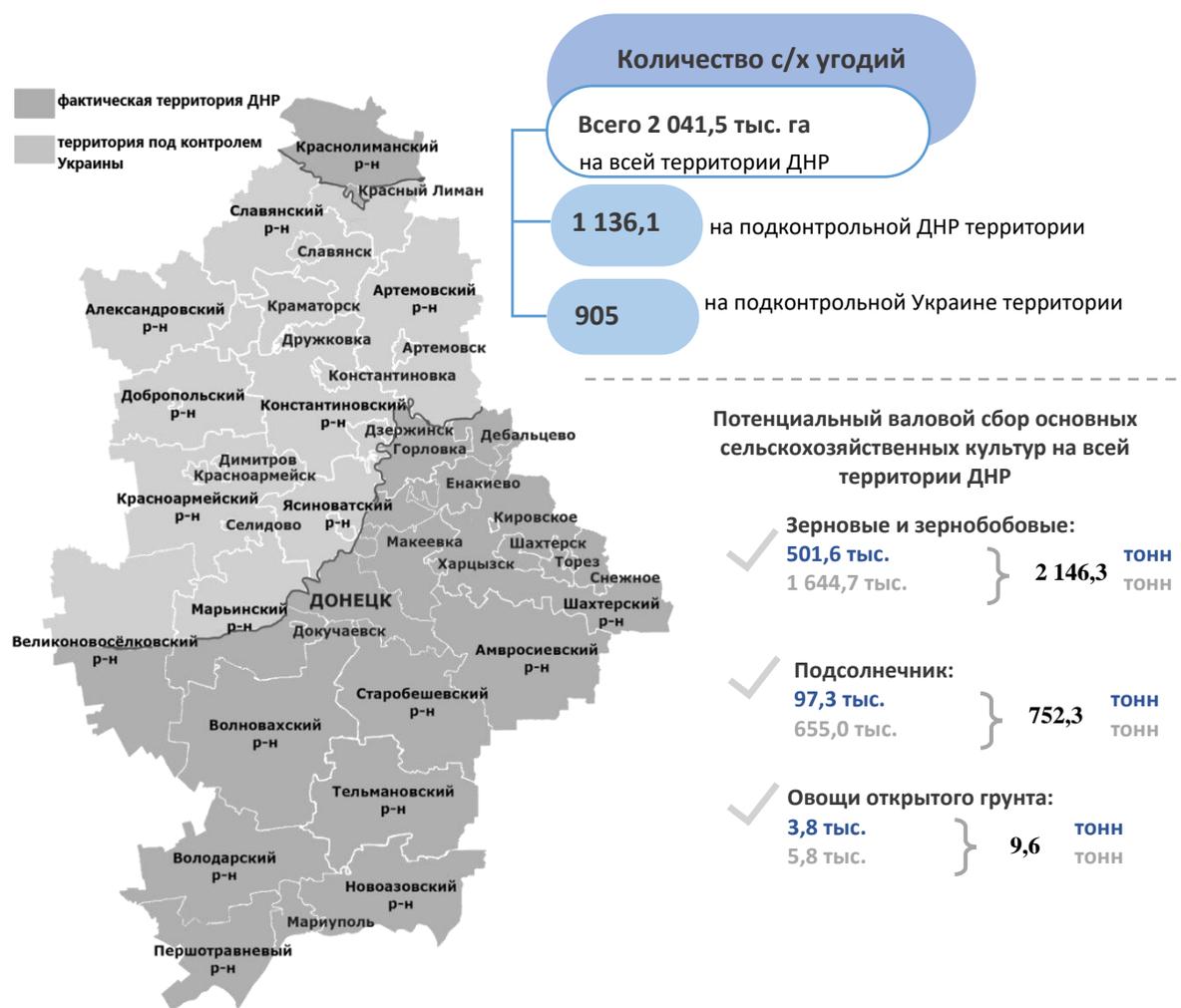


Рис. 1. Потенциал развития АПК ДНР по состоянию на начало июля 2022 г.

Всего на всей территории ДНР насчитывается более 1 400 предприятий отрасли растениеводства, 100 предприятий отрасли животноводства и более 200 предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности. В том числе на освобожденных территориях по состоянию на начало июля 2022 г. было выявлено 445 предприя-

тий отрасли растениеводства, 32 животноводческих предприятия и 46 хозяйственных объектов по производству пищевой продукции и напитков. Всего предприятия АПК составляют около 13% от всех зарегистрированных субъектов хозяйствования. Однако полноценное функционирование выявленных предприятий невозможно

виду многочисленных разрушений производственных зданий и сооружений, производственных мощностей, а также агропромышленной инфраструктуры в связи с непрекращающимися военными действиями.

Несмотря на все перспективы развития АПК ДНР, в результате возобновления активных военных действий в начале 2022 г. со стороны военных формирований Украины на территории республики часть объектов различных сфер деятельности, в том числе в сфере агропромышленного комплекса, получили значительные повреждения, которые являются ограничивающим фактором, препятствующим стратегическому развитию АПК ДНР.

При решении ряда внутренних проблем структурного характера главной целью развития АПК становится определение всех сдерживающих факторов. Можно выделить следующие ключевые сдерживающие факторы развития агропромышленного комплекса:

- устаревшая и существенно изношенная материально-техническая база сельскохозяйственного производства;
- недостаток профильных квалифицированных кадров по всем звеньям;
- низкая загруженность производственных мощностей предприятий пищевой и перерабатывающей промышленности;
- высокая потребность в проведении мелиоративных мероприятий;
- низкая конкурентоспособность вследствие высокой зависимости себестоимости производимой продукции от импортных компонентов (запасные части, горюче-смазочные материалы, средства защиты растений, сложные удобрения, ветеринарные препараты, ингредиенты комбикормов);
- низкие темпы обновления технологической базы производства, которая опирается преимущественно на импорт технологий при отсутствии собственных разработок.

Сопоставление их с оценкой конкурентных преимуществ позволит сформулировать перспективы деятельности республики, которые на данном этапе заключаются в обеспечении устойчивого развития экономики на основе рационального использования внешних и внутренних факторов ее развития, направленных на модернизацию и повышение инвестиционной привлекательности республиканской экономической системы, а впоследствии – и качества жизни населения (рис. 2).

В настоящее время материально-техническая база сельхозпредприятий АПК ДНР находится в весьма тяжелом положении и нуждается в государственной поддержке. На данном этапе обеспеченность предприятий сельскохозяйственной техникой позволяет производить своевременные работы по посевной кампании, уборке урожая, а также весенне-полевые работы по внесению удобрений. Однако моральное и физическое состояние большей доли парка сельхозтехники находится в неудовлетворительном состоянии и требует замены или ремонта. Количество устаревшей техники (свыше 10 лет) составляет порядка 86%.

По итогам 2021 г. техническая оснащенность предприятий сельскохозяйственной техникой не превышала 50,5%. В середине 2022 г. с учетом увеличения обрабатываемых земель и количества сельскохозяйственных предприятий на освобожденной территории потребность в приобретении техники существенно возросла. Ориентировочно, по оценке Министерства агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики, для обеспечения более эффективной работы и повышения производительности агропромышленных предприятий необходимо обновление парка сельскохозяйственной техники и его расширение для оснащения субъектов хозяйствования в пределах всей территории ДНР тракторами в количестве 6 355 штук, зерноуборочными комбайнами – 1 506 штук и т. д. (рис. 3).



Рис. 2. Сдерживающие факторы и перспективы устойчивого развития АПК ДНР

Низкая оснащенность агропромышленных предприятий сельскохозяйственной техникой во многом обусловлена нехваткой оборотных средств для покрытия текущих затрат и осуществления модернизации производства. Основным фактором низкого уровня технического оснащения и внедрения в производство новых инновационных технологий является недостаток

денежных средств. Необходимая государственная поддержка сельхозпроизводителей обеспечит высокие темпы развития сельскохозяйственного производства на современном этапе за счет внедрения в производство инновационного подхода, а также благодаря улучшению материально-технической базы и инвестиционной привлекательности.

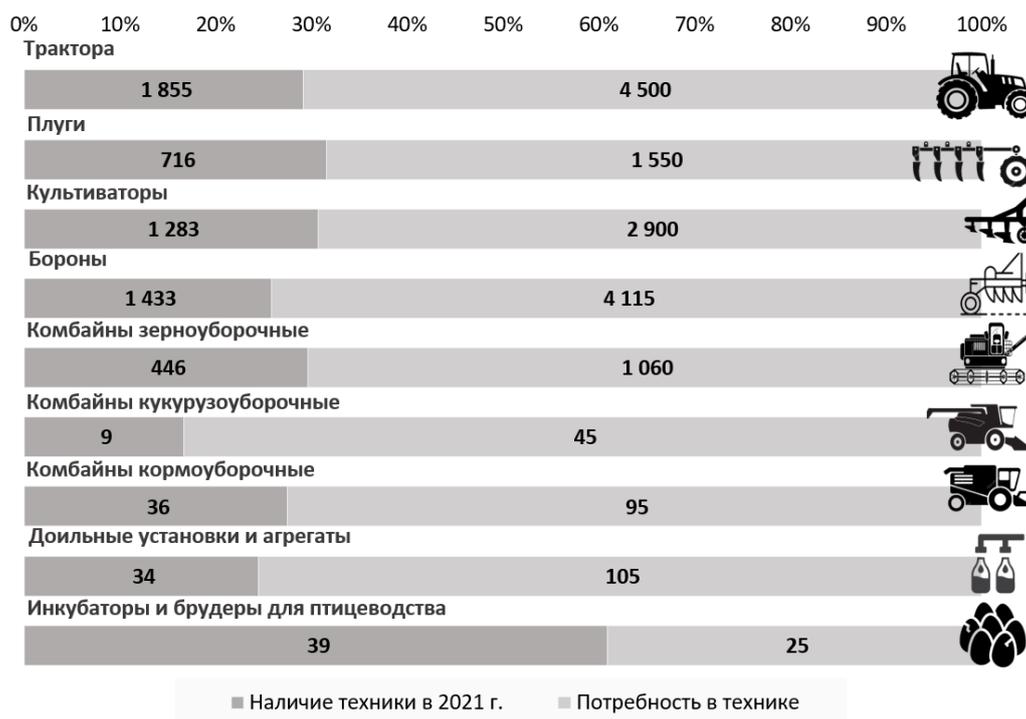


Рис. 3. Техническая оснащенность предприятий АПК сельскохозяйственной техникой

Следует отметить, что на фоне продолжающихся военных действий инвестиционная привлекательность в регионе остается на низком уровне. В связи с обостренной военной ситуацией количество капитальных инвестиций крупнейших сельскохозяйственных предприятий заметно снизилось. Так, по последним данным в январе – июне 2022 г. количество капитальных инвестиций уменьшилось на 22,8% по сравнению с аналогичным периодом в 2021 г. (рис. 4). Также стоит отметить снижение количества иностранных инвестиций в сельское, лесное и рыбное хозяйство на 21,57% во втором квартале 2022 г.

по сравнению с аналогичным периодом 2021 г.

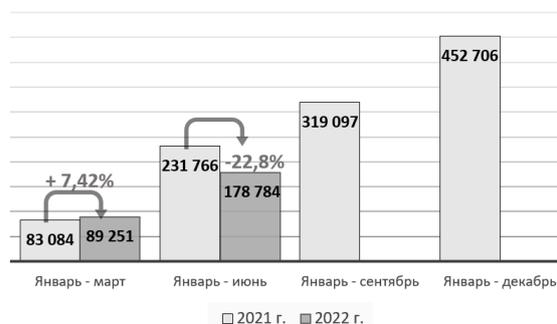


Рис. 4. Динамика изменения капитальных инвестиций в сельское, лесное и рыбное хозяйство ДНР

В пищевой и перерабатывающей промышленности также отмечается снижение уровня инвестиционной активности. В первом квартале 2022 г. по сравнению с первым кварталом 2021 г. количество капитальных инвестиций в производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий снизилось на 42,9%. Во втором квартале снижение составило 24,3% (рис. 5).

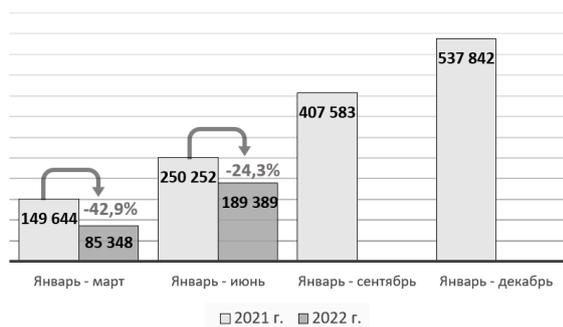


Рис. 5. Динамика изменения капитальных инвестиций в производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий в ДНР

Другой проблемой налаживания эффективного функционирования агропро-

мышленных предприятий республики является вопрос социального характера, связанный с дефицитом квалифицированных кадров в сфере сельского хозяйства, а также снижением деловой активности. Несмотря на освобождение значительной территории и установление полного контроля над районами, численность занятых в АПК в 2022 г. по сравнению с 2021 г. существенно не изменилась.

Среднесписочная численность штатных работников в сфере сельского хозяйства в 2021 г. составляла 5 602 человека, притом что в январе – июне 2022 г. она увеличилась до 6 007 человек. Аналогичная ситуация и среди занятых в сфере пищевой и перерабатывающей промышленности, где среднесписочная численность штатных работников в 2021 г. составляла 14 398 человек, а после расширения границ в январе – июне 2022 г. – 14 643 человека (рис. 6). Таким образом, темпы роста численности в сфере производства пищевых продуктов несколько ниже по сравнению с сельскохозяйственными предприятиями.



Рис. 6. Изменение численности занятых в АПК ДНР

Нехватка квалифицированных кадров в сфере сельского хозяйства и пищевой промышленности, а также отток населения из освобожденных территорий ведут к проблеме сбыта продукции и значительного роста цен на социально важные продукты

питания, снижению темпов восстановления и налаживания работ бесхозных или временно нефункционирующих предприятий, а в ряде случаев – к полной их остановке.

Учитывая существующие проблемы функционирования предприятий АПК ДНР, отметим, что на данном этапе продовольственный рынок обеспечивается в большей степени за счет импорта. Согласно данным о самообеспеченности на начало июня 2022 г., работающие предприятия удовлетворяют потребность населения в мясе (свинина) на 10,48%, колбасных изделиях – на 60,6%, молоке – на 44,95%, макаронных изделиях – 32,38%. В овощах с ноября по май потребность удовлетворялась исключительно за счет поставок из других регионов Российской Федерации, начиная с июня по октябрь уровень самообеспеченности составил не более 10%. Таким образом, главной задачей для устойчивого развития АПК ДНР и увеличения производительности до необходимого уровня, который позволит обеспечить спрос на всей территории республики, является ускоренное развитие и восстановление аг-

ропромышленных предприятий на освобожденных территориях.

На основании вышеизложенных факторов можно сделать вывод о необходимости разработки комплексного программно-целевого механизма развития АПК ДНР, который позволит сконцентрировать и согласовать финансовые, материальные и трудовые ресурсы в целях их наиболее эффективного использования.

Программно-целевое планирование развития включает методологический подход – совокупность системно организованных целей и задач, направленных на решение проблемы, которые разрабатываются на основе учета конечных потребностей производства с последующей увязкой целевых показателей плана с имеющимися ресурсами [3; 4; 7; 8]. Целевые программы обладают такими свойствами, как программность, целеориентированность, комплексность, ресурсообеспеченность и результативность (эффективность) (рис. 7).



Рис. 7. Содержание основных свойств целевых программ

В современных условиях программно-целевой механизм развития АПК выступает в качестве инструмента, который обеспечивает скоординированное развитие разных подсистем (экономической, социально-демографической и экологической) и является одним из главных средств осуществления государственной политики, представляющей собой систему централизованных и децентрализованных среднесрочных и долгосрочных программ разви-

тия [1]. Программно-целевой подход в восстановлении сельскохозяйственных предприятий и развитии АПК в целом должен представлять собой заверченный во времени и пространстве комплекс экономических, организационно-технологических, инновационных и других мер по реализации целей и задач конкретных программ развития агропродовольственной сферы.

Основными целями программно-целевого механизма развития АПК ДНР долж-

ны стать восстановление отраслей сельского хозяйства и пищевой промышленности, интегрирование продовольственного рынка республики в экономическое пространство Российской Федерации, а также снятие инфраструктурных ограничений в целях обеспечения устойчивого экономического развития. При этом достижение цели предполагает решение следующих задач:

1) восстановление объектов в сфере АПК ДНР;

2) устранение ограничений и повышение уровня развития АПК республики;

3) создание благоприятного инвестиционного климата, способствующего раскрытию потенциала республики.

Программно-целевой механизм развития АПК ДНР должен быть направлен на комплексное восстановление и развитие не только предприятий сельского хозяйства и пищевой промышленности, но и вспомогательных отраслей, обеспечивающих деятельность агропромышленных предприятий – государственных учреждений ветеринарной медицины, зданий управлений, лабораторий по определению качества семян, зерна и продуктов его переработки.

Восстановление предприятий и сельскохозяйственных организаций позволит:

– создать дополнительные рабочие места в сфере сельского хозяйства, пищевой и перерабатывающей промышленности;

– обеспечить продовольственную безопасность ДНР;

– восстановить, развить экономический и производственный потенциал предприятий;

– снизить социальную напряженность на освобожденных территориях республики и обеспечить население продуктами первой необходимости;

– создать благоприятный инвестиционный климат;

– повысить конкурентоспособность вследствие снижения зависимости от импортных продуктов и сельхозкомпонентов.

С учетом данных по самообеспеченности районов республики, логистики, состояния инфраструктуры, а также соци-

ально-экономического эффекта от восстановления и развития агропромышленных предприятий в государственной поддержке в рамках программно-целевого механизма развития АПК нуждаются следующие организации:

– тепличное хозяйство ООО «ТЕК»;

– государственное унитарное предприятие Донецкой Народной Республики «Теплицы Донбасса», терминал – овощехранилище «Петровский»;

– животноводческий комплекс ООО «Россия» (Волновихский район, село Златоустовка);

– животноводческий комплекс К(Ф)Х «Мечта» (Волновихский район, село Егоровка);

– птицеводческое хозяйство ООО «ЭКОПРОДТОРГ» (Шахтерский район, поселок Садовое);

– производственные мощности КФХ «Афродита» (город Волноваха);

– ООО «Волновихские колбасы» (город Волноваха);

– ООО «Чайка» (город Красный Лиман);

– мельничный комплекс и элеватор ООО «Мариупольский КХП» (город Мариуполь);

– завод шампанских вин ЧАО «Артвайнери» (город Артемовск);

– предприятие по производству пищевой соли ГП «Артемсоль»;

– государственное бюджетное учреждение «Государственная ветеринарная больница города Ясиноватая»;

– государственное бюджетное учреждение «Володарская межрайонная государственная ветеринарная больница»;

– государственное бюджетное учреждение «Государственная ветеринарная больница Волновихского района»;

– государственное бюджетное учреждение «Государственная ветеринарная больница Красного Лимана»;

– лаборатория по определению качества семян и лаборатория по исследованию качества зерна и продуктов его переработки.

