



ISSN 2073-9885

Российская академия предпринимательства

ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Научно-практическое издание

Том 14, № 3, 2021

Включен в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий,
рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования
Российской Федерации

Цель журнала — служить научной площадкой для обсуждения широкого круга вопросов, связанных с эффективным развитием экономики и предпринимательства в России и за рубежом.

Задачи журнала:

- публикация результатов научных исследований и практических достижений в области экономики, финансов, менеджмента, социально-культурных аспектов предпринимательства;
- формирование тематических научных площадок для обмена мнениями, предложениями и опытом между учеными из разных регионов России и стран мира;
- содействие молодым ученым в повышении качества их публикаций;
- продвижение и индексирование опубликованных научных работ в ведущих базах цитирования.

Учредитель журнала: Автономная некоммерческая организация высшего образования «Российская академия предпринимательства» (АНО ВО «РАП»).

Издается с 2004 г.

Периодичность: 4 выпуска в год

www.pp-mag.ru

Москва
2021



ISSN 2073-9885

Russian Academy of Entrepreneurship

ENTREPRENEUR'S GUIDE

Scientific and Practical Edition

Vol. 14, No. 3, 2021

Included to the List of the reviewed scientific magazines and editions
recommended by Highest Certifying Commission
of the Ministry of Science and High Education of the Russian Federation

The purpose of the journal is to serve as a scientific platform for discussion of a wide range of issues related to the effective development of economy and entrepreneurship in Russia and abroad.

Journal's tasks:

- Publication of the results of scientific research and practical achievements in the field of economics, finance, management, socio-cultural aspects of entrepreneurship;
- Formation of thematic scientific platforms for exchange of views, proposals and experience between scientists from different regions of Russia and countries of the world;
- Assisting young scientists in improving the quality of their publications;
- Promotion and indexing of published scientific works in leading citation bases.

Founder: Non-profit organization of high education «Russian Academy of Entrepreneurship».

Published since 2004

Frequency: Quarterly

www.pp-mag.ru

Moscow
2021

Путеводитель предпринимателя Putevoditel' predprinimatel'ya

Научно-практическое издание

Главный редактор

Балабанов Владимир Семенович — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный деятель науки РФ, Президент, АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

Редакционный Совет

Башишин Владимир — PhD, профессор Паневропейского университета, Братислава, Словакия

Власов Анатолий Александрович — доктор юридических наук, профессор, действительный член Российской академии юридических наук (РАЮН), профессор Кафедры международного частного и гражданского права Московского государственного института международных отношений Министерства иностранных дел Российской Федерации (МГИМО МИД РФ), Москва, Россия

Высоцкая Наталия Владимировна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономическая теория и менеджмент» Российского университета транспорта (МИИТ), Москва, Россия

Корчагин Александр Юрьевич — доктор юридических наук, профессор, профессор кафедры криминалистики Кубанского государственного аграрного университета им. И.Т. Трубилина, Краснодар, Россия

Кошкин Виталий Исаевич — доктор экономических наук, профессор, профессор Самарского Института — Высшей школы приватизации и предпринимательства, Самара, Россия

Миллерман Александр Самуилович — доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Финансы и страхование» Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), вице-президент АО «Санкт-Петербургская Международная Товарно-сырьевая Биржа», Москва, Россия

Мысляева Ирина Николаевна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика и управление в космической отрасли» Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Сахарнов Юрий Викторович — доктор экономических наук, профессор, Президент Некоммерческого партнерства «Международная Лига производителей и потребителей», Москва, Россия

Редакционная Коллегия

Председатель Редакционной Коллегии

Балабанова Анна Владимировна — доктор экономических наук, профессор, ректор АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

Ахметов Лерик — доктор экономических наук, профессор, проректор по развитию АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

Бабенкова Светлана Юрьевна — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник Центра арабских и исламских исследований Института востоковедения РАН, Москва, Россия

Бычкова Светлана Михайловна — доктор экономических наук, профессор, Заслуженный работник высшей школы РФ, профессор кафедры «Бухгалтерский учет и аудит» ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный аграрный университет», Санкт-Петербург, Россия

Гладкова Вера Егоровна — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Финансы, кредит и страхование» АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

Журавлев Геннадий Терентьевич — доктор экономических наук, доктор философских наук, профессор, профессор кафедры «Экономическая теория, мировая экономика, менеджмент и предпринимательство» АНО ВО «Российская академия предпринимательства», Москва, Россия

Юденков Юрий Николаевич — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры государственной политики МГУ им. М.В. Ломоносова, Москва, Россия

Entrepreneur's Guide

Scientific practical edition

Editor-in-Chief

Balabanov Vladimir S. — Doctor of Science (Economics), Professor, Honored worker of Science of Russian Federation, President, Russian Academy of Entrepreneurship, Moscow, Russian Federation

Editorial Council

Bachishin Vladimir — PhD, Professor of Pan-European University, Bratislava, Slovakia
Vlasov Anatoliy A. — Doctor of Science (Jurisprudence), Professor, Member of the Russian Academy of Legal Sciences, Professor of the International Private and Civil Law Chair of the Moscow State Institute of International Relations of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation (MGIMO), Moscow, Russia