Общая сумма необходимых денежных средств, по предварительной оценке Минагропрома ДНР, составляет 1,4 млрд рублей, однако из-за отсутствия возможно-

сти в проведении детального обследования последствий разрушений необходимый объем может превышать прогнозные значения в несколько раз (рис. 8).

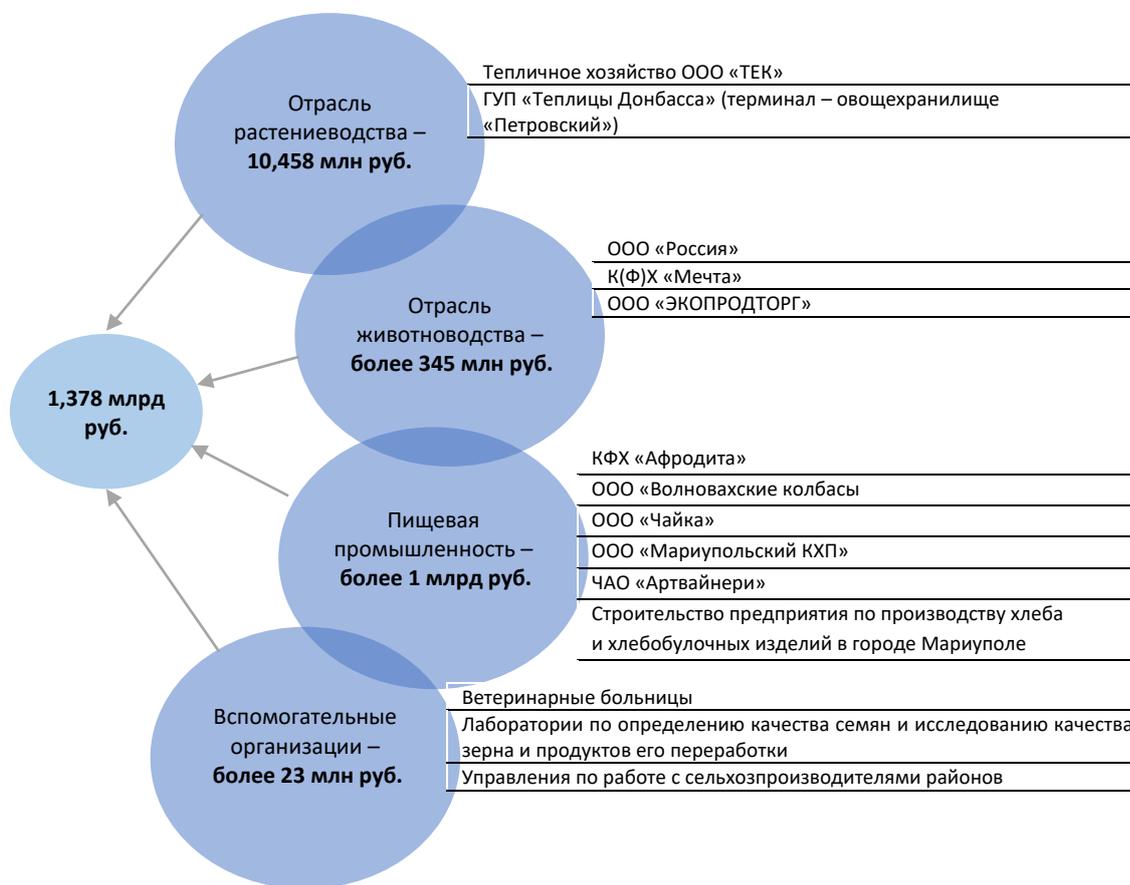


Рис. 8. Необходимый объем финансирования на восстановление важнейших сельскохозяйственных объектов в рамках реализации программно-целевого механизма развития АПК ДНР

Ввиду сложившихся острых проблем и необходимости обеспечения продовольственной безопасности программа развития АПК должна быть реализована в короткие сроки, на протяжении 2023–2025 гг.

Учитывая, что в ДНР самообеспеченность овощной и плодово-ягодной продукцией не превышает 5%, особое стратегическое значение имеет восстановление тепличных хозяйств. Так, восстановление таких предприятий, как ООО «ТЕК» и ГУП ДНР «Теплицы Донбасса», терминал – овощехранилище «Петровский», позволит значительно увеличить производство ово-

щей закрытого грунта. Мощность данных предприятий составляет более 1 тыс. тонн в год.

На освобожденных территориях наиболее остро стоит вопрос восстановления животноводческих предприятий. В результате многочисленных разрушений, а также повреждений коммуникаций по водо- и газоснабжению потребность населения в продукции животноводства удовлетворяется преимущественно за счет поставок из других районов. На данный момент в восстановлении нуждаются следующие предприятия отрасли животноводства:

– ООО «Россия» – мощность производства молока сырого коровьего составляет 23 тонны в сутки;

– К(Ф)Х «Мечта» – численность поголовья крупного рогатого скота составляет 400 единиц;

– ООО «ЭКОПРОДТОРГ» – восстановление предприятия позволит производить 22 тыс. тонн мяса птицы в год.

Всего на восстановление данных предприятий необходимо более 345 млн рублей.

В пищевой и перерабатывающей промышленности АПК ДНР существенные повреждения получили такие предприятия, как:

– КФХ «Афродита»;

– ООО «Волновахские колбасы»;

– ООО «Чайка»;

– мельничный комплекс и элеватор ООО «Мариупольский КХП»;

– завод шампанских вин ЧАО «Артвайнери»;

– предприятие по производству пищевой соли ГП «Артемсоль».

Помимо восстановления существующих предприятий, есть необходимость строительства новых мощностей по производству хлеба и хлебобулочных изделий в городе Мариуполе вследствие гуманитарной ситуации и отсутствия достаточного количества хлебопекарен для удовлетворения потребности населения города в такой социально значимой продукции. Всего на строительство хлебозавода мощностью 9 125 тонн в год необходимый объем финансирования составляет 1 000,0 млн рублей.

Среди учреждений ветеринарной медицины в восстановлении нуждаются ГБУ «Государственная ветеринарная больница города Ясиноватая», ГБУ «Володарская межрайонная государственная ветеринарная больница», ГБУ «Государственная ветеринарная больница Волновахского района», ГБУ «Государственная ветеринарная больница Красного Лимана». Немаловажную роль в развитии АПК ДНР имеют реконструкция и восстановление лаборато-

рий по определению качества семян и лабораторий по исследованию качества зерна и продуктов его переработки.

Программно-целевой механизм развития АПК должен включать мероприятия, предусматривающие финансирование восстановления и социально-экономического развития АПК ДНР как за счет средств республиканского бюджета, так и за счет внебюджетных средств. В целом финансирование восстановления и социально-экономического развития АПК ДНР за счет средств республиканского бюджета в рамках программно-целевого механизма позволит:

1) обеспечить внедрение энерго- и ресурсосберегающих и экологически безопасных технологий;

2) внедрить малоотходные и безотходные технологии производства агропромышленной продукции;

3) оснастить сельскохозяйственные объекты материальными ресурсами, необходимыми для обеспечения полной загрузки производственных мощностей;

4) провести комплекс рекультивационных и восстановительных работ для развития объектов АПК в сельской местности на освобожденных территориях, создав условия для притока населения;

5) увеличить уровень самообеспеченности республики такими продуктами питания, как овощи, колбасные изделия, мясо, молоко и пр.

При оценке текущего состояния экономики ДНР необходимо отметить важность вопросов государственного регулирования и поддержки стратегически значимых отраслей. Первостепенное место в экономической безопасности занимает решение продовольственных проблем и различного рода рисков развития АПК, комплексным решением которых является разработка программно-целевого механизма. Целевая программа призвана обеспечить возможность полного охвата всех мер, которые необходимы для решения сложившихся агропродовольственных проблем. Реализация данного механизма позволит в со-

гласии с государственными и общественными интересами восстановить стратегически важные объекты хозяйственной деятельности, наметить положительные тен-

денции в функционировании агропромышленного комплекса и увеличить уровень благосостояния населения.

#### Список литературы

1. *Аванесова Р. Р.* Особенности использования целевых комплексных программ в качестве эффективного инструмента стратегического управления региональной экономикой // Вестник Академии знаний. – 2018. – № 24 (1). – С. 7–13.
2. *Бостанджян К. Р.* Анализ современного состояния системы продовольственной безопасности в Российской Федерации // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Т. 11. – № 11. – С. 2589–2606.
3. *Васецкая Н. О.* Программно-целевое управление как инструмент финансовой реализации федеральных целевых программ // Экономика науки. – 2019. – Т. 5. – № 3. – С. 160–169.
4. *Казаков А. В., Приходько А. Н.* Опыт и современное применение программно-целевого (проектного) управления в Российской Федерации // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2021. – № 3-1. – С. 62–67.
5. *Канаматова Д. А.* Обеспечение продовольственной безопасности Российской Федерации // Вестник евразийской науки. – 2021. – Т. 13. – № 6. – URL: <https://esj.today/PDF/70ECVN621.pdf> (дата обращения: 16.09.2022).
6. *Перевозчикова Н. А., Шавкун Г. А.* Обеспечение продовольственной безопасности Донецкой Народной Республики: приоритетные направления // Научный вестник государственного образовательного учреждения Луганской Народной Республики «Луганский национальный аграрный университет». – 2020. – № 8-3. – С. 371–385.
7. *Холодова М. А.* Программно-целевое планирование на принципах проектного управления в сельском хозяйстве // Вестник аграрной науки. – 2020. – № 4 (85). – С. 158–167.
8. *Чабатуль В. В., Русякович А. Н., Андриющенко А. Ю.* Программно-целевой метод в системе организации и эффективного функционирования агропромышленного комплекса // Экономические вопросы развития сельского хозяйства Беларуси. – 2022. – № 50. – С. 272–283.

#### References

1. *Avanesova R. R.* Osobennosti ispolzovaniya tselevykh kompleksnykh programm v kachestve effektivnogo instrumenta strategicheskogo upravleniya regionalnoy ekonomikoy [Features of the Use of Targeted Integrated Programs as an Effective Tool for Strategic Management of the Regional Economy]. *Vestnik Akademii znaniy* [Bulletin of the Academy of Knowledge], 2018, No. 24 (1), pp. 7–13. (In Russ.).
2. *Bostandzhyan K. R.* Analiz sovremennogo sostoyaniya sistemy prodovolstvennoy bezopasnosti v Rossiyskoy Federatsii [Analysis of the Current State of the Food Security System in the Russian Federation]. *Ekonomika, predprinimatelstvo i pravo* [Economics, Entrepreneurship and Law], 2021, Vol. 11, No. 11, pp. 2589–2606. (In Russ.).
3. *Vasetskaya N. O.* Programmno-tselevoye upravlenie kak instrument finansovoy realizatsii federalnykh tselevykh programm [Program and Target Management as a Tool for the Financial Implementation of Federal Target Programs]. *Ekonomika nauki* [Economics of Science], 2019, Vol. 5, No. 3, pp. 160–169. (In Russ.).

4. Kazakov A. V., Prikhodko A. N. Opyt i sovremennoe primeneniye programmno-tselevogo (proektnogo) upravleniya v Rossiyskoy Federatsii [Experience and Modern Application of Program-Target (Project) Management in the Russian Federation]. *Vestnik Altayskoy akademii ekonomiki i prava* [Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law], 2021, No. 3-1, pp. 62–67. (In Russ.).

5. Kanamatova D. A. Obespecheniye prodovolstvennoy bezopasnosti Rossiyskoy Federatsii [Ensuring Food Security of the Russian Federation]. *Vestnik evraziyskoy nauki* [Bulletin of Eurasian Science], 2021, Vol. 13, No. 6. (In Russ.). Available at: <https://esj.today/PDF/70ECVN621.pdf> (accessed 16.09.2022).

6. Perevozchikova N. A., Shavkun G. A. Obespecheniye prodovolstvennoy bezopasnosti Donetskoy Narodnoy Respubliki: prioritetye napravleniya [Ensuring Food Security of the Donetsk People's Republic: Priority Areas]. *Nauchnyy vestnik gosudarstvennogo obrazovatel'nogo uchrezhdeniya Luganskoy Narodnoy Respubliki «Luganskiy natsionalnyy agrarnyy universitet»* [Scientific Bulletin of the State Educational Institution of the Luhansk People's Republic "Luhansk National Agrarian University"], 2020, No. 8-3, pp. 371–385. (In Russ.).

7. Kholodova M. A. Programmno-tselevoye planirovaniye na printsipakh proektnogo upravleniya v selskom khozyaystve [Program-Target Planning Based on the Principles of Project Management in Agriculture]. *Vestnik agrarnoy nauki* [Bulletin of Agrarian Science], 2020, No. 4 (85), pp. 158–167. (In Russ.).

8. Chabatul V. V., Rusakovich A. N., Andryushchenko A. Yu. Programmno-tselevoy metod v sisteme organizatsii i effektivnogo funktsionirovaniya agropromyshlennogo kompleksa [Program-Target Method in the System of Organization and Effective Functioning of the Agro-Industrial Complex]. *Ekonomicheskie voprosy razvitiya selskogo khozyaystva Belarusi* [Economic Issues of the Development of Agriculture in Belarus], 2022, No. 50, pp. 272–283. (In Russ.).

#### **Сведения об авторах**

##### **Артём Александрович Крамаренко**

кандидат экономических наук,  
доцент кафедры национальной  
и региональной экономики ДОННУ.  
Адрес: ГОУ ВПО «Донецкий национальный  
университет», Донецкая Народная  
Республика, 83001, Донецк,  
ул. Университетская, д. 24.  
E-mail: kramar13@mail.ru  
ORCID: 0000-0001-7063-5341

##### **Анастасия Сергеевна Фоменко**

аспирантка кафедры экономики  
предприятия ДОННУ.  
Адрес: ГОУ ВПО «Донецкий национальный  
университет», Донецкая Народная  
Республика, 83001, Донецк,  
ул. Университетская, д. 24.  
E-mail: fomenko\_a@outlook.com  
ORCID: 0000-0002-4849-6100

#### **Information about the authors**

##### **Artem A. Kramarenko**

PhD, Assistant Professor of the Department  
for National and Regional Economics  
of the DONNU.  
Address: State Educational Institution  
of Higher Professional Education «Donetsk  
National University», 24 Universitetskaya Str.,  
Donetsk, 83001, Donetsk People's Republic.  
E-mail: kramar13@mail.ru  
ORCID: 0000-0001-7063-5341

##### **Anastasiya S. Fomenko**

Post-Graduate Student of the Department  
for Enterprise Economics of the DONNU.  
Address: State Educational Institution  
of Higher Professional Education «Donetsk  
National University», 24 Universitetskaya Str.,  
Donetsk, 83001, Donetsk People's Republic.  
E-mail: fomenko\_a@outlook.com  
ORCID: 0000-0002-4849-6100

# ОЦЕНКА ВОСТРЕБОВАННОСТИ ИНСТРУМЕНТОВ НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ В СТРАТЕГИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

**Д. В. Шелоумов**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

Реализация целей устойчивого развития в совокупности с потребностью смены технологического уклада, основанной на поддержке инноваций, требует разноплановых оценок на основе экспертиз, проводимых в рамках научно-технической поддержки (НТП). Существующие рамки НТП, определяемые отраслевым законодательством в сфере атомной энергетики, становятся узкими для решения задач прорывного технологического развития российской промышленности. Для менеджмента организаций научно-технические экспертизы должны служить обоснованием принимаемых решений в составе рискориентированного подхода к управлению. В статье представлены результаты экспертного опроса представителей промышленных организаций, занимающихся вопросами реализации целей устойчивого развития, касающиеся оценки необходимости и потребности осуществления экспертиз НТП в их деятельности. По итогам проведенного опроса выявлены функциональные сферы деятельности промышленных организаций, наиболее нуждающиеся в НТП. Результаты опроса выдвигают задачи формирования института НТП в экономике устойчивого развития России и служат основой потребности в моделировании деятельности организаций, оказывающих научно-техническую поддержку.

*Ключевые слова:* технологическая экспертиза, оценка устойчивого развития, экспертная оценка, инновации.

# ASSESSMENT OF THE DEMAND OF SCIENTIFIC AND TECHNICAL SUPPORT TOOLS IN THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT STRATEGY OF MODERN ORGANIZATIONS

**Dmitriy V. Sheloumov**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

The implementation of the sustainable development goals, together with the need to change the technological structure based on the support of innovations, require diverse assessments based on expertise conducted within the framework of scientific and technical support (STS). The existing STS framework, defined by industry legislation in the field of nuclear energy, is becoming narrow for solving the tasks of breakthrough technological development of the Russian industry. For the management of organizations, scientific and technical expertise should serve as a justification for decisions made as part of a risk-oriented approach to management. The article presents the results of an expert survey of representatives of industrial organizations involved in the implementation of the sustainable development goals, concerning the assessment of the demand and need for the implementation of expertise of STS in their activities. The results of the survey show us the functional areas of activity of industrial organizations that are most in need of STS. The survey results set forth the tasks of forming the institute of scientific and technical support in the economy of sustainable development of Russia and serve as the basis for the need for modeling the activities of organizations providing scientific and technical support.

*Keywords:* technological expertise, assessment of sustainable development, expert assessment, innovation.

## Введение

Управление деятельностью современных организаций представляет собой процесс целенаправленного воздействия на управляемую систему, ориентированную на достижение заранее определенного множественного результата [3].

Разноплановость целей управления современными организациями является следствием учета тех обстоятельств, в которых совершаются управленческие операции, в том числе действующее законодательство; традиционные для той или иной сферы методы принятия и реализации решений; идеология целеполагания управления; имеющееся ресурсное обеспечение организации, включая кадровую и технологическую составляющие; рыночные законы, действующие в отрасли присутствия организации, и т. д. [2].

Стратегия устойчивого развития предполагает формирование вектора функционирования и разностороннего развития организации, включая технологическую составляющую, одним из элементов которой является механизм предупреждения и предотвращения технологических рисков в деятельности организации [1].

## Материалы и методы

Выдвигая гипотезу о необходимости распространения экспертных оценок научно-технической поддержки (НТП) на деятельность промышленных бизнес-систем для повышения степени соответствия принимаемых решений концептуальным основам устойчивого развития, нами был проведен опрос практических специалистов, представителей менеджмента и руководства компаний реального сектора с целью оценить масштаб потребности в подобных оценках у лиц, принимающих решения (ЛПР) и осуществляющих их разработку [5; 6].

В выборку вошли исполнительные директора, руководители структурных подразделений, директора по корпоративному управлению, по корпоративной социальной ответственности, по устойчивому

развитию и ряд других управленцев и специалистов, погруженных в тематику реализации целей устойчивого развития (ЦУР) на уровне своих компаний.

Анкеты распространялись среди участников научно-практического семинара научной школы РЭУ им. Г. В. Плеханова по вопросам экосистемного подхода к организации взаимодействия в бизнесе и устойчивого развития российской экономики. Таким образом, участники опроса априори проявили интерес к предмету авторского исследования, приняв участие в мероприятиях научно-практического семинара, затрагивающего вопросы управления устойчивым развитием.