Vysotskaya Natalia V. — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of Economic Theory and management Chair of Russian University of Transport (MIIT), Moscow, Russia

Korchagin Alexander Yu. — Doctor of Science (Jurisprudence), Professor, Professor of Criminalistics Chair of I.T. Trubilina Cuban State Agrarian University, Krasnodar, Russia

Koshkin Vitaliy I. — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of the Samara Institute — Higher school of privatization and entrepreneurship, Samara, Russia

Millerman Alexander S. — Doctor of Science (Economics), Associate Professor, Professor of Finance and Insurance Chair of Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation, Vice-President of St. Petersburg International Commodity Exchange, Moscow, Russia

Myslyaeva Irina N. — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of Economics and governance in the space industry Chair of Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Sakharnov Yu. V. — Doctor of Science (Economics), Professor, President of the International League of producers and consumers, Moscow, Russia

Editorial Board

Chairman of Editorial Board

Balabanova Anna V. — Doctor of Science (Economics), Professor, Rector of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

Akhmetov Lerik — Doctor of Science (Economics), Professor, prorector of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

Babenkova Svetlana Yu. — Candidate of Science (Economics), Senior research associate of Center of the Arab and Islamic researches, Institute of Oriental Studies of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

Bychkova Svetlana M. — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of «Accounting and auditing» Chair of Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education «Saint-Petersburg State Agrarian University», Saint-Petersburg, Russia

Gladkova Vera E. — Doctor of Science (Economics), Professor, Professor of the Finance, Credit and Insurance Chair of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

Zhuravlev Gennadiy T. — Doctor of Science (Economics), Doctor of Science (Philosophy), Professor, Professor of Economic theory, world economy, management and entrepreneurship Chair of Russian academy of entrepreneurship, Moscow, Russia

Yudakov Yuriy N. — Candidate of Science (Economics), Associate Professor, Associate Professor of State Policy Chair of Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

Содержание

Цифровизация экономики

Оригинальные статьи

С. С. Молчанов

Использование SMM как эффективного инструмента
продвижения баскетбольной лиги 11

Ф. Ф. Шарипов, М. А. Дьяконова

Перспективы развития трансграничной электронной торговли
между РФ и КНР 18

Финансово–кредитные инструменты повышения качества экономического роста

Оригинальные статьи

Н. В. Москаленко, Т. Н. Шаронина, К. О. Фролова

Роль Пояснительной записки
в составе бухгалтерской финансовой отчетности 29

С. А. Пшибиева

Теоретические основы исламского банкинга
и его современное место в мировой экономике 38

Страховое дело

Оригинальные статьи

Л. А. Орланюк-Малицкая

Обязательное страхование в обеспечении страховой защиты 48

Взаимодействие государства и гражданского общества

Оригинальные статьи

С. Л. Сазанова

Сравнительный анализ кластерного и системного подходов
в управлении развитием приграничных территорий (Россия – Китай) 62

С. П. Юхачев, В. И. Меньщикова, Д. Д. Талалаев

Направления социально-экономической трансформации моногородов
(на примере г. Котовска Тамбовской области) 71

Отраслевое предпринимательство

Оригинальные статьи

К. С. Адильбаев, Д. М. Акишева, А. К. Ибраева

Формирование и проблемы развития
системы промышленного производства Казахстана
в переходный период 79

А. Р. Григорян

Поэтапный план внедрения CRM-системы
в стоматологическую клинику 86

М. И. Дли, Т. В. Какатунова

Модель оценки влияния кризисных явлений
в промышленности на региональную экономику 93

М. В. Дулясова, О. А. Иванова, Д. В. Морозов

Система стратегий управления изменениями на предприятии
по производству одноразовой посуды 106

М. В. Дулясова, Д. В. Морозов, А. В. Буданцев

Обеспечение стратегической чувствительности
научекожих промышленных предприятий 117

А. С. Путин

Рыночная позиция онлайн фитнеса на рынке
физкультурно-оздоровительных услуг 133

М. Н. Смагина, М. В. Крюкова, В. А. Комарова

Анализ и контроль кредиторской задолженности
на предприятиях малого бизнеса 143

**Социокультурные аспекты
предпринимательской деятельности**

Оригинальные статьи

Samrat Ray, Dossou Yedehou Leandre

How Entrepreneurial University Model
is changing the Indian COVID-19 Fight? 153

Е. В. Лылова

Концепция гуманизации управленческой деятельности 163

С. С. Репин

Экономическая теория:

закономерности потребительского поведения 172

Ш. А. Шовхалов

Взгляд исламской экономики на трудовые отношения 179

Content

Digitalization of economy

Original articles

S. S. Molchanov

Using SMM as an effective tool
for promoting a basketball league 11

F. F. Sharipov, M. A. Dyakonova

Prospects for the development of cross-border
electronic commerce between the Russian Federation
and the People's Republic of China 18