## Результаты

Опрос проводился в два этапа. Первый этап включал в себя следующие тестовые и открытые вопросы:

1. По Вашему мнению, существует ли в России институт научно-технической поддержки?

- 1.1. Да.
- 1.2. Нет.
- 1.3. Не знаю о таком.

2. Как часто Вам требуется внешняя оценка для обоснования принимаемого «зеленого» решения?

- 2.1. Не требуется.
- 2.2. Требуется в отдельных случаях.
- 2.3. Требуется регулярно.

3. Решения, связанные с реализацией целей устойчивого развития, нуждаются во внешней дополнительной оценке? Оцените в процентах.

3.1. 0% – не нуждаются, достаточно внутренней информации и существующих подходов.

3.2. 20% – нуждаются в отдельных случаях.

3.3. 50% – регулярно нуждаются для экспертного обоснования принимаемого решения.

3.4. 100% – деятельность в рамках концепции устойчивого развития невозможна без экспертных оценок в рамках НТП.

4. Сталкивались ли Вы на практике со случаями невозможности принятия решения, связанного с реализацией ЦУР, из-за отсутствия его обоснования?

- 4.1. Да.
- 4.2. Нет.
- 4.3. Единичные случаи.
- 4.4. Сталкиваемся часто.
5. Отметьте области деятельности, в которых, по Вашему мнению, необходима

экспертная оценка принимаемых решений.

Всего были обработаны анкеты 37 человек, давших наиболее полные, значимые ответы. По итогам первого этапа экспертного опроса было получено распределение респондентов по функциональным сферам деятельности организаций, представленное в таблице.

**Распределение оценок востребованности НТП в деятельности промышленных организаций по направлениям деятельности**

Сфера деятельности компании	Оценка потребности в экспертизе НТП				Итого
	0%	20%	50%	100%	
Техническая	0	8	13	16	37
Технологическая	0	2	18	17	37
Инновационная	0	0	15	22	37
Производственная	1	5	24	9	37
Закупки	3	5	15	14	37
Маркетинг	2	9	21	5	37
Финансы	6	6	13	12	37
Защита окружающей среды	3	9	8	17	37
Спонсорство	27	4	6	0	37
Благотворительность	20	15	2	0	37
Социальная поддержка сотрудников	31	6	0	0	37

Как свидетельствуют данные таблицы, промышленные организации в различной степени оценивают потребность в использовании инструментов НТП в разрезе направлений деятельности. Так, в наименьшей степени инструменты НТП рассматриваются в качестве необходимых или важных элементов в системе принятия решений по таким направлениям, как «Спонсорство», «Благотворительность» и «Социальная поддержка сотрудников».

Спонсорская деятельность, по мнению респондентов, как правило, не предполагает использование НТП, поскольку в большинстве случаев не связана с технологическими рисками. Тем не менее из числа

респондентов 10 компаний указали, что с определенной регулярностью данное направление деятельности сопровождается процедурами оценки технологических и связанных с ними финансовых, экономических, репутационных и юридических рисков: в том случае, когда спонсорская помощь оказывается в форме нефинансовых активов и комплексов (машины, оборудование, выставочные экспонаты и т. д.), использование или эксплуатация которых у адресатов спонсорской поддержки может способствовать травматизму, утрате имущества, потере эффективности функционирования производственных, учебных, социально ориентированных подразделе-

ний [9]. Аналогичная логика характерна и для оценки востребованности НТП у промышленных организаций, занимающихся благотворительностью. При этом две компании указали, что инструменты НТП используются ими по данному направлению на регулярной основе при передаче адресатам имущественной поддержки помощи не только в материально-технической форме, но и в виде финансовых ресурсов.

На основе имеющегося опыта реализации благотворительных проектов промышленные компании проводят технологические экспертизы объектов, приобретаемых благополучателями, так как имели место случаи приобретения за счет благотворительных пожертвований некачественной и опасной техники и оборудования промышленного или бытового назначения [7; 8].

В области социальной поддержки сотрудников только шесть компаний проводят нерегулярные технологические экспертизы по данным проектам в том случае, когда социальная поддержка осуществляется в виде продукции промышленной организации или нефинансовых ценностей, приобретаемых для сотрудников. В большинстве же реализуемых социальных проектов, направленных на персонал промышленной организации, инструменты НТП не применяются.

Востребованность в использовании инструментов НТП значительно возрастает в группе направлений деятельности, опосредующих центральный (основной) технологический процесс функционирования промышленных организаций: «Закупки», «Маркетинг» и «Финансы». В этой группе направлений деятельности от 25 («Финансы») до 29 («Закупки») опрошиваемых указали на регулярное или на постоянной основе использование инструментов НТП в своей деятельности.

Финансовая деятельность промышленных компаний, по мнению двух третей респондентов, сопряжена с потребностью в НТП: одна группа опрошиваемых пояснила, что современные финансовые техноло-

гии также генерируют технологические риски, способные привести к утрате части экономико-материального базиса организации; другая – указала, что в деятельности их компаний финансовые операции носят целевой характер, поэтому при составлении внутренних заявок на финансирование требуется комплексное обоснование, включающее в себя технологическую составляющую [4].

Результаты опроса показали, что при оценке дополнительных и обслуживающих основной системообразующий процесс направлений деятельности промышленных компаний присутствует высокий уровень потребности в услугах НТП, что свидетельствует о понимании респондентами комплексности осуществляемой промышленными организациями деятельности и осознании ответственности за результативность внутренних инфраструктурных операций.

Наибольший уровень востребованности в инструментах НТП респондентами отмечен в сферах, составляющих основной технологический процесс в деятельности промышленных организаций: «Техническая», «Технологическая», «Инновационная», «Производственная». Ряд респондентов указал, что в деятельности их компаний данные направления деятельности настолько технологически связаны, что осуществить в составе производственного процесса поэтапную или иную детализацию операций, обеспечивающую даже условное деление процесса на четыре составляющие, практически невозможно. Тем не менее представители 12 компаний указали, что в деятельности их организаций проводится разграничение технологических операций на апробированные (доказавшие свою эффективность, стабильность и безопасность за определенный период ведения деятельности) и инновационные (разрабатываемые, внедряемые или уже запущенные, но еще не до конца апробированные производственные процессы).

Размах вариации по четырем технологически базовым направлениям деятельности опрошенных организаций в части

оценки востребованности НТП среди респондентов представлен на рис. 1.

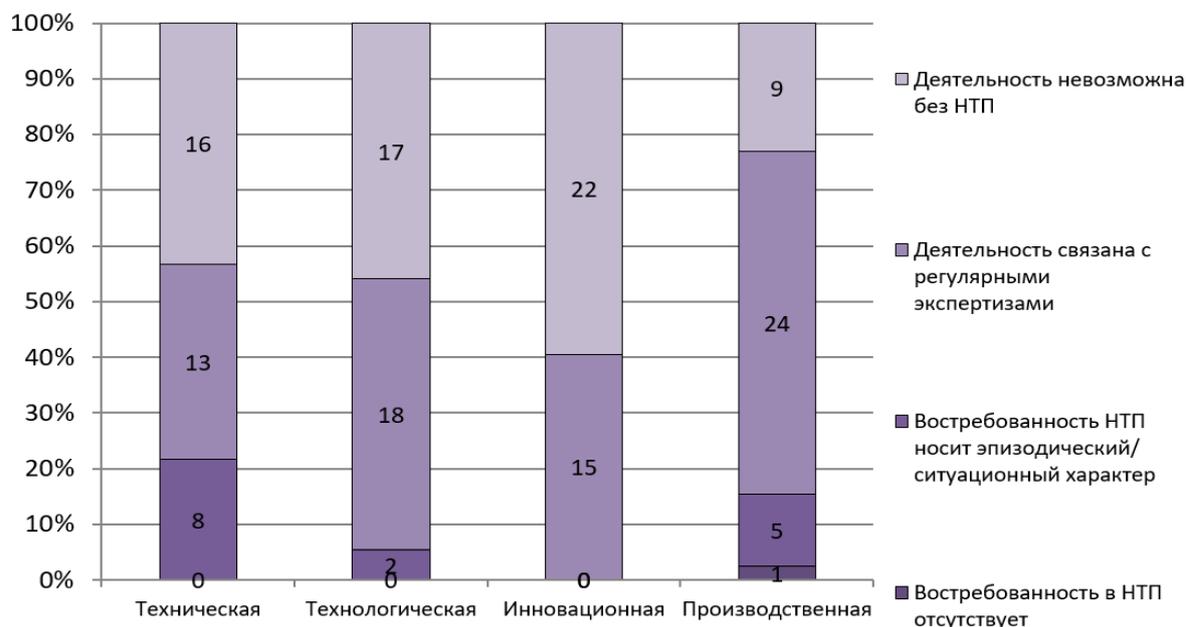


Рис. 1. Дифференциация востребованности инструментов НТП по основным направлениям деятельности российских организаций – участников социологического опроса

Первый этап проведенного социологического опроса показал следующее:

1. На основе востребованности инструментов НТП в деятельности промышленных организаций можно выделить три блока работ/операций, в разной степени требующих обеспечения технологической экспертизой и другими формами НТП:

– «Техническая», «Технологическая», «Инновационная», «Производственная» – характеризуются высоким уровнем востребованности НТП для планирования и ведения деятельности;

– «Закупки», «Маркетинг», «Финансы» – в меньшей степени нуждаются в экспертном сопровождении (с учетом профессионального мнения руководителей организаций и исполнителей работ);

– «Спонсорство», «Благотворительность», «Социальная поддержка сотрудников» – в наименьшей степени сопряжены с технологическими экспертизами для обоснования управленческих решений и веде-

ния деятельности, отвечающей критериям безопасности.

2. Минимальное число промышленных компаний, указавших на необходимость регулярного или всеохватывающего использования инструментов НТП в своей деятельности в разрезе блоков направлений деятельности, составило:

1) в группе «Техническая», «Технологическая», «Инновационная», «Производственная» – 29 (техническая сфера деятельности); максимальное значение в группе соответствует сфере «Инновационная» – 37 (все опрашиваемые);

2) в группе «Закупки», «Маркетинг», «Финансы» – 25 (финансовая составляющая деятельности компании); максимальное значение в группе – 29 (закупочная деятельность);

3) в группе «Спонсорство», «Благотворительность», «Социальная поддержка сотрудников» – 0 (сфера поддержки персонала); максимальная оценка в группе соответствует 6 (количество промышленных

организаций, осознающих необходимость регулярного использования экспертных процедур и других инструментов НТП при оказании спонсорской поддержки внешним адресатам).

Для реализации второго этапа опроса на предмет оценки востребованности инструментов НТП со стороны менеджмента организаций была разработана анкета, предложенная тем участникам, которые оценили потребность в экспертных услугах организаций научно-технической поддержки (ОНТП) на уровне 50% и выше.

Выборку второго этапа составили 25 участников, которым была предложена анкета, содержащая следующие пункты:

1. К какой отрасли экономики преимущественно относится Ваша организация (или технологически обособленное оцениваемое структурное подразделение)?

2. Насколько Ваша организация ориентирована на реализацию стратегии устойчивого развития?

3. В какой степени Вашу организацию можно охарактеризовать как высокотехнологическую?

4. Насколько значимы технологические риски в деятельности Вашей организации?

5. Во сколько Вы оцениваете возможный экономический ущерб от технологического риска (на основе информации о состоянии отрасли и подобных событий в прошлом) в процентах от размера годовой выручки организации (в процентах от балансовой стоимости имущества организации)?

6. Является ли Ваша организация пользователем услуг научно-технической поддержки?

7. Чему равна целесообразная величина средств, возможных к использованию на предотвращение технологических рисков в деятельности Вашей организации, в процентах от размера годовой выручки организации?

8. Может ли Ваша организация самостоятельно осуществить комплекс работ по проведению технологической экспертизы

своей деятельности (кадровое обеспечение)?

9. Насколько Ваша организация готова обратиться в специализированную организацию научно-технической поддержки, проводящую технологические экспертизы в сфере деятельности Вашей организации?

10. Готова ли Ваша организация стать соучредителем или постоянным партнером специализированной организации научно-технической поддержки, проводящей технологические экспертизы в сфере деятельности Вашей организации?

11. Дополнительная информация (численность персонала организации; тип рынка присутствия организации; основной источник технологических регламентов деятельности организации; следование целям стратегии устойчивого развития организации (при ее наличии)).

Обработка результатов, полученных по итогам второго этапа социологического опроса, показала следующее:

1. Отраслевая структура респондентов, попавших в выборку вследствие заинтересованности представителей российских компаний в участии в научно-практическом семинаре, выявила основные отрасли, для которых актуальна задача формирования экосистемы своей хозяйственной деятельности (рис. 2).



Рис. 2. Распределение компаний-респондентов по отраслевой принадлежности

Свыше половины, а именно 14 из 25 представителей менеджмента организаций, принявших участие в опросе и оценивших востребованность инструментов НТП в своей деятельности на уровне 50%, пришлось на промышленные компании, что позволяет говорить о данной отрасли как наиболее заинтересованной в создании экосистемы своей деятельности и, как следствие, в использовании возможных ин-

струментов экспертной поддержки технологической компоненты, аналогичной НТП, применяемой в сфере атомной энергетики.

2. Осведомленность и нацеленность руководства компаний на реализацию политики устойчивого развития (УР) в той или иной степени характерна для всех респондентов (рис. 3).



Рис. 3. Дифференциация значения стратегии устойчивого развития в деятельности компаний-респондентов

Результаты анкетирования целевой группы показали, что, с одной стороны, участники опроса осведомлены о концепции УР и уровне ее применения в своих компаниях, а с другой – из числа компаний-респондентов только 7 (28% выборки) указали, что стратегия УР имеет основополагающее значение в деятельности их организаций, в то время как у 40% компаний система принятия управленческих решений в большей степени базируется на принципах, напрямую не связанных с ЦУР, а у остальных 32% – политика УР носит фрагментарный характер, что свидетельствует о потенциале разъяснительной работы с субъектами российского бизнеса о значении, возможностях и результативности подхода к организации деятельности бизнес-структур с позиций УР.

На практике при организации диалога с потенциальными партнерами по созданию

бизнес-экосистем [10] следует различать компании, наиболее открытые для расширения объемов технологических экспертиз в своей деятельности, и организации, которые по тем или иным причинам в меньшей степени заинтересованы в реализации ЦУР и, следовательно, включении в состав потребителей экспертно-технологической услуги.

Вариацию респондентов по критерию уровня инновационно-технологической активности и прямо коррелирующего с ней уровня риска в результате инициации и сопровождения технологических процессов иллюстрирует рис. 4.

Как показал проведенный опрос, у 24% респондентов (6 компаний) стандарт ведения основной деятельности базируется на стратегии догоняющего развития, а также низкоинновационных технологиях, для которых характерен высокий уровень про-

гнозируемости технологических рисков, вследствие чего данная группа компаний мало заинтересована в инструментах НТП,

как внутренних, так и внешних, в обеспечении безопасности режима своей деятельности.



Рис. 4. Вариация приверженности инновациям в технологической сфере компаний – участников опроса

У почти половины опрошенных (12 компаний; 48% выборки) применяются передовые для отрасли технологии с высоким уровнем апробации: для данной группы организаций технологические риски не являются постоянными, но признаются потенциально возможными в течение определенного периода времени с момента запуска технологических операций. Эта группа является потенциальным потребителем экспертных услуг технологического характера, но не на постоянной основе.

Для более четверти респондентов (7 компаний; 28% выборки) характерна высокая инновационная активность, сопряженная с высоким уровнем технологических угроз. Участники данной группы являются наиболее заинтересованными в создании эффективной экосреды своей деятельности, включающей в себя и технологические экспертизы. В зависимости от экономических возможностей создания

структурных подразделений, проводящих технологические изыскания и экспертизы, часть крупных компаний может выпасть из целевой аудитории ОНТП. В то же время ОНТП могут оказывать услуги по повышению квалификации экспертов крупных компаний, а также проводить экспертизы в отношении непрофильных для данных организаций технологических решений и инноваций.

3. Участие в научно-практическом семинаре, включая процедуру заполнения анкеты социологического опроса, носило пролонгированный характер, поэтому на момент начала мероприятия не все представители компаний, принявших участие в работе семинара, имели полное представление о НТП и ее возможностях для создания безопасного режима функционирования бизнес-структур. Заполнение и сдача анкет происходили на завершающем этапе мероприятия, поэтому в конце работы с анкетами респонденты оценивали воз-

возможности внедрения инструментов НТП и (или) значимость обращения к отраслевым или универсальным ОНТП с учетом полученной информации.

На вопрос об использовании услуг НТП все 25 участников семинара ответили, что их компании не являются пользователями данной экспертной услуги на инициативной основе, но в случае появления института НТП, обеспечивающего сервисное обслуживание их сферы деятельности, дан-

ный сервисный продукт будет востребован, в том числе и компаниями – участниками опроса.

Распределение респондентов по наличию в их компаниях специализированных экспертных структурных подразделений или не прикрепленных к экспертному подразделению специалистов, способных проводить технологические экспертизы, показано на рис. 5.

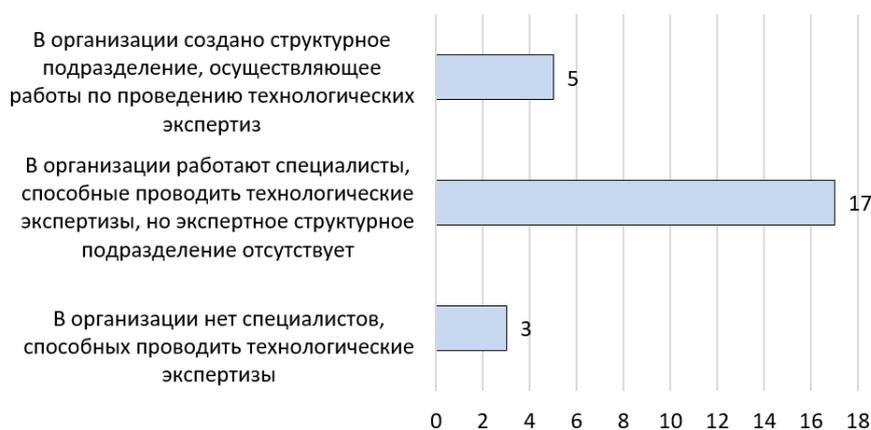


Рис. 5. Распределение компаний – участников семинара по обеспеченности внутренними структурными подразделениями и (или) специалистами, отвечающими за проведение технологических экспертиз

Из числа опрошенных компаний только у 5 (20% статистической выборки) созданы структурные подразделения (или дочерние компании), в состав функционала которых входит проведение технологических экспертиз по реализуемым направлениям деятельности. Но даже при наличии подобных подразделений или штатных специалистов участниками опроса не была выражена полная уверенность в их способности проводить экспертные работы на максимально профессиональном уровне с учетом последних достижений науки и с применением передового отечественного и зарубежного опыта экспертной деятельности. Указанная информация является подтверждением значимости создания специализированных ОНТП, обслуживающих современные компании или оказывающих содействие полноценному функциониро-

ванию профильных структурных подразделений резидентов российского бизнес-пространства.

В результате опроса был выявлен высокий уровень связи между оценкой возможного ущерба от технологических рисков, присущих сферам деятельности компаний-респондентов, и готовностью выделения части корпоративного бюджета на создание механизма оценки и предотвращения технологических рисков (рис. 6).

Опрос показал, что современные российские компании оценивают возможный экономический ущерб от технологических рисков на уровне до 100% годовой выручки (доля респондентов, оценивающих данный показатель в интервале 10–25%, составила 60% (15 компаний)). При этом 60% опрошенных считают, что их компании будут готовы выделить в составе своих

бюджетов от 5 до 15% годовой выручки на предотвращение технологических рисков в случае наличия в России профессиональ-

ной и доказавшей свою эффективность системы отраслевой НТП.

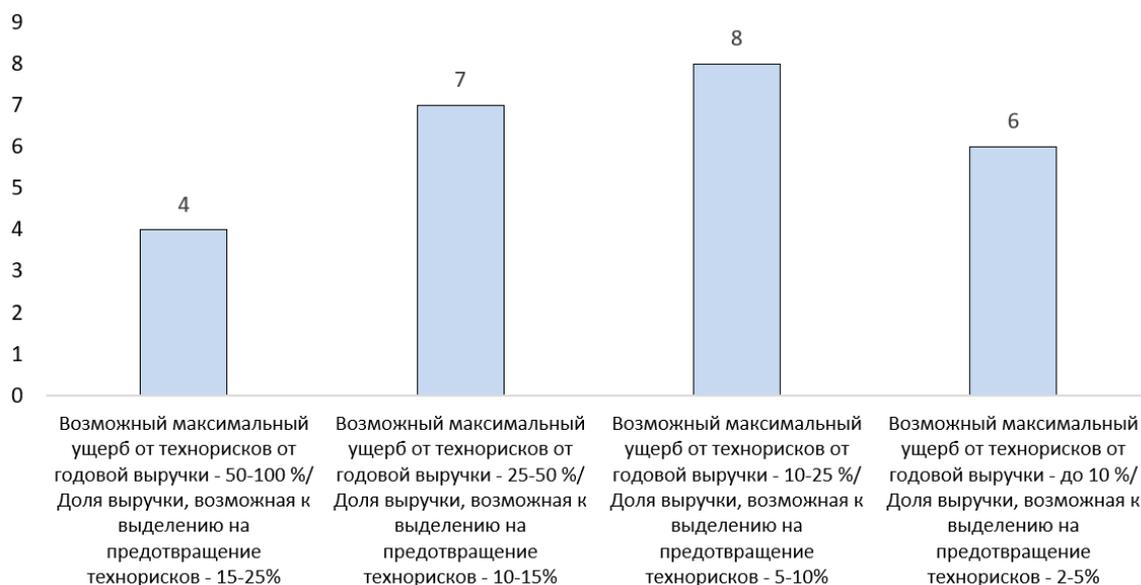


Рис. 6. Распределение респондентов по оценке экономических аспектов управления технологическими рисками в современных организациях

4. Результаты опроса в отношении готовности компаний – участников научно-практического семинара стать соучредителем, постоянным партнером или пользователем на основе договора постоянного экспертно-сервисного обслуживания показали, что для российских компаний характерен высокий уровень признания ценности инструментов НТП и наличие намерения прямого или опосредованного участия в создании или финансовой поддержке специализированных ОНТП (рис. 7).

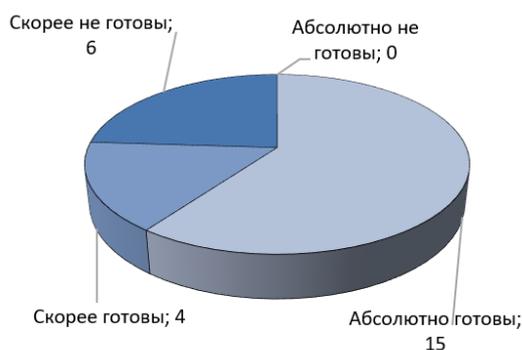


Рис. 7. Распределение респондентов по готовности участия или финансовой поддержке специализированных ОНТП

### Заключение

Таким образом, проведенный среди участников научно-практического семинара опрос выявил высокий уровень заинтересованности представителей российского бизнес-сообщества в формировании эффективной экспертной защиты своей деятельности посредством создания отраслевых специализированных или мультиотраслевых ОНТП.

Результаты опроса выдвигают задачи формирования института НТП в экономике устойчивого развития России и служат основой потребности в моделировании деятельности организаций, оказывающих научно-техническую поддержку.

Список литературы

1. Близнюк О. В. Менеджмент устойчивого развития образовательной организации // Современные корпоративные стратегии и технологии в России. – 2015. – № 10 (3). – С. 39–43.
2. Буртонова Г. Б., Цзи Т. Теоретический обзор факторов и условий становления менеджмента // Экономический вестник Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления. – 2021. – № 1. – С. 26–33.
3. Вольчик В. В., Фурса Е. В., Маслюкова Е. В. Государственное управление и развитие российской инновационной системы // Управленец. – 2021. – № 12 (5). – С. 32–49.
4. Иззука Т. Б., Пашигорев М. О. Современные подходы к отчетам об устойчивом развитии промышленных предприятий // Аудитор. – 2021. – № 7 (3). – С. 31–39.
5. Каленов О. Е. Трансформация бизнес-модели: от классической организации к экосистеме // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2020. – № 17 (3). – С. 124–131.
6. Клейнер Г. Б. Экономика экосистем: шаг в будущее // Экономическое возрождение России. – 2019. – № 1 (59). – С. 40–45.
7. Клименко О. И., Здоровенко И. Ю. Анализ отечественной практики достижения экономических целей устойчивого развития // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2022. – № 2 (93). – С. 9–20.
8. Лапочкина В. В., Каменский А. С., Корнилов А. М. Региональные государственные фонды поддержки научной, научно-технической и инновационной деятельности: успех, проблемы, зарубежный опыт // Наука. Инновации. Образование. – 2018. – № 13 (2). – С. 26–53.
9. Ломакин М. И., Докукин А. В. Развитие нормативно-правового обеспечения применения стандартов устойчивого развития // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. – 2021. – № 6 (64). – С. 19–22.
10. Lee M., Lee M., Kim J. Dynamic Approach to the Start-up Business Ecosystem: a Cross-Comparison of Korea, China, and Japan // Asian Academy of Management Journal. – 2017. – N 22 (2). – С. 157–184.

References

1. Bliznyuk O. V. Menedzhment ustoychivogo razvitiya obrazovatelnoy organizatsii [Managing Sustainable Development of Educational Organization]. *Sovremennyye korporativnyye strategii i tekhnologii v Rossii* [Modern Corporate Strategies and Technologies in Russia], 2015, No. 10 (3), pp. 39–43. (In Russ.).
2. Burtonova G. B., Tsi T. Teoreticheskiy obzor faktorov i usloviy stanovleniya menedzhmenta [Theoretical Review of Factors and Conditions of Management Formation]. *Ekonomicheskyy vestnik Vostochno-Sibirskogo gosudarstvennogo universiteta tekhnologiy i upravleniya* [Economic Bulletin of the East Siberian State University of Technology and Management], 2021, No. 1, pp. 26–33. (In Russ.).
3. Volchik V. V., Fursa E. V., Maslyukova E. V. Gosudarstvennoe upravlenie i razvitie rossiyskoy innovatsionnoy sistemy [Public Administration and Development of the Russian Innovation System]. *Upravlenets* [The Manager], 2021, No. 12 (5), pp. 32–49. (In Russ.).
4. Izzuka T. B., Pashigorev M. O. Sovremennyye podkhody k otchetam ob ustoychivom razvitii promyshlennykh predpriyatiy [Modern Approaches to Sustainable Development Reports of Industrial Companies]. *Auditor* [Auditor], 2021, No. 7 (3), pp. 31–39. (In Russ.).
5. Kalenov O. E. Transformatsiya biznes-modeli: ot klassicheskoy organizatsii k ekosisteme

[Business-Model Transformation: from Classical Organization to Ecosystem]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2020, No. 17 (3), pp. 124–131. (In Russ.).

6. Kleyner G. B. *Ekonomika ekosistem: shag v budushchee* [Ecosystem Economy: Step into the Future]. *Ekonomicheskoe vrozozhdenie Rossii* [Economic Revival of Russia], 2019, No. 1 (59), pp. 40–45. (In Russ.).

7. Klimenko O. I., Zdorovenko I. Yu. *Analiz otechestvennoy praktiki dostizheniya ekonomicheskikh tseley ustoychivogo razvitiya* [Analysis of Domestic Practice in Achieving Economic Sustainable Development Goals]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii, ekonomiki i prava* [Bulletin of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law], 2022, No. 2 (93), pp. 9–20. (In Russ.).

8. Lapochkina V. V., Kamenskiy A. S., Kornilov A. M. *Regionalnye gosudarstvennye fondy podderzhki nauchnoy, nauchno-tekhnicheskoy i innovatsionnoy deyatel'nosti: uspekhi, problemy, zarubezhnyy opyt* [Regional State Funds for Support of Science, Technology and Innovation: Success, Problems, Foreign Experience]. *Nauka. Innovatsii. Obrazovanie* [Science. Innovation. Education], 2018, No. 13 (2), pp. 26–53. (In Russ.).

9. Lomakin M. I., Dokukin A. V. *Razvitie normativno-pravovogo obespecheniya primeneniya standartov ustoychivogo razvitiya* [Development of regulatory and Legal Support for the Application of Sustainable Development Standards]. *Informatsionno-ekonomicheskie aspekty standartizatsii i tekhnicheskogo regulirovaniya* [Information and Economic Aspects of Standardization and Technical Regulation], 2021, No. 6 (64), pp. 19–22. (In Russ.).

10. Lee M., Lee M., Kim J. *Dynamic Approach to the Start-up Business Ecosystem: a Cross-Comparison of Korea, China, and Japan*. *Asian Academy of Management Journal*, 2017, No. 22 (2), pp. 157–184.

#### **Сведения об авторе**

**Дмитрий Владимирович Шелоумов**

аспирант базовой кафедры Федеральной антимонопольной службы России  
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», 117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: sheloumov.dv@mail.ru

#### **Information about the author**

**Dmitriy V. Sheloumov**

Post-Graduate Student of the Specialized Department of Federal Antitrust Authority of Russia of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997, Russian Federation.

E-mail: sheloumov.dv@mail.ru

## ГЕНЕЗИС МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ

**Е. М. Азарян, Д. Э. Возиянов**

Донецкий национальный университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского,  
Донецк, Донецкая Народная Республика

**А. Н. Бекетов, В. А. Кадерова**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

Современный мир подвержен стремительным и глубоким изменениям, что связано как с глобальными трансформациями, локальными их особенностями и проявлениями, так и широким распространением цифровизации, затрагивающей все сферы жизнедеятельности и отдельно взятого человека, общества, и целых территорий. Территории теперь уже сами нуждаются в маркетинге для достижения субъектами управления поставленных целей различного уровня. Цель статьи – обоснование концептуального подхода к маркетингу территорий как фактору социально-экономического развития города в условиях цифровизации экономики. В процессе исследования использованы общенаучные методы – анализа и синтеза, индукции и дедукции; специфические – метод восхождения от абстрактного к конкретному; систематизации и обобщения; экономико-логического анализа; моделирования. Предложенный концептуальный подход маркетинга территорий в системе социально-экономического развития территориальных образований не противопоставляется существующим взглядам на теорию и практику управления социально-экономическим развитием территорий, а выступает их экзистенциальным продолжением. Его реализация обеспечит непрерывное совершенствование процессов управления в свете нового понимания сущности территории как самоорганизующейся системы, а также как суммирующего, исчерпывающего ресурса, идентифицируемого на основе выявления основных признаков территориального продукта в комплексе маркетинг-микса.

*Ключевые слова:* маркетинг города, цифровизация, цифровой маркетинг, концептуальный подход.

## THE ORIGIN OF TERRITORY MARKETING

**Elena M. Azaryan, Dmitry E. Voziyarov**

Donetsk National University of Economics and Trade Named  
after Mikhail Tugan-Baranovskiy,  
Donetsk, Donetsk People's Republic

**Anton N. Beketov, Venera A. Kaderova**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

Today's world is subjected to fast and deep changes, which is caused both by global transformations, their local specific features and profiles and wide proliferation of digitalization affecting all spheres of life for individuals, society and whole territories. Nowadays territories themselves need marketing so that entities of management could attain goals of different level. The goal of the article is to substantiate conceptual approach to territory marketing as a factor of social and economic city development in conditions of economy digitalization. The research used such general academic methods as analysis and synthesis, induction and deduction; specific methods – from abstract to concrete; systematization and generalization; economic-logical analysis; modeling. The proposed conceptual approach of territory marketing within the frames of social and economic development of territorial structures does not contradict to current views on theory and practice of managing social and economic development of territories but acts as their logical extension. Its implementation could provide continuous improvement of managerial processes in view of new comprehension of territory essence as a self-organizing system and as a summarizing, exhaustive resource identified on the basis of finding new signs of territorial product in the marketing-mix complex.

*Keywords:* city marketing, digitalization, digital marketing, conceptual approach.

Развитие человечества тесно связано с исследованием и освоением территорий, вследствие чего ускорился переход к оседлому образу жизни, развилось сельское хозяйство, появились города и промышленное производство, что в итоге привело к появлению брендов регионов, стран и даже целых континентов.

Слово «территория» в словарях интерпретируется как часть суши с определенными границами, при этом на нее распространяется юрисдикция государства или административной единицы, входящей в состав страны. Территории могут быть исследованными и неисследованными, освоенными и неосвоенными, городскими, производственными, сельскохозяйственными, рекреационными и другими зонами. У таких территорий может быть разная концентрация народонаселения, имеющего ту или иную трудовую специализацию. На территориях, где доля сельскохозяйственного труда сильно снижалась, стали возникать населенные пункты, имеющие территориальные границы, застроенные жилыми и промышленными объектами, а также объектами инфраструктуры, т. е. города, являющиеся центрами различного назначения. Само понятие «город» определяется как крупный населенный пункт, жители которого заняты, как правило, не сельским хозяйством<sup>1</sup>.

Территория, как и любой другой объект, также может быть «товаром», имеющим определенную ценность для той или иной целевой группы, и цену такой покупки (и ее обслуживания) [9. – С. 25]. Примером такой практики является Донбасс (с 2014 г.), как при наличии народонаселения на территории, так и без него, с предложением «...восстанавливать те или иные разрушенные населенные пункты Украины»<sup>2</sup>.

Маркетинг территорий обретает все большее значение в мире, полном неопределенности, когда важно уметь изменить цели развития территории, влияющие на благополучие людей, проживающих и трудящихся на ней. Впервые определение территории как товара было предложено Ф. Котлером еще 28 лет назад (в 1994 г.) как инструмент стратегического процесса развития территории и наиболее комплексного решения ее проблем [10].

Основные цели маркетинга территорий:

- управление брендом территории;
- развитие условий жизнедеятельности граждан территории;
- повышение привлекательности региона для иностранных инвесторов и трудовых ресурсов.

Определение понятия «маркетинг территорий» представлено в работах ряда зарубежных и отечественных ученых, среди которых Ф. Котлер, И. Рейн, Д. Хайдер, Т. Метаксас, А. В. Шишкин, А. П. Панкрухин и др.

Понятие «маркетинг территорий» многомерно и может рассматриваться как система, процесс и/или институт.

К примеру, А. П. Панкрухин отмечает два основных фактора маркетинга территорий:

- повышение престижа территории как для внутренних, так и для внешних субъектов;
- развитие конкурентоспособности активов территории, а также продвижение продуктов трудовой деятельности территории<sup>3</sup>.

Важно отметить, что многие исследователи различают понятия «маркетинг территорий» и «территориальный маркетинг» по ряду параметров. Так, И. Е. Бельских в статье «Территориальные стратегии имиджа туристского бизнеса в мировой экономике» определяет понятие «террито-

<sup>1</sup> URL: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/gorod-cto-hto-takoe.html>

<sup>2</sup> URL: <https://politobzor.net/251577-kiiev-predstavil-evropejsam-kartu-gorodov-kotorye-oni-budut-vosstanavlivat.html>

<sup>3</sup> См.: Панкрухин А. П. Маркетинг : учебник для студентов, обучающихся по специальности 061500 «Маркетинг». – 4-е изд., стереотип. – М. : Омега-Л, 2006.

риальный маркетинг» как систему изучения и управления рынком в целях развития территории, при этом под территорией понимается часть земной суши, в том числе недра с ископаемыми любых типов, а также околоземное и космическое пространство. Вместе с тем в статье нет никаких упоминаний про водную часть территории [1].

В исследовании Т. В. Сачук делается упор на управление отношениями между местными и внешними юридическими лицами в рамках исследуемой территории [12].

Исследование концепций понятия «маркетинг территорий» позволяет констатировать, что в научном мире его рассматривают как политику, инструмент, систему, технологию и метод. Известные интерпретации данного понятия делятся на два основных направления:

- экономическое (как реклама региона);
- управленческое (как развитие активностей территории маркетинговыми методами).

При этом следует подчеркнуть сходную позицию авторов в определении рассматриваемого понятия как маркетинговых активностей, направленных на развитие территории в интересах самой территории и проживающего на ней населения.

Подводя итог, можно согласиться с мнением Е. А. Третьякова [14], что многозначность связана с двумя главными факторами:

- недостаточностью в изучении истории возникновения и развития категории;
- комплексным междисциплинарным подходом, включая (но не ограничиваясь) социологию, психологию, культурологию, политологию, экономику и другие дисциплины.

Следовательно, ввиду неоднозначности трактовки смысла категории «маркетинг территорий» необходимо его уточнить для целей проводимого исследования.

Дадим свое определение понятия: *маркетинг территорий – это управленческая деятельность, основными задачами которой яв-*

*ляются повышение уровня жизни населения, регулирование спроса и предложения в регионе, повышение инвестиционной привлекательности территории, повышение общего имиджа территории и развитие всех видов внутренних активов.*

В исследовании А. Н. Кривенко [11] показано, что в зависимости от типа территории ее маркетинг может быть дифференцирован и классифицирован по объему необходимых действий (рис. 1).



Рис. 1. Виды маркетинга территорий

Понятие «маркетинг города» (городской маркетинг) в научный оборот было также введено Ф. Котлером, а в дальнейшем изучалось и развивалось С. Анхольтом, Э. Авраамом и И. Кеттером, С. Райнисто и др., которые рассматривали маркетинг в целом как объект продвижения (продукт) и как субъект рыночных и иных отношений.

На основании вышеприведенных исследований следует отметить, что маркетинг города не может свестись просто к рекламе территории, а должен быть направлен на развитие самой территории, условий жизни и труда населения, привлечение капитала на развитие региона, активное привлечение общественности и представителей бизнеса к вопросам развития территории. Ф. Котлер в своих трудах [8] отмечает важность стратегического подхода к планированию действий на уровне стейкхолдеров или заинтересованных групп, а также развития способности к адаптации территории и его населения к будущим вызовам.