Financial and credit instruments of improvement the quality of economic growth

Original articles

N. V. Moskalenko, T. N. Sharonina, K. O. Frolova

The role of the Explanatory Note
in the Accounting Statements 29

S. A. Pshibieva, I. Yu. Fedorova

Theoretical foundations of Islamic banking
and its current place in the world economy 38

Insurance business

Original articles

L. A. Orlanyuk–Malitskaya

Compulsory insurance in the provision of insurance protection 48

The State and civil society Interaction

Original articles

S. L. Sazanova

Comparative analysis of cluster and system approaches
in border area development management (Russia – China) 62

S. P. Yukhachev, V. I. Menshchikova, D. D. Talalaev

Directions of socio-economic transformation of single-industry towns (on the example of the city of Kotovsk, Tambov region)	71
--	----

Industry entrepreneurship

Original articles

K. S. Adilbaev, D. M. Akisheva, A. K. Ibraeva

Formation and problems of development of the system of industrial production of Kazakhstan in the transition period	79
--	----

A. R. Grigoryan

Step-by-step plan for implementing a CRM system in a dental clinic	86
---	----

M. I. Dli, T. V. Kakatunova

Model for assessing the impact of industrial crisis on the regional economy	93
--	----

M. V. Dulyasova, O. A. Ivanova, D. V. Morozov

System of change management strategies for the enterprise producing disposable tableware	106
---	-----

M. V. Dulyasova, D. V. Morozov, A. V. Budantsev

Ensuring strategic sensitivity of knowledge-intensive industrial enterprises	117
---	-----

A. S. Putin

The market position of online fitness in the market of sports and wellness services	133
--	-----

M. N. Smagina, M. V. Kryukova, V. A. Komarova

Analysis and control of accounts payable at small business	143
--	-----

Socio-cultural aspects of entrepreneurship

Original articles

Samrat Ray, Dossou Yedehou Leandre

How Entrepreneurial University Model is changing the Indian COVID-19 Fight?	153
--	-----

E. V. Lylova

The concept of humanising management 163

S. S. Repin

Economic theory: patterns of consumer behavior 172

Sh. A. Shovkhalov

Islamic Economics' Perspective on Labor Relations 179



С. С. Молчанов

Бакалавр,

stepan.molchanov1998@mail.ru

*Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Москва, Российская Федерация*

Использование SMM как эффективного инструмента продвижения баскетбольной лиги

Аннотация: В статье раскрываются проблемы SMM-коммуникаций в баскетбольных лигах и пути их решения. Показывается стратегия продвижения Баскетбольного клуба «Стремление» и выделяются основные ошибки в развитии SMM стратегии клуба. Статья написана на основании статистических данных, полученных лично автором.

Ключевые слова: маркетинг, SMM-специалист, баскетбольная лига, компания, коммуникации.

Благодарности. Работа выполнена при поддержке кандидата экономических наук Гончаровой Натальи Юрьевны.

S. S. Molchanov

Bachelor,

stepan.molchanov1998@mail.ru

*Plekhanov Russian University of Economics,
Moscow, Russian Federation*

Using SMM as an effective tool for promoting a basketball league

Annotation: The article reveals the problems of SMM communications in basketball leagues and ways to solve them. The strategy of promoting Bq «Striving» is shown and the main mistakes in the development of the club are highlighted. Statistics of the work done are provided.

Keywords: Marketing, SMM specialist, basketball league, company, communications.

Acknowledgements. This work was supported by Natalia Yurievna Goncharova, Candidate of Economic Sciences.

Актуальной проблемой продвижения баскетбольных лиг является отсутствие стратегии или хотя бы даже плана продвижения лиги с использованием современных инструментов. Многие управленцы до сих пор не понимают, что продвижение в интернете является одним из самых быстрых и недорогих инструментов, и отсутствие адекватной реакции к требованиям современного рынка приводит к сокращению потока клиентов. [2] В России существует практика ведения социальных сетей баскетбольных лиг, таких как VTB, но любительским лигам также необходимо обратить на них пристальное внимание при условии понимания, как изменится статистика притока клиентов.

Продвижение свои социальных сетей вошло в моду достаточно давно, но не во всех сферах деятельности. В баскетболе компании начали понимать, что успех их социальных сетей может принести им немалые средства относительно недавно, если брать в расчет РФ.

Важным аспектом продвижения баскетбольных лиг является его финансирование по остаточному принципу, руководители любительских лиг распределяют большую долю бюджета на затраты на квалифицированный тренерский штаб, из чего можно сделать вывод, что они работают по стратегиям 2000-х годов. Даже в случае, если компания нанимает в штат SMM-специалиста, то, как правило, не выделяет средств на рекламу, но требуют от сотрудника результат, который невозможно достичь контент-мейкерством.

Современный SMM-специалист должен привнести много нового и прояснить руководству, что такое маркетинг в интернет-пространстве и как он позволит лиге получать большие потоки прибыли. [1]

Правильная настройка таргетированной рекламы и хорошо оформленная страница сможет показать результат в кратчайшие сроки. Взаимодействие с аудиторией на «другом» поле — это важный аспект, SMM-специалист должен не только предоставлять информацию о баскетбольной лиге, но и смотреть на интересы подписчиков и стараться показать разносторонность компании. Общая задача SMM-специалиста в баскетбольной лиге: создать систему вовлечения аудитории от первого контакта до закрытия в продажу, эту систему анализировать и управлять ею.

Для примера разберем подробное построение SMM-коммуникаций Лиги ДАБЛ-С. ДАБЛ-С — это чемпионат, созданный Баскетболь-

ным Клубом «Стремление» с целью дать возможность игрокам оттачивать свои навыки, применяя их на практике в соревновательном процессе, т. е. это любительская лига, созданная специально для клиентов, которые тренируются в разных локациях города Москвы под эгидой БК «Стремление».[4]

Говоря о маркетинговых программах Бк «Стремление», можно выделить главную ветвь, которую они развивают — это социальные сети. Клуб развивает множество направлений, например таких как: Баскетбольный английский, Фитнесс Стремление и непосредственно Лига Дабл-с. У каждого направления есть свои аккаунты, которые ведутся SMM специалистами и в которые руководство вкладывают средства.

Клуб следит за трендами развития лиг и развивает такие направления, как таргетированная реклама, покупка рекламы у блогеров и распространения основной информации о клубе в социальных сетях.

Перед тем как перейти к работе, я проанализировал все страницы Бк «Стремление» в социальных сетях и составил таблицу, по которой написал рекомендации компании.

В таблице 1 представлены сравнительные показатели социальных сетей Бк «Стремление». Самой большой площадкой, если считать по подписчикам, является инстаграм — перспективы огромные и для этого нужно переходить на новый уровень и для начала начать запускать элементарную таргетированную рекламу, плюс нужно переходить на другой контент-план, который не будет включать в себя только продающие посты. Огромные возможности предоставляет деятельность клуба, что бы начать интересно вести youtube канал, различные челленджи с игроками и блоги с мероприятий могли бы заинтересовать аудиторию и помочь вывести канал на новый уровень. Но на данный момент там лишь лежит «сухие» видео, которые никому не интересны. Страница Вконтакте может перейти на более информационный контент-план и начать также запускать рекламу, тем самым они поднимут свою активность. Facebook я считаю бесполезной тратой времени для клуба, так как дуближом контента они ничего не добьются. Если руководство клуба наконец-то начнут вкладывать средства в социальные сети, то это приведет к успеху.

На первом этапе работы компания озвучила задачи, которые должны были быть выполнены:

1. Привести в порядок ленту и шапку инстаграм-аккаунта.

Сравнительные показатели социальных сетей «БК Стремление»¹

БК "Стремление"				
	КОЛ-ВО ПОДПИСЧИКОВ	АКТИВНОСТЬ	РЕКЛАМА	ПЕРСПЕКТИВЫ
ВКОНТАКТЕ	2 521	Средняя	Не запускается	50%
INSTAGRAM	5 078	Средняя	Не запускается	70%
FACEBOOK	523	Низкая	Не запускается	10%
TWITTER	-	-	-	-
ОДНОКЛАССНИКИ	-	-	-	-
YOUTUBE	743	Низкая	Не запускается	70%

¹ Составлено автором на основании данных интернета.

2. Набрать аудиторию, которая подписана на основной аккаунт Бк «Стремление» (5000 подписчиков).

3. Создавать контент полностью самостоятельно, выезжать на игры каждое воскресенье, проводя там съемку.

С первой задачей было справиться довольно-таки легко, стильно оформив шапку профиля и выбрав оранжевый цвет, как основу в ленте удалось через неделю создать презентабельный вид инстаграм-аккаунту. Вторая задача оказалась достаточно непростой, так как средства на таргет и малейшую накрутку не выделялись, надо было придумывать специфический и неповторяющийся контент. Проанализировав аудиторию основного инстаграм-аккаунта, были выделены три подгруппы: «подростки, занимающиеся и играющие в лиге», «родители», «информационные аккаунты про баскетбол». Создав контент-план на данные аудитории, необходимо было выкладывать его в определенное время и следить за статистикой. Благодаря выполнению третьей задачи удалось наладить контакт с подростками вживую, что привело к увеличению аудитории в Инстаграм. Единственная проблема, которая остается на данный момент — это неправильное распределение обязанностей в сфере интернет-продвижения, т. е. в компании должен быть отдельно контент-мейкер и SMM-специалист, что необходимо обосновать руководством, показав положительную динамику решения проблем.[3]

Таблица 2

Результаты работы SMM специалиста ²

	До моей работы	После моей работы
Подписчики	92	1111
Лайки (один пост)	5	от 100
Запросы в директ (в день)	0	от 5
Продажа абонеента на участие в лиге (за месяц)	0	8

В итоге задачи были реализованы и инстаграм-аккаунт Лиги ДАБЛ-С набрал более 1000 живых подписчиков. Лента аккаунта превратилась в одну стильную полноценную картинку. Каждый день в директе можно прочитать положительный отзыв от любой аудитории. В 2021 году руко-

² Составлено автором.