На основании вышесказанного понятие «городской маркетинг» можно определить как «систему муниципального управления,

призванного создать и поддержать репутацию и инвестиционную привлекательность региона для роста благосостояния населения» [5. – С. 83]. Следует отметить, что в маркетинге предусматривается взаимодействие субъекта и объекта, что предопределяет необходимость наличия целевой аудитории для субъекта маркетинга – администрации города. Чем больше людей живет в городе, работает, приезжает учиться, отдыхать, на

лечение и т. п., тем лучше для города, так как это создает рабочие места, развивает бизнес, науку, а следовательно, способствует пополнению бюджета и оказывает позитивное влияние как на экономические, так и на демографические показатели. Инструментарий, основные цели и методы их реализации в маркетинге территорий представлены на рис. 2.



Рис. 2. Инструментарий, основные цели и методы их реализации в маркетинге городских территорий [15]

Отметим, что *place marketing* получил активное развитие к 80-м гг. прошлого столетия ввиду роста конкуренции между Старым Светом и набиравшем силу азиатским миром. Именно конкуренция способствовала маркетинговым усилиям по заметной для целевой аудитории дифференциации

городов и территорий/стран. В результате регионы стали развивать свои конкурентные преимущества и определять свою специализацию в разделении труда [5].

Главной особенностью такого подхода к маркетингу территорий является его направленность на конкретные целевые

группы вне зависимости от того, находятся ли эти группы на территории или за ее пределами, что отмечено в работах

Д. В. Визгалова [3; 4]. Процесс определения данных групп приведен на рис. 3.

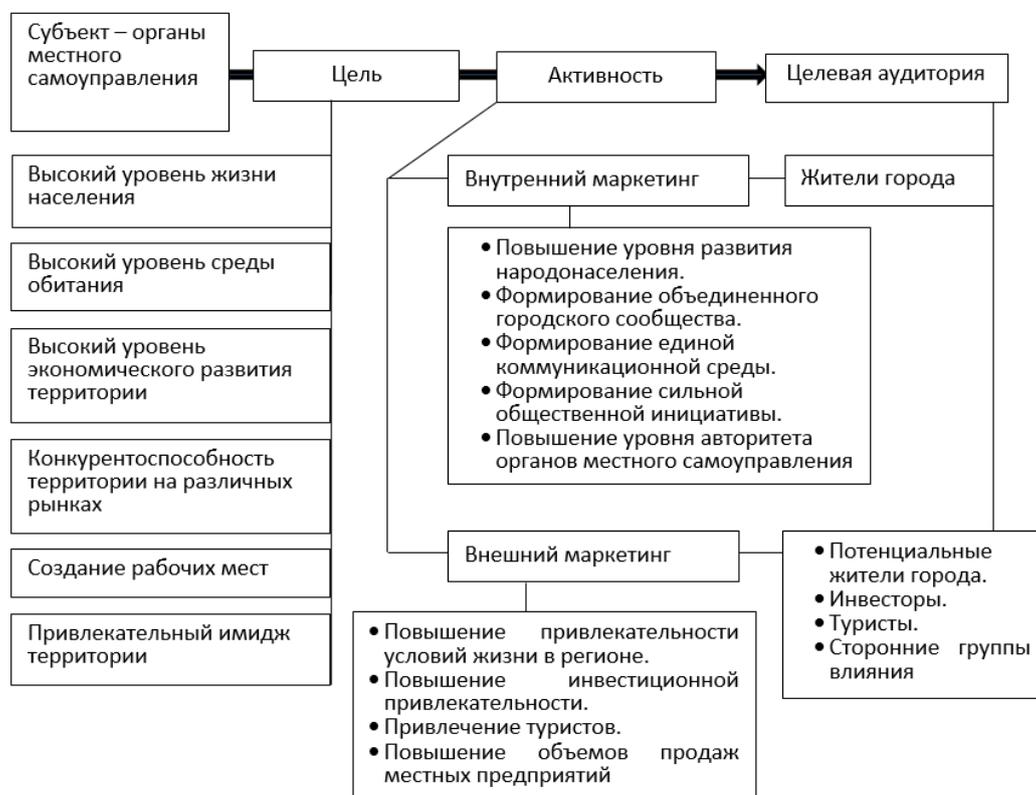


Рис. 3. Процесс определения целевых групп для маркетинга города

Рассмотрим подробнее указанные выше целевые группы. Местное население является «ключом» к развитию города. Необходимость привлечения туристов и инвестиций не вызывает вопросов, а приток потенциальных жителей необходим для формирования сильного общества. Стронние же группы влияния могут не проживать в городе и оказывать как положительное, так и отрицательное влияние на уровень его развития.

Уровень развития территории (как в настоящем времени, так и в будущем) обеспечивается единством важнейших факторов: территории, населения и органов самоуправления [19]. Для повышения конкурентоспособности города важно формирование привлекательного имиджа и оптимальных условий для использования и воспроизводства необходимых акти-

вов и ресурсов. При этом важнейшими действиями являются поиск уникальных факторов конкурентоспособности и разработка позиционирования, обусловленного ими. Для каждой территории необходимы свой уникальный «рецепт», своя стратегия и набор специфичных маркетинговых инструментов и подходов для построения модели устойчивого развития.

С учетом системно-институционального подхода, где под системой понимаются, по В. Г. Шорину, взаимосвязанные части [13. – С. 18], по Ю. И. Черняку – средство упрощения сложной реальности [16. – С. 15], а по Н. Ю. Возияновой – институт – триединая категория, объединяющая «...нормы и правила, механизмы их реализации, гарантов и ответственность за их нарушение...» [17. – С. 71], включая проявление любого оппортунистического пове-

дения при их осуществлении, важно сформировать цели и задачи; определить субъекты и объекты, институционализировать и фреймировать деятельность. По Н. Ю. Возияновой, фрейм представляет собой уникальный способ мышления, который дает возможность комбинировать новую информацию с существующими правилами и нормами и позволяет субъекту сформировать систему управления, обеспечивающую качество воздействия на

управляемую подсистему, а объекту управления – адекватно реагировать на такие воздействия субъекта управления [17]. Отправной точкой в формировании системы управления маркетингом территорий является наличие у субъекта управления целеполагания и действий (стратегии и тактики для достижения поставленных целей). Цели и задачи маркетинга территорий на основе системно-институционального подхода представлены на рис. 4.



Рис. 4. Модель маркетинга для развития города Донецка

Субъекты процесса развития города, как показали исследования [2–4], локализованы на определенном пространстве, являются активными, действуют в общественных интересах и имеют цель – эффективное социально-экономическое развитие

города для создания комфортной среды проживания и труда.

Исторически маркетинг территорий как отдельное направление маркетинга прошел целый ряд этапов развития [5], указанных в таблице.

#### Описание этапов развития маркетинга территорий

Название	Период	Элементы	Характеристика главной цели элементов
Стадия инструментов планирования	1990–1999	Маркетинг как инструмент планирования	Постановка материально-технических и экономических целей планирования, а также привлечение внутренних инвестиций и туристов в сочетании с ориентированием на приоритеты местных жителей
		Корректировка подхода	Изменение неудачного имиджа или усиление нейтрального
		Формирование благоприятного имиджа	Преобразование городов, восстановление утраченных ресурсов и материальных ценностей
Стадия корпоративного бренда	2000–2009	Брендинг мест	Удовлетворение потребностей существующего местного бизнеса и резидентов, создание привлекательного внешнего и внутреннего имиджа
		Маркетинг как инструмент корпоративной коммуникации	Создание эмоциональных и психологических ассоциаций бизнес-структур с территорией
Стадия цифрового маркетинга территорий	2010–2019	Цифровой брендинг территорий	Создание, продвижение локальных продуктов и услуг, а также территории в целом с использованием цифровых технологий, а также формирование и продвижение виртуального потенциала территории с целью повышения конкурентоспособности ее реального потенциала
	С 2020 по настоящее время	Digital-брендинг и маркетинг O2O	Распространение общей, многоцелевой информации для создания определенного имиджа территории в расчете на случайное появление спонсоров, инвесторов, туристов и т. п. Пропаганда, PR, реклама и информирование с использованием IT- и психотехнологий для целевого использования, рассчитанного на неслучайного потребителя-пользователя

Начиная с 2020 г. фактически мир разделился на две эпохи – до COVID-19 и после. В результате мир уже не будет таким, каким был ранее, что также отражает мнение К. Шваба [18] в его докладе в Давосе в

мае 2020 г. на Всемирном экономическом форуме, где им была представлена программа «Великой перезагрузки» (The Great Reset).

Как показали исследования, целесообразно дополнить этимологизацию маркетинговых стратегий такими элементами,

как города (государства) де-факто и города-призраки (рис. 5).

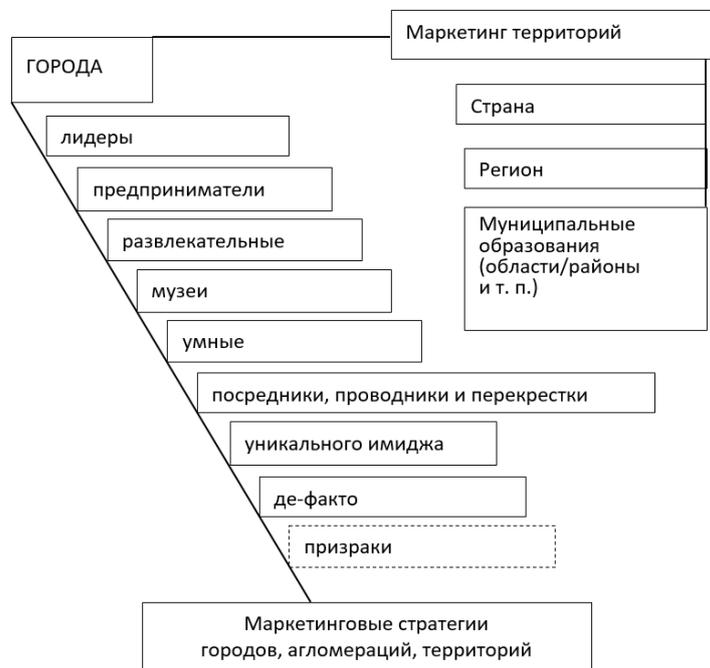


Рис. 5. Типология городов в маркетинге территорий

Таким образом, маркетинг города можно определить как управленческую деятельность, позволяющую разработать концепцию развития города на основании маркетинговых технологий, инструментов, стратегий. Такой подход направлен на

наиболее эффективное и выгодное для города в долгосрочной перспективе использование имеющихся активов и ресурсов и дополнительное привлечение их со стороны для развития города и планомерного повышения качества жизни населения.

### Список литературы

1. Бельских И. Е. Территориальные стратегии имиджа туристского бизнеса в мировой экономике // Региональная экономика. – 2009. – № 8. – С. 62–67.
2. Беляев В. И. Маркетинг территорий и преодоление депрессивного состояния регионов России // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 3 (4). – С. 69–82.
3. Визгалов Д. В. Брендинг города. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2011.
4. Визгалов Д. В. Маркетинг города. – М. : Фонд «Институт экономики города», 2008.
5. Возиянова Н. Ю., Лоза Н. Н. Теоретические основы маркетинга территорий как фактора социально-экономического развития города // Менеджер. – 2021. – № 3 (97). – С. 82–95.

6. Киев представил европейцам карту городов и регионов, которые они будут восстанавливать. – URL: <https://politobzor.net/251577-kiev-predstavil-evropejcam-kartu-gorodov-kotorye-oni-budut-vosstanavlivat.html>

7. Копейкина Е. Что такое город. – URL: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/gorod-chto-eh-to-takoe.html>

8. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / пер. с англ. под ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб., 2004.

9. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс : пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2007.

10. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб. : Стокгольмская школа экономики, 2005.

11. Кривенко А. Н. Маркетинг в управлении территориями // Актуальные вопросы экономики и управления на современном этапе развития общества : материалы Международной научно-практической интернет-конференции. – Тула, 2014. – С. 50–53.

12. Сачук Т. В. Территориальный маркетинг как фактор регионального управления: на примере Республики Карелия : дис. ... д-ра экон. наук. – СПб., 2006.

13. Системный анализ и структуры управления / под общ. ред. В. Г. Шорина. – М. : Знание, 1975.

14. Третьяков Е. А. Проблемы устойчивого развития городов // Современный город: власть, управление, экономика : сборник научных статей по материалам научно-практической конференции, 22 марта 2012 г. – Пермь : Изд-во Пермского национального исследовательского политехнического университета, 2012. – С. 328–335.

15. Фролов Д. П., Матыцин Д. Е., Шамин Ю. В., Шишков В. А. Достижения и методологические проблемы маркетинга территорий // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – № 35. – С. 38–41.

16. Черняк Ю. И. Анализ и синтез систем в экономике. – М. : Экономика, 1970.

17. Возіянова Н. Ю. Внутрішня торгівля України: теоретичний базис, моніторинг, моделі розвитку : монографія. – Донецьк : ДОННУЕТ, 2013.

18. Schwab K., Malleret T. COVID-19: The Great Reset. – URL: [https://archive.org/details/covid-19-the-great-reset-schwab-e-malleret-2020\\_202109/mode/2up](https://archive.org/details/covid-19-the-great-reset-schwab-e-malleret-2020_202109/mode/2up)

19. Wooley H. Town Centre Management Awareness: an Aid to Developing Young People's Citizenship // Cities. – 2000. – Vol. 17 (6). – P. 453–459.

## References

1. Belskikh I. E. Territorialnye strategii imidzha turistskogo biznesa v mirovoy ekonomike [Territorial Strategies of Tourist Business Image in Global Economy]. *Regionalnaya ekonomika* [Regional Economy], 2009, No. 8, pp. 62–67. (In Russ.).

2. Belyaev V. I. Marketing territoriy i preodolenie depressivnogo sostoyaniya regionov Rossii [Territory Marketing and Overcoming Depression of Russian Regions]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Tomsk State University], 2008, No. 3 (4), pp. 69–82. (In Russ.).

3. Vizgalov D. V. Brending goroda [City Branding]. Moscow, the Foundation 'Institution of City Economics', 2011. (In Russ.).

4. Vizgalov D. V. Marketing goroda [City Marketing]. Moscow, the Foundation 'Institution of City Economics', 2008. (In Russ.).
5. Voziyanova N. Yu., Loza N. N. Teoreticheskie osnovy marketinga territoriy kak faktora sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya goroda [Theoretical Foundations of Territory Marketing as Factor of Social and Economic City Development]. *Menedzher* [Manager], 2021, No. 3 (97), pp. 82–95. (In Russ.).
6. Kiev predstavil evropeytсам kartu gorodov i regionov, kotorye oni budut vosstanavlivat [Kiev Submitted to European Countries a Map of Cities and Regions, which they Should Restore]. (In Russ.). Available at: <https://politobzor.net/251577-kiev-predstavil-evropejcam-kartu-gorodov-kotorye-oni-budut-vosstanavlivat.html>
7. Kopeykina E. Chto takoe gorod [What is a City?]. (In Russ.). Available at: <https://ktonanovenkogo.ru/voprosy-i-otvety/gorod-chto-eh-to-takoe.html>
8. Kotler F. Marketing menedzhment. Ekspress-kurs [Marketing Management. Express-Course], translated from English, edited by Yu. N. Kapturevskiy. Saint Petersburg, 2004. (In Russ.).
9. Kotler F. Osnovy marketinga. Kratkiy kurs [Fundamentals of Marketing. Short Course], translated from English. Moscow, Izdatelskiy dom «Vilyams», 2007. (In Russ.).
10. Kotler F., Asplund K., Reyn I., Khayder D. Marketing mest. Privlechenie investitsiy, predpriyatiy, zhiteley i turistov v goroda, kommuny, regiony i strany Evropy [Marketing of Places. Attracting Investment, Enterprises, Dwellers and Tourists to Cities, Communes, Regions and Countries of Europe]. Saint Petersburg, the Stockholm Business School, 2005. (In Russ.).
11. Krivenko A. N. Marketing v upravlenii territoriyami [Marketing in Territory Management]. *Aktualnye voprosy ekonomiki i upravleniya na sovremennom etape razvitiya obshchestva: materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferentsii* [Acute Issues of Economics and Management on the Current Stage of Development: materials of the International Intertnet-Conference]. Tula, 2014, pp. 50–53. (In Russ.).
12. Sachuk T. V. Territorialnyy marketing kak faktor regionalnogo upravleniya: na primere Respubliki Kareliya. Diss. dokt. ekon. nauk [Territorial Marketing as Factor of Regional Management: illustrated by the Republic of Karelia. Dr. econ. sci. diss.]. Saint Petersburg, 2006. (In Russ.).
13. Sistemnyy analiz i struktury upravleniya [System Analysis and Management Structures], edited by V. G. Shorin. Moscow, Znanie, 1975. (In Russ.).
14. Tretyakov E. A. Problemy ustoychivogo razvitiya gorodov [Problems of Sustainable Development of Cities]. *Sovremennyy gorod: vlast, upravlenie, ekonomika, sbornik nauchnykh statey po materialam nauchno-prakticheskoy konferentsii, 22 marta 2012 g.* [Present Day City: Power, Governance, Economy: collection of academic articles on materials of the Conference, March 22, 2012]. Perm, Publishing House of the National Research Polytechnic University, 2012, pp. 328–335. (In Russ.).
15. Frolov D. P., Matytsin D. E., Shamin Yu. V., Shishkov V. A. Dostizheniya i metodologicheskie problemy marketinga territoriy [Achievements and Methodological Problems of Territory Marketing]. *Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika* [Regional Economics: Theory and Practice], 2011, No. 35, pp. 38–41. (In Russ.).
16. Chernyak Yu. I. Analiz i sintez sistem v ekonomike [Analysis and Synthesis of Systems in Economics]. Moscow, Ekonomika, 1970. (In Russ.).
17. Возіянова Н. Ю. Внутрішня торгівля України: теоретичний базис, моніторинг, моделі розвитку, монографія. Донецьк, ДОННУЕТ, 2013. (In Ukrainian).

18. Schwab K., Malleret T. COVID-19: The Great Reset. Available at: [https://archive.org/details/covid-19-the-great-reset-schwab-e-malleret-2020\\_202109/mode/2up](https://archive.org/details/covid-19-the-great-reset-schwab-e-malleret-2020_202109/mode/2up)
19. Wooley H. Town Centre Management Awareness: an Aid to Developing Young People's Citizenship. *Cities*, 2000, Vol. 17 (6), pp. 453–459.

### Сведения об авторах

#### **Елена Михайловна Азарян**

доктор экономических наук,  
профессор, проректор по научной работе,  
заведующая кафедрой маркетинга  
и торгового дела ДОННУЭТ.

Адрес: ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»,  
Донецкая Народная Республика,  
83050, Донецк,  
ул. Щорса, д. 31.  
E-mail: azaryan.yelenamikhaylovna@bk.ru

#### **Дмитрий Эдуардович Возиянов**

кандидат экономических наук, доцент  
кафедры маркетинга и торгового дела  
ДОННУЭТ.