водство одобрило план на продвижение аккаунта с помощью таргетированной рекламы и проведения конкурсов, что приведет к большому охвату аудитории и популяризации лиги. В моей работе я не успел показать все формы SMM-коммуникаций и различные специфические приемы, но я уверен, что в будущем это все приведет к большому росту лиги и к переходу на другой уровень.

Также я составил таблицу по притоку клиентов в БК «Стремление» из социальных сетей за 5 лет и спрогнозировал рост компании на ближайшие 3 года.

Таблица 3

Данные по притоку клиентов за 5 лет ³

Год	2017	2018	2019	2020	2021
Кол-во команд	14	49	70	95	108
Кол-во подписчиков в социальных сетях «Стремление»	520	1400	2100	4980	5081
Кол-во подписчиков в инстаграме дабл-с	-	-	-	32	1112

В таблице 3 я показал рост клиентской базы за последние 5 лет. Можно заметить тенденцию хорошего роста благодаря социальным сетям. Далее будет показан мной составленный график прогноза на будущее лиги ДАБЛ-С.

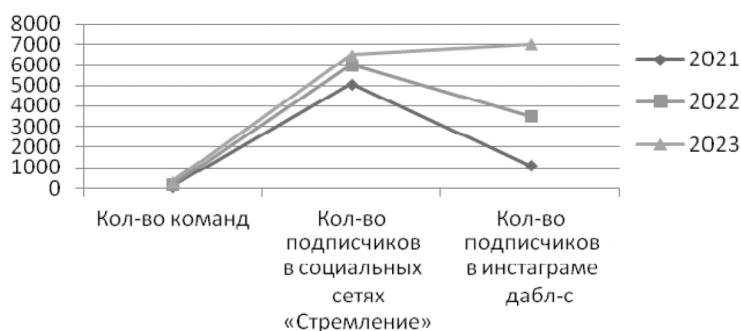


Рис. 1. График прироста клиентов на ближайшие 3 года ⁴

^{3, 4} Составлено автором.

Мы прогнозируем рост клиентов в точном отношении прироста количества подписчиков социальных сетях, так как пиар через instagram приводит большую клиентскую базу.

Список литературы

1. Гуров Ф., Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в сети / Ф. Гуров. — М.: Вершина, 2017. 152 с.
2. Билук А.А., Гончарова Н.Ю. Вспользование одного из инструментов SMM для продвижения онлайн фитнес-услуг Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. № 2. С. 45–55.
3. s-basket.ru. Лига. URL: <https://s-basket.ru/liga>
4. Гончарова Н.Ю. коммуникационный аудит и освещение спортивно-зрелищных мероприятий Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2018. Т. 17. № 4. С. 182–186.

References

1. Gurov F., Promotion of business on the Internet: all about PR and advertising on the network / F. Gurov. — M.: Vershina, 2017. 152 pages.
2. Bilyuk A.A., Goncharova N.Y. Using one of the SMM tools to promote online fitness services Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Economics. 2019. № 2. Page 45–55.
3. s-basket.ru. League. URL: <https://s-basket.ru/liga>.
4. Goncharova N.Y. communication audit and coverage of sports and entertainment events Scientists notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2018. T. 17. № 4. Page 182–186.



Ф. Ф. Шарипов

*Кандидат экономических наук, доцент,
fanissh@rambler.ru
Государственный университет управления,
Москва, Российская Федерация*

М. А. Дьяконова

*Кандидат политических наук,
marie.d@mail.ru
Государственный университет управления,
Москва, Российская Федерация*

Перспективы развития трансграничной электронной торговли между РФ и КНР

Аннотация: Среди трендов развития бизнеса на приграничной территории между Россией и Китаем привлекательным, по мнению авторов, является электронная коммерция. На практических примерах определены направления развития трансграничной электронной коммерции между нашими странами с учетом ассортимента, ценообразования, продвижения и расчетов за поставленные товары. Прогнозируется постоянный устойчивый рост продаж в ближайшие четыре года с учетом необходимости внедрения новейших технологий и требований кибербезопасности.

Ключевые слова: трансграничная электронная коммерция, приграничная территория, информационные технологии, кибербезопасность, инфраструктура.

Благодарности: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-010-00616.

F. F. Sharipov

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
fanissh@rambler.ru
The State University of Management,
Moscow, Russian Federation*

M. A. Dyakonova

*Cand. Sci. (Polit.),
marie.d@mail.ru*

*The State University of Management,
Moscow, Russian Federation*

Prospects for the development of cross-border electronic commerce between the Russian Federation and the People's Republic of China

Annotation: *Among the trends of business development on the border territory between Russia and China, according to the authors, electronic commerce is attractive. Practical examples have identified the development of cross-border e-commerce between our countries, taking into account the variety, pricing, promotion and settlement of the delivered goods. Sales are projected to grow steadily over the next four years, considering the need to adopt the latest technologies and cyber security requirements.*

Keywords: *Cross-border e-commerce, border territory, information technology, cybersecurity, infrastructure.*

Acknowledgements. The research was done with the financial support from RFBR project no. 20-010-00616.

Среди перспектив развития приграничного сотрудничества между Россией и Китаем экспертным сообществом уделяется особое внимание электронной торговле как неотъемлемой части экосистемы бизнеса в 21-ом веке [7]. В КНР отрасль трансграничной электронной коммерции активно развивается: например, в 2019 году объем розничного рынка составил 10,63 трлн. юаней [11]. В России, по данным ассоциации компаний интернет торговли аналогичный показатель за прошлый 2020 год составил 3,221 трлн. рублей, что на 58,5% больше показателя 2019 года [2]. Благодаря улучшению инфраструктуры интернета, построению глобальной логистической сети и сильной политической поддержке государства в части продвижения реформ и инноваций в национальной экономике, рынок трансграничной электронной коммерции расширяются, что стало новой движущей силой роста внешней торговли Китая. Среднегодовой темп роста рынка трансграничной электронной коммерции достиг 20,1% за пятилетний период с 2014 по 2019 год [1]. В настоящее время трансграничная электронная коммерция активно внедряет новые

технические стандарты, бизнес-процессы, модели регулирования и построения информатизации. Государство в части реализации своей экономической политики активно регулирует экспортные налоги на розничную трансграничную электронную торговлю и осуществляет надзор за розничным импортом. [1]

Говоря о России, можно отметить, что ключевым моментом в развитии электронной коммерции стало распространение мобильного интернета, практически 70% всего населения, используют мобильный трафик, совершают покупки через интернет. Россияне могут приобрести товар в интернет-магазинах или на популярных онлайн-платформах и получить его с помощью доставки практически в любой регион РФ [2].

Анализируя внутренний рынок российского электронной коммерции, можно выделить несколько крупнейших интернет-магазинов: Wildberries, Ozon, Яндекс.Маркет, Ситилинк, DNS, М.Видео, Эльдorado, Lamoda, Аптека.ру, AliExpress Россия и т.д. Внутренний рынок РФ в отношении электронной коммерции достаточно развит [3]. Российские участники онлайн-торговли стараются следить за тенденциями и применять их внутри страны, что очень облегчает жизнь как продавцам, так и покупателям.

Россия и КНР постоянно укрепляют сотрудничество и последовательно улучшают свои экономические показатели.

За основу анализа современного состояния и перспектив сотрудничества российских и китайских компаний в сфере электронной коммерции можно взять два крупнейших интернет-гиганта: Taobao и Ozon. Каждая из этих компаний имеет большой потенциал для развития на онлайн-площадках своих национальных рынков. Проведем небольшой сравнительный анализ компаний по классической теории маркетинга — микс, которая включает в себя 4 элемента: товар (product), цена (price), место или распределение (place) и продвижение (promotion). Характерной чертой продвижения товара в электронной коммерции является выстраивание долгосрочных отношений с потребителем.

По данной стратегии можно сравнить и выявить возможные способы сотрудничества двух компаний электронной коммерции: Taobao и Ozon [12].

1. Товар (Product)

Две эти компании предлагают огромный ассортимент различных товаров. Taobao превосходит Ozon в количестве предоставленных това-

ров: 800 миллионов и 4 миллиона, соответственно. Два этих интернет-магазина предоставляют своим потребителям выбор среди широкого спектра уникальных товаров. Покупатели могут ознакомиться с товаром на отдельной странице.

Сравнивая поисковые строки онлайн-платформ этих двух компаний, Taobao снова превосходит Ozon, в том, что на Taobao поисковые характеристики расширены, поиск можно осуществлять различными методами: поиск по фотографии, QR-коду и др. Ozon пока не внедрял такие технологии на свою платформу, но данное заимствование вполне может улучшить оборот продаж.

Ассортимент товаров на каждой из платформ размещается на отдельной странице, с фотографией, описанием и характеристикой товара. Также можно провести сравнительный анализ доступности категорий на Taobao и Ozon.

На Taobao есть практически все разделы с товарами, которые можно приобрести без проблем, от одежды до недвижимости, чего нельзя сказать об Ozon. Категории, которые есть на Taobao, но отсутствуют на Ozon:

- продукты питания (в последнее время Ozon выделил отдельный канал продаж — OzonExpress, в котором можно приобрести продукты питания, но данная категория все еще находится в доработке);
- напитки (процесс обстоит также, как и с продуктами питания);
- музыкальные инструменты (в основном предоставлены только детские);
- сельскохозяйственная продукция (предоставлена, но не в таком широком ассортименте как на Taobao);
- автомобили (полностью отсутствует данная категория);
- недвижимость (полностью отсутствует данная категория);
- подделки (полностью отсутствует данная категория);
- образование и другая сфера услуг (полностью отсутствует данная категория);
- индивидуальный сервис (полностью отсутствует данная категория).

Данный сравнительный анализ может предложить Ozon расширяться в незатронутых сферах, но просто увеличив ассортимент, результата не получить. Нужно обязательно опираться на культурные различия государств, проводить внутренний анализ соотношения спроса и предложения в нужной категории и помнить о разном количестве населения.