Адрес: ГО ВПО «Донецкий национальный  
университет экономики и торговли  
имени Михаила Туган-Барановского»,  
Донецкая Народная Республика,  
83050, Донецк,  
ул. Щорса, д. 31.  
E-mail: nagasadoo@gmail.com

#### **Антон Николаевич Бекетов**

старший преподаватель кафедры маркетинга  
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова»,  
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: Beketov.AN@rea.ru

#### **Венера Ахметшаевна Кадерова**

старший преподаватель кафедры маркетинга  
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова»,  
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: Kaderova.VA@rea.ru

### Information about the authors

#### **Elena M. Azaryan**

Doctor of Economics, Professor,  
Vice-Rector for Research, Head  
of the Department for Marketing and Trade  
of the DONNUET.

Address: State Organization of Higher  
Professional Education «Donetsk National  
University of Economics and Trade Named  
after Mikhail Tugan-Baranovskiy»,  
31 Shchors Str., Donetsk, 83050,  
Donetsk People's Republic.  
E-mail: azaryan.yelenamikhaylovna@bk.ru

#### **Dmitry E. Voziyarov**

PhD, Assistant Professor  
of the Department for Marketing and Trade  
of the DONNUET.

Address: State Organization of Higher  
Professional Education «Donetsk National  
University of Economics and Trade Named  
after Mikhail Tugan-Baranovskiy»,  
31 Shchors Str., Donetsk, 83050,  
Donetsk People's Republic.  
E-mail: nagasadoo@gmail.com

#### **Anton N. Beketov**

Senior Lecturer of the Department  
for Marketing of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: Beketov.AN@rea.ru

#### **Venera A. Kaderova**

Senior Lecturer of the Department  
for Marketing of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: Kaderova.VA@rea.ru



## ФОРМИРОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА ДЛЯ КОМПАНИИ В СФЕРЕ HORECA (МЕТОДИКА, ИССЛЕДОВАНИЕ, РЕЗУЛЬТАТ)

**И. В. Щепетова**

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,  
Москва, Россия

В статье представлена методика агентства Marketing story и автора статьи, которая содержит алгоритм разработки платформы бренда для перспективного проекта компании в сфере horeca. Необходимо уточнение понятия термина «платформа бренда» для сферы услуг и системы общественного питания, определить задачи и функции использования платформы бренда для формирования и поддержания конкурентных преимуществ и продвижения новой компании на целевом рынке в Москве, который характеризуется как сложный и высококонкурентный, что обосновывает необходимость тщательного исследования источников конкурентного преимущества нового проекта, меняющихся запросов потребителей и сути предлагаемой рынку ценности. Для обоснования концепции платформы бренда предлагается схема запуска нового проекта компании на рынок, в которой основная роль отводится этапам исследования и целеполагания, что также дает основу для разработки платформы бренда. Она рассматривается как идеологическая основа бизнеса компании с целью формирования и донесения ценности до потребителя. Платформа бренда новой компании помогает разработать программу маркетинга, в которой детально и обоснованно планируются и реализуются мероприятия по элементам комплекса маркетинга, что обеспечивает успешность запуска нового проекта в сфере horeca на высококонкурентный рынок города Москвы.

*Ключевые слова:* платформа, бренд, идентичность, ценности, маркетинг, потребитель, миссия, позиционирование, фирменный стиль, архетип, барьеры.

## BUILDING BRAND PLATFORM FOR THE COMPANY IN HORECA SPHERE (METHODOLOGY, RESEARCH, RESULT)

**Inna V. Shchepetova**

Plekhanov Russian University of Economics,  
Moscow, Russia

The article presents methodology of the Marketing story agency and the author, which includes the algorithm for building brand platform for the promising project of the company in the horeca sphere. It is necessary to specify the notion of the term 'brand platform' for the sphere of services and public catering, to identify tasks and functions of using the brand platform in order to shape and maintain competitive advantages and promote the new company on the target market in Moscow. It is characterized as complicated and highly competitive, which explains the need to research thoroughly the sources of competitive advantages of the new project, changing customer requests and the essence of value offered to the market. To substantiate the concept of the brand platform the author proposes a scheme of company new project launch to the market, where the principle role is paid by stages of the research and goal-setting and it can also provide a basis for developing the brand platform. It is considered to form an ideological foundation of company business aimed at shaping and delivering value to customer. The brand platform of a new company can help elaborate a marketing program, which plans in detail and implements steps by elements of the marketing complex and could provide success for new project launch in horeca sphere on highly competitive market of Moscow.

*Keywords:* platform, brand, identity, values, marketing, customer, mission, positioning, firm style, archetype, barriers.

## Введение

Складывающееся в последнее время непростое положение в экономике и социальной системе России вынуждает компании из всех отраслей тщательно продумывать концепции создаваемых продуктов и услуг, искать новые подходы, которые бы минимизировали их риски и открывали дополнительные возможности. Интересом исследований стала сфера *horeca* (происходит от первых двух букв в словах *Hotel, Restaurant, Cafe/Catering*: отель – ресторан – кафе/кейтеринг), или рынок общественного питания (в традиционном, не онлайн-формате, хотя развивающийся быстрыми темпами рынок доставки готовой еды из известных заведений нельзя не принимать во внимание).

По официальным данным, на 1 января 2020 г., в Москве было зарегистрировано 9 999 баров, ресторанов, кафе и других предприятий общественного питания. Общее количество посадочных мест в этих заведениях составляло 490 159 [11]. В сравнении с ситуацией 2019 г. оборот предприятий общепита в 2021 г. сократился на 4,4%. Изменились предпочтения потребителей, которые чаще ходят в рестораны быстрого питания: частота посещений увеличилась с 3 до 4 раз в месяц. В то же время частота посещений других форматов ресторанов осталась на том же уровне, как во время пандемии: 2,9 раз в месяц [13]. В 2021 г. рынок общественного питания вернулся на допандемийный уровень и достиг 2,65 трлн рублей (+23% к 2020 г.). По мнению аналитиков, восстановлению способствовали рост альтернативных форматов заведений, рост доставки готовой еды, открытие новых форматов. Это подтверждает то, что рынок является высококонкурентным, формируя новые вызовы для вновь вводимых проектов и их разработчиков. После февраля 2022 г. ситуация еще больше осложнилась. Санкции, рост цен, уход с рынка многих поставщиков, ограничения импорта – все это заставляет и консультантов, и владельцев бизнеса задуматься. Вместе с тем большинство экспер-

тов, открыто говоря о сложностях, которые переживает рынок общественного питания, все же смотрят на будущее довольно оптимистично и предполагают, что рынок будет видоизменяться, но выживет.

Такие драматические изменения на рынке заставляют консультантов и исследователей, которые занимаются разработкой новых концепций заведений, пересматривать возможные методы и технологии маркетинга при проведении исследований на этапах до разработки концепции и во время запуска, а также осуществлять сопровождение запуска и работы заведения после выхода на рынок. Важнейшая роль отводится маркетингу и брендингу нового проекта, при этом формирование и продвижение бренда основано на теоретико-методических подходах, тщательном изучении положительных примеров из международной и отечественной практики и, разумеется, исходит из адаптации всего инструментария к текущим обстоятельствам внешней среды.

Прежде чем приступить к описанию концепции нового проекта предприятия в сфере *horeca*, а также к определению целей и проведению исследования, предваряющего разработку платформы бренда нового проекта как его идеологической основы и маркетинговой стратегии, следует определиться с определением «платформа бренда».

В научной литературе по брендингу, предлагающей к рассмотрению различные модели создания концепции, ученые называют платформу бренда *разработкой идентичности бренда*. Термин «идентичность» является языковой калькой с английского языка. Слово *identity* происходит от позднелатинского *identicus*, что означает «тождественный, одинаковый» [3].

Метафора идентичности бренда, по мнению Н. Н. Литвинова, имеет несколько дефиниций:

«1) стратегическая концепция персоналии бренда, его внешнее выражение, совокупность его идентификаторов; отражение уникальных для бренда характеристик,

которые мотивируют покупателя; играет ключевую роль в процессе узнавания бренда потребителями; формирует его неповторимость; является главным элементом мотивационной вертикали бренд-менеджмента, участвующим в формировании модели и имиджа бренда;

2) то, что бренд представляет собой в восприятии потребителей или по замыслу его разработчиков» [9. – С. 340].

Рассмотрим более детально разнообразие моделей идентичности бренда.

У термина «бренд» существует множество определений и в научной, и в бизнес-литературе. Более того, с течением времени смысл, заложенный в данный термин, претерпевает у ключевых экспертов маркетинга изменения, сопряженные с модификацией всей маркетинговой парадигмы и области применения данной науки. Так, легендарный гуру маркетинга профессор Ф. Котлер приводит такое определение: бренд – «это имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного продавца или группы продавцов и дифференциации их от товаров и услуг конкурентов» [7. – С. 247]. Позже он уточняет понятие следующим образом: «бренд – это сложное понятие, которое может выражать шесть значений: 1) атрибуты, 2) выгоды, 3) ценности, 4) культура, 5) индивидуальность, 6) пользователь» [7. – С. 249]. Представляется, что второе определение Филипа Котлера термина «бренд» особенно интересно в фокусе настоящего исследования, поскольку при проектировании платформы бренда особое внимание было уделено *ценностям и выгодам, которые формируются в сознании потребителей о бренде.*

Слово «платформа» (фр. *Plateforme* от «плоский» + *forme* «форма») имеет множество значений в зависимости от сферы применения. Применительно к процессу разработки концепции бренда термин понимается как производный вариант от следующей версии: платформа – «это совокупность основных компонентов, набор

комплекующих, типовые конструктивные и технологические решения, применяемое оборудование в конструкции автомобиля»<sup>1</sup>, что позволяет нам предложить уточнение этого термина в следующей трактовке: платформа бренда – это совокупность основных компонентов, маркетинговых инструментов и решений, которые ложатся в основу целостной, уникальной концепции и идеологии торговой марки, что помогает отстроиться от конкурентов, формировать желаемую позицию и имидж на целевом рынке и донести ценности бренда до потребителя и других контактных аудиторий.

### **Основные этапы разработки и запуска нового проекта в сфере horeca на рынке города Москвы**

Разработка концепции и запуск нового проекта на столь сложном, разнообразном и высококонкурентном рынке – задача невероятно сложная. Необходимо определить идеологию и идентичность проекта, его основные отличительные преимущества, которые при правильном управлении превращаются в конкурентные преимущества. Продумывание и реализацию всех этапов по разработке концепции проекта, определению целей (целеполагание), проведению исследований, разработке бренда, представлению проекта на рынок, продвижению основных преимуществ его целевой аудитории можно представить в виде особого алгоритма, который состоит из последовательных и параллельных шагов (этапов). Приоритизация этапов в сложившихся условиях также чрезвычайно важна. Поэтому на первом этапе оценки идей нового проекта (бренда) следует провести тщательный анализ представленных на рынке компаний, что действительно ценного уже предлагается на рынке, какого качества, каковы интересы, предпочтения, ожидания потребителей, какого уровня клиентский опыт у представителей целевой аудитории сегодня есть, как он

<sup>1</sup> URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Платформа> (дата обращения: 23.10.2022).

изменяется под воздействием текущих условий. Любая идея, концепция нового предприятия должна быть тщательно продумана не только потому, что необходимо уловить запросы рынка, потребителя, но и для того, чтобы было понятно, какими ресурсами компания обладает, как следует организовать бизнес-процессы по реализа-

ции проекта, чтобы получить и умножить синергетический эффект и обеспечить устойчивое положение компании. Все это обуславливает общую схему работ и последовательность этапов по разработке нового проекта (его концепции, брендинга, маркетинговой программы) и вывода его на рынок (рис. 1).



Рис. 1. Последовательность шагов при создании нового проекта и место платформы бренда в ней

В представленном алгоритме этап формирования платформы бренда стоит третьим в общей логике действий. Для полноты понимания, какая собранная и проанализированная информация требуется раз-

работчикам для формирования платформы бренда, опишем виды работ и действия на этапах *исследования* и *целеполагания и стратегии* (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

**Детализация видов работ и действий на этапах исследования и целеполагания и стратегии**

Этап 1. Исследование: виды работ и действий	Этап 2. Целеполагание и стратегия: виды работ и действий
1. <i>Анализ рынка horeca в целом</i> : объем рынка, динамика спроса, конкурентная ситуация, влияние факторов внешней среды. 2. <i>Выявление основных трендов</i> : социально-экономические факторы, стиль жизни, потребительское поведение. 3. <i>Конкурентный анализ</i> : определение основных субъектов рынка, характеристик целевых сегментов потребителей, уникального торгового предложения, маркетинговой активности. 4. <i>Анализ возможной локации нового проекта</i> : преимущества, соответствие ожиданиям клиентов, слабые места, возможные проблемы и риски. 5. <i>Качественные исследования потребителей</i> : глубинные интервью, фокус-группы, этнография и наблюдения. 6. <i>Количественные исследования потребителей</i> : анкетирование. 7. <i>Сегментация целевой аудитории</i> : социально-демографические и поведенческие характеристики, мотивы, паттерны, триггеры	1. <i>Выбор, формулировка и детализация стратегии бренда</i> как способа достижения поставленных целей. 2. <i>Определение количественных целей вывода нового бренда на рынок</i> : коэффициент проникновения на рынок, уровень маржинальности и чистой доходности, количество точек продаж. 3. <i>Определение качественных целей вывода нового бренда на рынок</i> : восприятие продуктов и услуг бренда потребителем

Следует подчеркнуть, что разработку платформы бренда конкурентоспособного проекта на рынке horeca следует начинать только после тщательно проведенных исследований. Соблюдение предлагаемой последовательности напрямую влияет на качество формируемого предложения и будущей жизнеспособности новой торговой марки.

### Обзор моделей идентичности бренда

В научной литературе встречается множество подходов к формированию моделей идентичности бренда. Следует отметить вклад таких авторов, как Д. Аакер, Э. Йохимштайлер, Т. Амблер, Г. Л. Багиев, Ю. А. Бичун, П. Дойль, Ж.-Н. Капферер, К. Келлер, Ф. Котлер, В. Пферч, С. Кумбер, Ж.-Ж. Ламбен, М. О. Макашев, А. Симонсон, Л. де Чернатони, Б. Шмит, Е. А. Рудой и др. В табл. 2 представлен перечень и состав самых популярных в научном и бизнес-сообществе моделей идентичности бренда.

Анализ моделей идентичности бренда позволяет сделать следующие выводы:

1. Изучаемые модели идентичности бренда могут быть адаптированы под конкретный рынок и его специфику путем модификации состава его элементов. Об этом в своем исследовании «Восприятие бренда университета в контексте модели «Колесо бренда» отмечают Л. М. Капустина, Е. А. Жадько, Н. Б. Изакова, предлагая авторскую методику построения платформы бренда для вузов на основе компиляции модели 4D брендинга Т. Гэда и модели «Колесо бренда» [4].

2. Практически все модели идентичности бренда содержат *одинаковые структурные элементы* (ценности, индивидуальность, суть бренда), хотя их важность и место в представлении модели идентичности могут отличаться.

3. Авторы моделей идентичности бренда разрабатывают и применяют модели в соответствии с особенностями рынка, текущей социально-экономической ситуацией на рынке, где присутствует бренд.

Эти условия внешней среды определенного рынка *изменяют фокус всей маркетинговой деятельности*. Ф. Котлер, представляя собственное видение классификации этапов (эпох) развития маркетинга на разных этапах развития экономики, отмечает, что в эпоху *маркетинга 1.0* основной фокус маркетологов был направлен на продукт, его составляющие, потребительские свойства, качество. Этап (эпоха) *маркетинга 2.0* смещает фокус маркетинговой деятельности (и бизнеса в целом) на потребителя, его предпочтения, мотивации, ожидания, осведомленность, от чего зависят спрос и удовлетворенность от приобретения и владения продуктом. Этап (эпоха) *маркетинга 3.0* (основной фокус маркетинга) – это ориентация на ценности потребителя, на его выгоды от получения продукта, что должно быть в контексте ценностного подхода. Этап *маркетинга 4.0* характеризуется сочетанием традиционного (классического) и цифрового маркетинга. Наконец, современный этап развития маркетинга, или эпоха *маркетинга 5.0*, отличается от всех этапов тем, что сегодня ключевым подходом маркетинга и других бизнес-процессов компании является ориентация на технологии следующего поколения: Smart-технологии, новые продукты и материалы, новые формы взаимодействия с потребителем и пр.

4. Рассмотренные модели идентичности бренда выполняют *ограниченный круг задач*, в частности не всегда представляют собой совокупность позиционирования и основ для формирования коммуникационной стратегии.

На современном этапе развития экономики для отдельных отраслей и компаний при разработке платформы (модели идентичности) бренда нового проекта необходимо в обязательном порядке учитывать следующие направления работы:

- продумать логику и последовательность этапов разработки идентичности (платформы) бренда;
- интегрировать (совмещать) идеологию бренда (миссию, ценности) и физиче-

скую «упаковку» бренда (фирменный стиль, атрибуты);

– продумать стратегию и тактические приемы маркетинговой (коммуникационной) деятельности для сопровождения бренда, его идентификации потребителя-

ми, дифференциации бренда от конкурентов. При этом следует не забывать различные коммуникационные приемы и сценарии при некорректном восприятии позиционирования бренда потребителями.

Т а б л и ц а 2

**Анализ структуры и содержания моделей идентичности бренда**

Авторы моделей идентичности бренда	Структура (составляющие элементы) модели идентичности бренда	Авторский комментарий к содержанию и структуре моделей идентичности бренда
Ж.-Н. Капферер [5]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Физические данные.</li> <li>• Индивидуальность.</li> <li>• Взаимоотношения.</li> <li>• Культура.</li> <li>• Отражение.</li> <li>• Самообраз.</li> <li>• Суть бренда</li> </ul>	Автор предлагает представлять идентичность бренда в виде шестигранной призмы, каждая грань которой определяет значимую отличительную особенность бренда, и все они ложатся в концепцию центральной сути бренда
Д. Аакер [1]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бренд как товар.</li> <li>• Бренд как организация.</li> <li>• Бренд как индивидуальность.</li> <li>• Бренд как символ</li> </ul>	Идентичность бренда представляется в виде системы, включающей в себя четыре аспекта бренда: бренд как товар, бренд как организация, бренд как индивидуальность, бренд как символ. В модели Аакера характерные особенности бренда изучаются на двух уровнях: стержневом (ключевая идея, суть бренда) и уровне расширенной идентичности (элементы, придающие ей структурную завершенность)
К. Келлер [6]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Позиционирование бренда.</li> <li>• Ценности бренда.</li> <li>• Коды бренда</li> </ul>	Коды бренда близки к понятию его сущности, наиболее важными признаются элементы позиционирования и ценностей бренда
Л. де Чернатони [14]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Атрибуты бренда.</li> <li>• Выгоды.</li> <li>• Эмоциональное вознаграждение.</li> <li>• Ценности.</li> <li>• Личностные качества</li> </ul>	Индивидуальность бренда создается на самом последнем этапе, когда все остальные атрибуты сформированы
Модель идентичности бренда от рекламного агентства Bates Worldwide [12]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Суть.</li> <li>• Индивидуальность.</li> <li>• Ценности.</li> <li>• Преимущества.</li> <li>• Атрибуты</li> </ul>	Бренд представляет собой набор из пяти «оболочек», вложенных одна в другую. Такое представление принято называть «Колесо бренда», что позволяет описать и систематизировать основные аспекты взаимодействия бренда с потребителем
Модель идентичности от британско-голландской корпорации Unilever Brand Key [2]	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Конкурентное окружение.</li> <li>• Целевая аудитория.</li> <li>• Детерминированные мотивы потребителей.</li> <li>• Полезность бренда.</li> <li>• Ценность и персонификация (индивидуальность) бренда.</li> <li>• Почему потребитель должен доверять бренду.</li> <li>• Определение бренда.</li> <li>• Сущность бренда</li> </ul>	Модель идентичности бренда представляет собой комбинацию коммуникационной стратегии, позиционирования и идентичности бренда
И. И. Скоробогатых, М. А. Солнцев, Ж. Б. Мусатова, А. М. Козлова, И. В. Аввакумова, А. П. Цивлин (Обслуживание потребителей : учебное пособие. – М., 2021)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сущность.</li> <li>• Личность.</li> <li>• Ценности.</li> <li>• Преимущества.</li> <li>• Атрибуты</li> </ul>	Структура бренда может быть представлена разными формами, но содержание составляющих уровней всегда одинаковое

## Структура и содержание платформы бренда

На основе проведенных исследований и анализа полученной информации предлагается следующий вариант структуры и содержания каждого элемента платформы бренда.

Предлагаемая модель построена по принципу декомпозиции и включает четыре основные составляющие (категории): предпосылки, суть бренда, упаковка и голос бренда, антипозиционирование. Каждая категория подразделяется на составляющие элементы. Всего модель содержит 15 элементов. Все категории и элементы представлены в логической последовательности, которая основывается на разных аспектах потребительского восприятия, что характеризует модель как гармоничную, понятную для разработчиков и заказчика (владельца бизнеса).

Визуализация этапов разработки модели бренда, его отличительные категории и составляющие элементы позволяют сфор-

мулировать основные задачи при построении платформы бренда:

- анализ предпосылок (отправных моментов), на основе которых был разработан бренд;
- формирование ценностного поля, в котором будет работать компания как во внутренних, так и во внешних коммуникациях;
- определение поведенческой программы бренда и его ключевых характеристик;
- формирование отличительных преимуществ для дифференциации бренда от конкурентов;
- подбор кода для бренд-коммуникаций;
- формирование типовых сценариев для преодоления ситуаций неверного (нежелательного) для консультантов и заказчиков восприятия бренда потребителями.

Предлагаемая автором модель разработки платформы бренда в сфере horeca представлена на рис. 2.

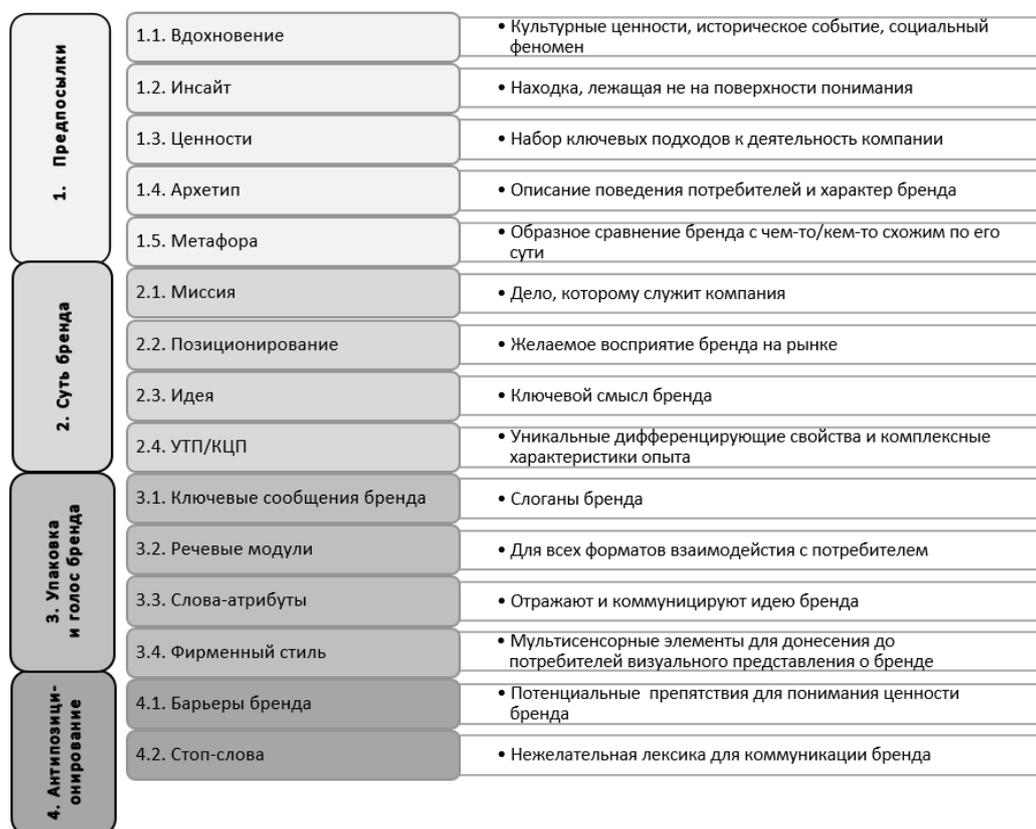


Рис. 2. Модель платформы бренда нового проекта компании в сфере horeca

Предлагаемый подход формирования платформы бренда рассматривается на примере ресторана греческой кухни «Все есть», который планируется открыть в Москве на территории парка ВДНХ в 2023 г.

### Этап (категория) 1. ПРЕДПОСЫЛКИ

#### 1.1. Вдохновение

В начале разработки платформы бренда для ресторана греческой кухни был проведен анализ особенностей застольной культуры в Греции и России, найдены общие моменты и отличия. Результаты анализа представлены на рис. 3.

Греция – колыбель мирового гастрономического опыта. Само название науки «гастрономия» происходит от греческого γαστρ(ο) (желудок) и νόμος (закон, обычай)	В России культура пиршеств была схожа с греческой
Культ еды в Греции был тесно связан с дипломатией: за приемами пищи греки обсуждали важные дела, пир организовывался для встреч делегации; во время пиров также почитали олимпийских богов	Двойственное восприятие пиров в России: сложный к организации ритуал и одновременно повод, чтобы высказать уважение гостю. Чем более уважаем был гость, тем богаче было застолье
<b>Точки соприкосновения двух культур – гостеприимство, любовь к гастрономическому опыту, выражение уважения гостю через предложение хорошо накрытого стола с разнообразными блюдами</b>	

Рис. 3. Особенности отношения к застольной культуре в Греции и России

#### 1.2. Инсайт

Консультанты, опираясь на исследования и полученные данные, выделяли три составляющие элемента для последующей

работы по формированию платформы бренда (рис. 4).

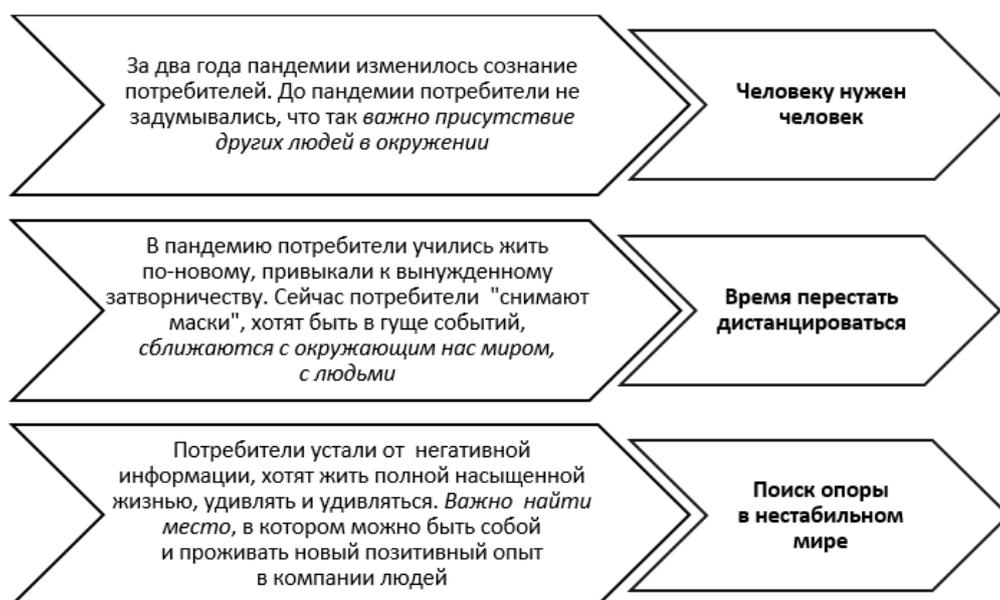


Рис. 4. Модель платформы бренда

### 1.3. Ценности

Ценности компании в настоящее время – это не только информация и правила работы для сотрудников и узкого круга управленцев, для back-офиса. В настоящее время ценности компании и ценности потребителя должны находить точки соприкосновения для донесения информации до потребителей, что компания разделяет присущие потребителю ценности. Это, разумеется, должно быть отражено в коммуникационных сообщениях бренда. Поэтому для платформы бренда проекта сферы horeca «Все есть» были зафиксированы следующие ценности и коммуницирующие их рекламные сообщения:

**УДОВОЛЬСТВИЕ:** наслаждение всем, что есть;

**ВПЕЧАТЛЕНИЕ:** эмоции разрешаются;

**ГОСТЕПРИИМСТВО:** здесь будете чувствовать взаимность;

**ПОДДЕРЖКА:** мы всегда рядом, чтобы помочь.

### 1.4. Архетип

В рамках школы архетипической психологии Дж. Хиллмана произошло отождествление архетипов человека с архетипическими образами, происходит сближение архетипа с понятием *психологического типа*. Типология архетипов К. Пирсон возникла именно в рамках школы архетипической психологии [8]. В своей книге

«Герой и бунтарь: создание бренда с помощью архетипов» М. Марк и К. Пирсон спроецировали данные исследования на науку маркетинга, подчеркивая, что архетипы «обеспечивают недостающее звено между мотивацией клиента и продажей товара. Практически все маркетологи знают, что их работа требует понимания человеческих мотивов. Однако до сих пор не существовало научного метода, позволяющего связать глубинную мотивацию потребителей со значением продукта. Недостающее звено как раз заключается в понимании архетипов. Архетипическая индивидуальность продукта прямо обращается к глубокому образу, запечатленному в глубинах психики, пробуждая ощущение осознания и осмысления чего-то знакомого и значимого» [10. – С. 49].

Для формирования платформы бренда проекта «Все есть» разработчики предложили комбинацию из двух архетипов – «Хранитель/Родитель» и «Любовник/Эстет» – в связи с совмещением в одном заведении общественного питания сразу двух операционных форматов: быстро и ресторан. В табл. 3 представлены описание типичного поведения для представителей каждого архетипа, а также характеристики бренда, воспринимаемые потребителями с выбранными архетипами.

Т а б л и ц а 3

Описание архетипов проекта «Все есть»\*

Архетип	
Хранитель/Родитель	Любовник/Эстет
<p>Это альтруист, которым движет сочувствие, щедрость и желание помогать окружающим.</p> <p>Ошибочно думать, что забота нужна только детям и пожилым. Благополучие (воспринимаемое благополучие) основывается на понимании той постоянной заботы, которая может быть не видна явно в условиях современной жизни, но потребители знают, что она есть где-то на заднем плане жизни</p>	<p>Любовник/Эстет хочет, чтобы вы знали, что вы один из его лучших друзей, что вы по-настоящему хорошо знаете его и что он особенно важен для вас.</p> <p>Любовник/Эстет может быть архетипом компании друзей, чувствующих, что они по-настоящему знают друг друга</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продукт <i>безопасен, полезен и универсален</i> (отсутствуют ярко выраженные контрастные вкусы, насыщенные ненатуральные цвета).</li> <li>• <i>Доступен широкому кругу потребителей</i> (знакомые рецепты, ингредиенты, хиты кухонь мира, блюда на компанию).</li> <li>• <i>Ценовой сегмент</i> – низкий и средний (гибкая ценовая политика).</li> <li>• Подходит для различных ситуаций потребления.</li> <li>• Связан с темами «Семья» / «Компания друзей» / «Дети»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Продукт <i>эстетичен</i>, доставляет удовольствие, может удивлять (нестандартные подачи, новые прочтения блюд, альтернативы привычных блюд).</li> <li>• <i>Понятен широкому кругу</i> (знакомые рецепты, ингредиенты).</li> <li>• <i>Ценовой сегмент</i> – средний и чуть выше среднего (доступная ценовая политика).</li> <li>• Уместен и как для <i>ежедневного потребления</i>, так и <i>особенных праздничных случаев</i></li> </ul>

\* Источник: Marketing Story. Развитие проектов индустрии гостеприимства. – URL: <https://marketingstory.ru/>

### 1.5. Метафора

Это заключительный элемент в первой категории платформы бренда «Предпосылки». Он является вспомогательным инструментом для достижения более четкого понимания, какой образ бренда мы создаем. В этой связи предлагается следующее определение понятия: *метафора бренда* –

некое сравнение проекта с предметом, событием или явлением, имеющими связь с его сутью.

На рис. 5 представлен процесс описания метафоры бренда в текстовом варианте, а на рис. 6 показано, как идея была реализована в графическом исполнении (в основу реализации легла тематика аутентичного греческого стиля выкладки декоративной плитки).

*Калейдоскоп* – оптический прибор-игрушка с возможностью создавать одним движением яркие симметричные картинки.

В переносном смысле – быстрая смена явлений, лиц, событий.

Как в настоящем *калейдоскопе*, в ресторане и бистро «Все есть» эмоции и чувства **складываются в одну яркую картинку**. Глядя на нее, хочется чувствовать, проживать момент и делиться им с окружающими.

В этой **дружелюбной яркости, эмоциональности** ты никогда **не будешь одинок**.

Ты можешь быть любим, но всегда останешься **желанным гостем**

Рис. 5. Текстовое описание метафоры проекта «Все есть»

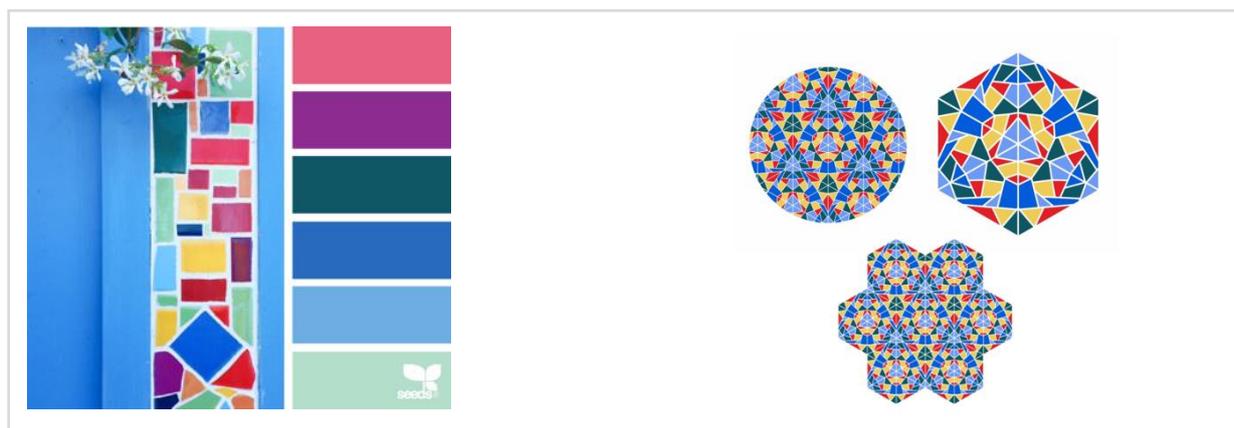


Рис. 6. Графическое представление метафоры проекта «Все есть»

## Этап (категория) 2. СУТЬ БРЕНДА

### 2.1. Миссия

Формулирование миссии – это первый элемент второй категории в модели идентичности бренда. Миссия является генеральным манифестом компании, который она заявляет, выходя на рынок, помогая

потребителю понять главную идею, заложенную в основу нового бренда.

На рис. 7 представлена миссия, сформулированная для нового проекта сферы horeca «Все есть».

«Все есть» каждый день открывает двери, чтобы сделать пребывание людей в парке ВДНХ интереснее и ярче

Рис. 7. Сформулированная миссия бренда «Все есть»

## 2.2. Позиционирование

Позиционирование бренда в маркетинге – это оценочная категория, или то, как воспринимается бренд потребителями, какое место в сознании потребителей (текущих и потенциальных) бренд занимает по сравнению с конкурентами. Но для того, чтобы это восприятие было сформировано, необходимо заложить в основу позиционирования некоторые основные важные моменты:

– придать рекламным сообщениям такой функционал, чтобы стиль их подачи отражал релевантный TOV (*tone of voice* – голос/язык бренда);

– заявить о том, что проект будет представлен в доступном для потребителей сегменте по цене;

– подчеркнуть разнообразие, которое предлагается потребителям при посещении заведения: комбинация сразу двух форматов – бистро и ресторана;

– проинформировать потребителя о главной гастрономической линии проекта;

– отразить в коммуникационном сообщении те эмоции, которые потребитель получит при контакте с брендом.

На рис. 8 отражены результаты работы по позиционированию бренда.

**«Все есть»** – единство формата **демократичного бистро** и городского **ресторана** с греческой и русской кухней.

Это новый гастрономический опыт в сопровождении **ненавязчивых фактов о греческой кухне**.

**«Все есть»** – греческий островок в центре московского парка, создающий настоящий **калейдоскоп впечатлений от еды и общения** и наполняющий мир **солнцем в любое время года**

Рис. 8. Позиционирование проекта «Все есть»

## 2.4. УТП/КЦП

Суть современного маркетинга заключается в понимании того, что основой устойчивого положения на рынке становится то, что производители предлагают на рынок не только продукт (его физические, технические свойства), но и его обрамление в виде услуг, бренда, основываясь на теоретической модели мультиатрибутивного товара, предложенной Т. Левитом [17] и развитой Ф. Котлером [16], т. е. представление любого продукта в виде связанных между собой потребительских, физических, технических свойств и атрибутов, которые в совокупности дают потребителю искомую ценность. Именно это понимание и приводит к необходимости разработки и реализации *стратегии сервитизации* (или расширения комплекса услуг, которые могут быть предложены сами по себе либо будут интегрированы в

комплексное предложение с физическим продуктом). Тем самым компании предлагают *комплексное интегрированное ценностное предложение* (КЦП или КИЦП), включая процессы обслуживания потребителей, которые будут организованы лучше, чем у конкурентов.