Компании могут предложить совместное сотрудничество в размещении на собственных платформах товаров, которые есть у партнера, но отсутствуют в собственном обороте. Для этого можно размещать опросы у продавцов, которые пользуются площадкой, хотели бы они также присутствовать на иностранной площадке-партнере и есть ли у них возможность логистики в иностранное государство.

2. Цена (Price)

Сначала стоит отметить про политику ценообразования двух этих компаний.

На Ozon используется рыночное ценообразование, то есть цены на рынке почти не отличаются от цен в сегменте электронной коммерции в конкретно в этой компании. Однако, данная онлайн-площадка использует сервис Competera Price Intelligence, который помогает ежедневно отслеживать изменения цен по определенным товарам, что помогает сформировать конкурентоспособную стоимость продукции.

Главная политика ценообразования Taobao — это низкие цены, которые являются хорошим способом привлечения клиентов. На данной площадке также возможны аукционы и фиксированные цены, в частности встречаются фиксированные цены.

Две интернет-площадки использует часто встречающийся способ психологического ценообразования — цена равная 9,99 рублей, а не десяти рублям.

Еще одним важным элементом на этапе цены является способ оплаты. Удобство и надежность оплаты также влияет на объем продаж.

Ozon использует несколько способов оплаты:

- полная предоплата, с использованием банковских карт или электронных платежных систем;
- оплата при получении товара на ПВЗ;
- наличными курьеру при доставке товара на дом.

Taobao также использует несколько способы платежей:

- Alipay (система условного депонирования);
- оплата наложенным платежом.

Так как в Китае преобладает безналичная оплата, даже в офлайн-магазинах, то в онлайн-сфере оплата наличными напрочь отсутствует. Китайцы доверяют электронным платежам и знают, что их деньги дойдут туда, куда нужно. Конечно же, из двух этих способов более популяр-

ным является оплата Alipay, и это связано с рационально построенным процессом транзакций.

Обе компании хорошо развиты в сегменте ценообразования, у обеих есть четко выстроенные процессы оплаты и системы ценообразования.

3. Место (Place)

Обе компании не имеют физического магазина. Taobao и Ozon полагаются на официальных веб-сайтах и в мобильных приложениях для построения каналов продаж.

Мобильным приложением Taobao ежедневно пользуются 150 миллионов пользователей [4]. Каждый пользователь в среднем на приложение тратит от 20 минут в день. Продавцам очень важно привлечь внимание потребителя, поэтому они часто прибегают к следующим способам демонстрации товаров: прямой эфир и короткие видеоролики, которые отчетливо и детально показывают товар. Данные методы хорошо работают в стратегии маркетинга.

Ozon также имеет свое собственное приложение, преимуществом которого в первую очередь является архив комментариев прежде купивших тот или иной товар пользователей, библиография. Важной отличительной чертой данного маркетингового инструмента является то, что покупатели имеют возможность получить свой товар в удобном для них месте и в удобное время.

Среднее время на доставку у обеих компаний занимает примерно 2–5 рабочих дней.

4. Продвижение (Promotion)

На Taobao и Ozon реклама играет очень важную роль. Она выстроена по социальным, демографическим и поведенческим показателям пользователя. То есть обе компании используют программы, которые генерируют интересы покупателей, а дальше используют именно ту рекламу, которая индивидуально подходит потребителю.

Для продвижения Taobao активно применяет скидки; рекламные баннеры, приуроченные к праздникам; акционный отдел (ограниченное количество товаров по сниженным ценам); раздел платформы (распродажа брендовых товаров). Также стоит отдельно выделить канал продвижения — это общение напрямую с покупателем. Taobao пользуется сервисом Aliwangwang для коммуникации продавца и потребителя.

Ozon также старается продвигать различного рода продукцию на платформе. Компанию часто можно увидеть в рекламных роликах теле-

видения, интернета, радио, на страницах контекстной рекламы. Ozon все чаще встречается в социальных сетях, это новый метод продвижения в РФ. Ozon также использует скидки как способ привлечения внимания покупателя.

Теперь рассмотрим возможные направления сотрудничества.

В наше время, глобализация все больше распространяется, темпы ее роста становятся все выше, партнерство онлайн-платформ электронной коммерции является разумным сдвигом вперед. На данный момент трансграничная электронная торговля является одним из более перспективных направлений в торгово-экономическом сотрудничестве между КНР и РФ.

Внутренний рынок электронной торговли КНР значительно превосходит внутренний рынок РФ, так как онлайн-торговля в Китае в приоритете, высоким спросом пользуются потребительские товары. Большинство российских партнеров рынка электронной коммерции хотели бы сотрудничать с китайскими участниками рынка, чтобы перенять огромный опыт, улучшить собственные обороты продаж, изучить новые стратегии и тренды.

Наиболее эффективным сотрудничество Taobao и Ozon является сотрудничество в сегменте розничной электронной торговли.