КЦП (Complex Value Proposition) – это ясное и простое изложение преимуществ, которые потребители получают при покупке продукта или услуги. Наличие такой услуги определяет ценность компании на рынке, что дает ей конкурентное преимущество – отличие от других брендов.

Несмотря на свою очевидную актуальность, КЦП формируется на основе УТП (уникального торгового предложения) и дополняется блоком *экстра-сервиса* – совокупностью решений, предлагаемых компанией (в основном в сегменте fine-dining) во время взаимодействия с потребителем с

целью улучшения его клиентского опыта и формирования с ним прочных, долгосрочных отношений на эмоциональном

уровне и способствующих развитию потребительской лояльности [15].

На рис. 9 представлено уникальное торговое предложение бренда «Все есть».



Рис. 9. Уникальное торговое предложение проекта «Все есть»

### **Этап (категория) 3. «УПАКОВКА И ГОЛОС БРЕНДА»**

#### *3.1. Ключевые сообщения бренда*

Под ключевыми сообщениями бренда, которые открывают блок «Упаковка и голос бренда», автор предлагает понимать основные рекламные сообщения (слоганы), четко и ясно заявляющие о зафиксированном в платформе бренда позиционировании и коммуницирующие обещанную потребительскую ценность при взаимодействии с брендом.

На основе 7-летнего опыта работы консалтингового агентства Marketing story проведены наблюдения и сделаны выводы, что в первый год жизненного цикла компаний сферы horeca такие сообщения проходят проверку на потребительское восприятие, участвуя в борьбе за право

остаться в так называемом народном сленге, тем самым формируя нужную популярность.

В связи с этим при запуске проекта были предложены сразу три ключевых сообщения бренда, готовые к коммуникации в стартовой и поддерживающей промокампаниях:

1. Счастье там, где все есть.
2. Счастье, когда все есть.
3. Место, где хранится счастье.

#### *3.4. Фирменный стиль*

При формировании фирменного стиля бренда, который сам по себе является основой для коммуникации с потребителем, предполагается, что он будет основан на коде бренда, который будет верно

расшифрован потребителем и который должен доносить заложенные в бренд ценности.

На рис. 10 представлено объяснение выбранных цветов и шрифта бренда.



Рис. 10. Расшифровка айдентики проекта «Все есть»

#### Этап (категория) 4. АНТИПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

##### 4.1. Барьеры бренда

Барьеры – это элементы, которые препятствуют корректному восприятию бренда представителями целевой аудитории. Такие ситуации возникают в силу укоренившихся стереотипов или же вследствие предыдущего негативного клиентского

опыта у потребителя, полученного при посещении подобных заведений. Нами предложены четыре потенциальных барьера восприятия бренда, с которыми он может столкнуться в первый год своего существования, а также решения по их преодолению (табл. 4).

Т а б л и ц а 4

Потенциальные барьеры восприятия проекта «Все есть»\*

Барьер	Решение
Сервис в ресторане в парке не может быть на высоком уровне	Диалог с аудиторией в социальных сетях об организации процессов, обычно не видных посетителям: интервью с шеф-поваром, мастер-классы официантов
Аутентичных блюд греческой кухни не бывает в России	Предложение дегустационных сетов, разработка книги о продукте, рассказ о традициях греческой кухни, «вкусный» копирайтинг в социальных сетях
Готовят не так быстро, как в привычном местном фастфуде	Видеоролики о клиентском опыте с фиксацией потраченного времени от момента входа в заведение до окончания трапезы (использование секундомера), отзывы гостей, включающие акцент на фактор времени обслуживания
Все заведения в туристских зонах дорогие	Удобная навигация по форматам заведения в социальных сетях и наружной рекламе. «Громкие» (настойчивые, таргетированные) акции о выгодных предложениях

\* Источник: Marketing Story. Развитие проектов индустрии гостеприимства. – URL: <https://marketingstory.ru/>

## Выводы

Создание и выведение на рынок бренда тематического заведения общественного питания – сложная и ответственная работа для специалистов в области ресторанного бизнеса и маркетинга. При реализации консалтингового проекта специалистам следует отталкиваться от теоретических моделей и подходов, концептуальной основы бренда, предложенных в своих работах экспертами маркетинга и брендинга, но адаптировать их к текущей экономической ситуации на рынке, особенностям поведения потребителей и восприятия брендов заведений общественного питания. В статье представлена апробация разработанной модели на примере проекта сферы

horeca – ресторана греческой кухни «Все есть», который планируется к запуску на территории парка развлечений ВДНХ в Москве в 2023 г. Тщательно продуманные подходы к разработке платформы бренда являются важнейшим фактором для формирования конкурентоспособного проекта. Следует отметить, что структура платформы, категории и элементы могут быть расширены или сокращены для разных компаний и продуктов. Это свидетельствует об адаптируемых к текущей ситуации на рынке моделях управления маркетингом и брендом, возможности гибких подходов к модификации бренда.

## Список литературы

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / пер. с англ. С. А. Старова и др. – 2-е изд. – М. : Изд. дом Гребенникова, 2008.
2. Длигач А. А., Писаренко Н. S-brands – путь к созданию успешного бренда // Бренд-менеджмент. – 2005. – № 3. – С. 22–37.
3. Домнин В. Н. Идентичность бренда – ключевое понятие бренд-менеджмента // Бренд-менеджмент. – 2009. – № 5. – С. 266–282.
4. Капустина Л. М., Жадько Е. А., Изакова Н. Б. Восприятие бренда университета в контексте модели «Колесо бренда» // Управленец. – 2017. – № 5 (69). – С. 50–57.
5. Капферер Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / пер. с англ. Е. В. Виноградовой. – 3-е изд. – М. : Вершина, 2006.
6. Келлер К. Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом / пер. с англ. Л. В. Герасимчук и др. – 2-е изд. – М. : Вильямс, 2005.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / пер. с англ. В. Б. Боброва. – М. : Прогресс, 1991.
8. Кошелев Д. Е., Ройтблат О. В. Место типологии архетипов Пирсон во вторичной профориентации // Образование и проблемы развития общества. – 2021. – № 4 (17). – С. 61–67.
9. Литвинов Н. Н. Бренд-культура: завоевание расположения клиента // Бренд-менеджмент. – 2007. – № 5 (36). – С. 338–343.
10. Марк М., Пирсон К. Герой и бунтарь: создание бренда с помощью архетипов / пер. с англ. И. Малковой, Д. Раевской, А. Сухенко. – СПб. : Питер, 2005. – (Маркетинг для профессионалов).
11. Рынок общественного питания Москвы. – URL: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/analytics/rynok-obshchestvennogo-pitaniya-moskvu> (дата обращения: 03.11.2022).
12. Старов С. А. Управление брендами // Маркетинг. – 2013. – № 10. – С. 98–102.
13. Фуд-ритейл в 2022 году: анализ рынка и прямых коммуникаций с клиентом. – URL: <https://retail-loyalty.org/articles/fud-reteyl-v-2022-godu-analiz-rynka-i-pryamykh-kommunikatsiy-s-klientom/> (дата обращения: 26.10.2022).

14. Чернатони Л. От видения бренда к оценке бренда. Стратегический процесс роста и усиления брендов : пер. с англ. – М. : Группа ИДТ, 2007.
15. Щепетова И. В., Скоробогатых И. И. Анализ клиентского опыта и экстра-сервис как конкурентное преимущество компании в секторе HoReCa // Практический маркетинг. – 2021. – № 11 (297). – С. 32–41.
16. Kotler P. A Generic Concept of Marketing // Marketing Management. – 1998. – N 7 (3). – С. 48.
17. Levitt T. M. The Marketing Imagination // Journal of Macromarketing. – 1985. – N 5 (1). – С. 84–85.

#### References

1. Aaker D. Sozdanie silnykh brendov [Developing Strong Brands], translated from English by S. A. Starov et al. 2nd ed. Moscow, Publishing House of Grebennikov, 2008. (In Russ.).
2. Dligach A. A., Pisarenko N. S-brands – put k sozdaniyu uspeshnogo brenda [S-Brands as Method of Developing Successful Brand]. *Brend-menedzhment* [Brand-Management], 2005, No. 3, pp. 22–37. (In Russ.).
3. Domnin V. N. Identichnost brenda – klyuchevoe ponyatie brend-menedzhmenta [Brand Identity as Key Notion of Brand-Management]. *Brend-menedzhment* [Brand-Management], 2009, No. 5, pp. 266–282. (In Russ.).
4. Kapustina L. M., Zhadko E. A., Izakova N. B. Vospriyatie brenda universiteta v spetsialnosti «Koleso brenda» [Perception of University Brand in the Context of 'Brand Wheel' Model]. *Upravlenets* [Manager], 2017, No. 5 (69), pp. 50–57. (In Russ.).
5. Kapferer Zh.-N. Brend navsegda: sozdanie, razvitie, podderzhka tsennosti brenda [Brand Forever: Development, Support of Brand Value], translated from English by E. V. Vinogradova. 3th ed. Moscow, Vershina, 2006. (In Russ.).
6. Keller K. L. Strategicheskiy brend-menedzhment: sozdanie, otsenka i upravlenie marochnym kapitalom [Strategic Brand-Management: Development, Assessment and Brand Equity Management], translated from English by L. V. Gerasimchuk et al. 2nd ed. Moscow, Vilyams, 2005. (In Russ.).
7. Kotler F. Osnovy marketinga [Marketing Principles], translated from English by V. B. Bobrov. Moscow, Progress, 1991. (In Russ.).
8. Koshelev D. E., Roytblat O. V. Mesto tipologii arkhетipov Pirson vo vtorichnoy proforientatsii [The Place of Pirson Archetypes Typology in Secondary Career Guidance]. *Obrazovanie i problemy razvitiya obshchestva* [Education and Society Development], 2021, No. 4 (17), pp. 61–67. (In Russ.).
9. Litvinov N. N. Brend-kultura: zavoevanie raspolozheniya klienta [Brand-Culture: Winning Client's Favour]. *Brend-menedzhment* [Brand-Management], 2007, No. 5 (36), pp. 338–343. (In Russ.).
10. Mark M., Pirson K. Geroy i buntar: sozdanie brenda s pomoshchyu arkhетipov [Hero and Rebel: Creating Brand by Archetypes], translated from English by I. Malkova, D. Raevskaya, A. Sukhenko. Saint Petersburg, Piter, 2005. (Marketing dlya professionalov). (In Russ.).
11. Rynok obshchestvennogo pitaniya Moskvy [Public Catering Market in Moscow]. (In Russ.). Available at: <https://corp.wtcmoscow.ru/services/international-partnership/analitics/rynok-obshchestvennogo-pitaniya-moskvy> (accessed 03.11.2022).
12. Starov S. A. Upravlenie brendami [Brand Management]. *Marketing* [Marketing], 2013, No. 10, pp. 98–102. (In Russ.).

13. Fud-reteyl v 2022 godu: analiz rynka i pryamykh kommunikatsiy s klientom [Food-Retail in 2022: Analyzing Market and Direct Communications with Customer]. (In Russ.). Available at: <https://retail-loyalty.org/articles/fud-reteyl-v-2022-godu-analiz-rynka-i-pryamykh-kommunikatsiy-s-klientom/> (accessed 26.10.2022).

14. Chernatoni L. Ot videniya brenda k otsenke brenda. Strategicheskiy protsess rosta i usileniya brendov [From Brand Vision to Brand Assessment. Strategic Process of Brand Growth and Strengthening], translated from English. Moscow, Gruppya IDT, 2007. (In Russ.).

15. Shchepetova I. V., Skorobogatykh I. I. Analiz klientskogo opyta i ekstra-servis kak konkurentnoe preimushchestvo kompanii v sektore HoReCa [Analyzing Client's Experience and Extra-Service as Competitive Advantage of the Company in HoReCa Sector]. *Prakticheskiy marketing* [Practical Marketing], 2021, No. 11 (297), pp. 32–41. (In Russ.).

16. Kotler P. A Generic Concept of Marketing. *Marketing Management*, 1998, No. 7 (3), p. 48.

17. Levitt T. M. The Marketing Imagination. *Journal of Macromarketing*, 1985, No. 5 (1), pp. 84–85.

#### Сведения об авторе

##### **Инна Викторовна Щепетова**

управляющий партнер агентства  
Marketing story, соискатель ученой степени  
кандидата экономических наук на кафедре  
маркетинга РЭУ им. Г. В. Плеханова.  
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет имени Г. В. Плеханова»,  
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.  
E-mail: korpo06@mail.ru

#### Information about the author

##### **Inna V. Shchepetova**

Managing Partner of the Agency  
Marketing story, Candidate for PhD Degree  
of the Department for Marketing  
of the PRUE.  
Address: Plekhanov Russian University  
of Economics, 36 Stremyanny Lane,  
Moscow, 117997, Russian Federation.  
E-mail: korpo06@mail.ru

## Требования, предъявляемые к статье для публикации в журнале

Представляемый материал должен быть оригинальным, не опубликованным ранее в том же виде в других печатных и электронных изданиях.

Структура статьи должна включать следующие обязательные элементы:

1. **Заглавие** статьи (должно быть коротким, отражать суть исследовательской проблемы).
2. **Инициалы и фамилию** автора(ов).
3. **Резюме** статьи (150–300 слов).
4. **Ключевые слова** (5–10 слов).
5. **Основной текст** (не более 30 тыс. знаков).
6. **Список литературы**.
7. **Сведения об авторе** (ФИО полностью, научные звания, должность, место работы и его почтовый адрес, включая почтовый индекс, научная специализация, e-mail).

Название, аннотация статьи, ключевые слова, информация об авторах даются на русском и английском языке, пристатейный библиографический список на русском языке должен быть транслитерирован латиницей и переведен на английский язык.

**Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (РЭУ им. Г. В. Плеханова)** в англоязычной версии указывать как **Plekhanov Russian University of Economics**.

**Ключевые слова** должны отражать основное содержание статьи, по возможности не повторять термины заглавия и аннотации, использовать термины из текста статьи, а также термины, определяющие предметную область и включающие другие важные понятия, которые позволят облегчить и расширить возможности нахождения статьи средствами информационно-поисковой системы.

**Авторское резюме статьи** является кратким изложением научной работы. Результаты работы описывают предельно точно и информативно. При этом отдается предпочтение новым результатам и данным долгосрочного значения, важным открытиям, выводам, которые опровергают существующие теории, а также данным, которые, по мнению автора, имеют практическое значение. В авторском резюме не должны повторяться сведения, содержащиеся в заглавии статьи.

**Основная часть** статьи должна содержать в себе теоретико-методологическую часть, в которой определяется и обосновывается выбор методов для решения поставленного вопроса или проблемы; демонстрацию количественных и качественных данных, полученных в ходе реализации указанных методов и методик; обобщение и встраивание полученных результатов в интеллектуальную историю исследуемого предмета. Статья должна быть написана языком, понятным как специалистам в данной области, так и широкому кругу читателей, заинтересованных в обсуждении темы.

**Ссылки** оформляются в основном тексте статьи путем указания в конце предложения в **квадратных скобках** порядкового номера упоминаемого произведения из списка литературы, а в случае цитаты – и номера страницы цитируемого произведения [3. – С. 5].

Текст печатается в редакторе MS Word через полтора интервала с одной стороны бумаги формата А4 шрифтом Times New Roman размером 12 пт, страницы нумеруются.

Рисунки должны иметь расширение, совместимое с MS Word. Все буквенные обозначения на рисунках необходимо пояснить в основном или подрисуночном тексте. Подписи к рисункам и заголовки таблиц обязательны. Поскольку журнал печатается в одну краску, использование цветных рисунков и графиков не рекомендуется.

В математических формулах греческие и русские буквы следует набирать прямым шрифтом, латинские – курсивом. Нумеровать необходимо только те формулы, на которые есть ссылки в последующем изложении. Нумерация формул сквозная.

После текста статьи приводятся два тождественных пронумерованных списка литературы. Один список литературы для русскоговорящих читателей оформляется в соответствии

с действующим ГОСТ Р 7.0.5–2008. Второй список (**References**) для иностранных читателей оформляется в соответствии с требованиями журналов, включенных в базу данных Scopus. Нумерация в двух списках должна полностью совпадать. Они должны быть идентичными по содержанию, но разными по оформлению.

Транслитерировать можно автоматически с помощью **translit.ru**, режим транслитерации следует выбрать LC (Library of Congress).

### *Требования к оформлению References*

#### *Описание монографии*

Gretchenko A. A., Manakhov S. V. Formirovanie nacional'noy innovacionnoy sistemy: metodologiya i mekhanizmy, monografiya [Formation of National Innovation System: Methodologies and Mechanisms, monograph]. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2012. (In Russ.).

#### *Описание статьи из журнала*

Ivanova S. V. Modal'nosti prisutstviya pryamykh inostrannykh investitsiy v rakurse teorii dogonyayushchego razvitiya [Modality of Direct Foreign Investment in View of the Catching-Up Development Theory], *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2012, No. 8 (50), pp. 25–38. (In Russ.).

#### *Описание статьи из электронного журнала*

Kontorovich A. E., Korzhubaev A. G., Eder L. V. [Forecast of global energy supply: Techniques, quantitative assessments, and practical conclusions]. *Mineral'nye resursy Rossii, Ekonomika i upravlenie*, 2006, No. 5. (In Russ.). Available at: <http://www.vipstd.ru/gim/content/view/90/278/> (accessed 22.05.2012).

#### *Описание статьи из продолжающегося издания (сборника трудов)*

Astakhov M. V., Tagantsev T. V. Eksperimental'noe issledovanie prochnosti soedineniy «stal'-kompozit» [Experimental study of the strength of joints "steel-composite"]. *Trudy MGTU «Matematicheskoe modelirovanie slozhnykh tekhnicheskikh sistem»* [Proc. of the Bauman MSTU «Mathematical Modeling of Complex Technical Systems»], 2006, No. 593, pp. 125–130. (In Russ.).

#### *Описание материалов конференций*

Shibaev S. R., Mironova A. S. Voprosy upravleniya rynkom spekulyativnogo kapitala [Managing Speculative Capital Market], *Rossiiskiy finansovyy rynek: problemy i perspektivy razvitiya : materialy Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy internet-konferencii. 23 aprelya – 11 iyunya 2012 g.* [Russian Finance Market: Problems and Prospects of Development : Materials of the International Research Internet Conference. 23 April – 11 June 2012]. Moscow, Plekhanov Russian University of Economics, 2012, pp. 137–146. (In Russ.).

#### *Описание диссертации*

Semenov V. I. Matematicheskoe modelirovanie plazmy v sisteme kompaktnyy tor. Diss. dokt. fiz.-mat. nauk [Mathematical modeling of the plasma in the compact torus. Dr. phys. and math. sci. diss.]. Moscow, 2003, 272 p. (In Russ.).

Статьи, поступающие в редакцию журнала, проходят обязательное «слепое» рецензирование. По решению редколлегии журнала статьи могут быть отправлены автору на доработку или отклонены по формальным или научным причинам (автору направляется мотивированный отказ). Вместе со статьей авторы передают в редакцию лицензионный договор и акт передачи.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Плата с аспирантов за публикацию рукописи не взимается.