Taobao может расположить свои товары для потребителей в РФ на платформе OZON.ru [11]. Так как OZON.ru имеет собственные логистические каналы, это поможет сократить время доставки товаров из КНР потребителям в РФ, а наличие складских помещений в России обеспечит возможность послепродажного сервиса товаров, продаваемых через онлайн-сферу. Данные действия приведут к динамичному развитию трансграничной электронной коммерции и увеличению объема продаж Taobao.

Такую же стратегию можно предложить в обратном направлении. Ozon также может размещать свои товары, которых на Taobao недостаточно, например продукты питания, сувениры и т. д. Таким образом, увеличится объем продаж у Ozon.

Ozon и Taobao могут способствовать развитию логистических компаний, удовлетворению потребностей покупателей двух стран, созданию новой и необходимой инфраструктуры онлайн-торговли. Несмотря на то, что российско-китайские торгово-экономические отношения становятся более доверительными и лояльными, в сфере трансгранич-

ной электронной торговли все же есть проблемы, которые необходимо постепенно решать или искать альтернативные варианты.

Первое, что стоит отметить, это таможенное оформление. До сих пор нет унифицированных правил, по которым в короткие сроки можно пройти таможенное оформление. [6] Это связано с тем, что уровень развития трансграничной электронной коммерции выше, чем уровень логистики в России, поэтому таможене в РФ нужно больше времени и ресурсов для оформления. Такая проблема приводит к рискам китайских продавцов, так как из-за долгого оформления, товары накапливаются, а некоторые теряются, что обозначает риски для китайской стороны.

Еще одним барьером для китайских продавцов в электронной коммерции являются задержки оплаты. Данная проблема связана с российским менталитетом: россияне до сих пор не доверяют платежам через электронные системы и банковскими картами. Российские потребители предпочитают расплачиваться наличными, нежели делиться своими данными в интернете. На фоне отсутствия безопасности [7] возникают задержки в платежах. Так как китайские поставщики привыкли к другим схемам транзакций, это очень усложняет привлечение китайских продавцов на российский рынок, что способствует торможению развития трансграничной электронной коммерции.

Следовательно, эффективность развития трансграничной электронной коммерции между РФ и КНР зависит от решения следующих препятствий [10]:

1. Упростить правила таможенного оформления.
2. Модернизировать инфраструктуру логистических каналов.
3. Использовать инновационные способы оплаты.

Из главных перспектив развития трансграничной электронной торговли между РФ и КНР можно выделить сервис «O2O» («online-to-offline»). Данный сервис внедряется КНР: он позволяет покупателям выбирать вещи оффлайн, а потом приобретать их по сниженным ценам на онлайн-платформах.

Кроме того, еще одна тенденция онлайн-торговли, которая может улучшить трансграничную электронную коммерцию — это внедрение инновационных технологий четвертого поколения (технологии, направленные на автоматизацию и управляемые с помощью интеллектуальных систем) [8]. С помощью таких технологий, скорость и доступность электронной коммерции улучшится в разы.

Еще одной из перспектив развития трансграничной онлайн-торговли является развитие m-коммерции. В данном случае буква «m» обозначает мобильную коммерцию [9]. В таком случае большинство участников электронной коммерции, которые имеют просто официальный сайт, сейчас также занимаются созданием мобильного приложения, так как за этим будущее. Перспективы развития трансграничной электронной коммерции через мобильные приложения велики, так как сейчас все большее количество покупателей использует именно их, а так же их интерфейс намного удобнее, чем интерфейс на официальных сайтах.

С точки зрения развития трансграничной электронной коммерции российский рынок является очень привлекательным для поставщиков из КНР [10].

Таким образом, можно выделить следующие перспективы и тренды:

1. Постоянный рост количества интернет-пользователей.
2. Улучшение инновационных и информационных технологий.
3. Улучшение стратегий маркетинга (через социальные сети и приложения).
4. Активное внедрение систем оплаты электронными денежными средствами или банковскими картами.

5. Увеличение продаж, при операции которых использовались мобильные приложения.

Трансграничная электронная коммерция, оставаясь необычным и непростым элементом мировой экономики, продолжит свое развитие в ближайшем пятилетии.

Список литературы

1. Чэнь Цюцзе. Трансграничная электронная коммерция между КНР и РФ: прошлое, настоящее и будущее. Вестник Амурского государственного университета. Серия: Естественные и экономические науки. 2017. № 79. С. 107–111.
2. Интернет-торговля в России 2020. Ассоциация компаний интернет-торговли [Электронный ресурс] URL: <https://akit.ru/internet-torgovlya-v-rossii-2020/>.
3. Рустамова С.С. Преимущества и проблемы электронной трансграничной торговли. Ученые записки Санкт-Петербургского имени В.Б. Бобкова филиала Российской таможенной академии. 2020. № 1 (73). С. 79–82.
4. Сазанова С.Л., Шарипов Ф.Ф. «Умные города», оптимальные размеры предприятий и городское самоуправление. Самоуправление. 2019. Т. 2. № 4 (117). С. 300–303.

5. Чжан Гося. Тенденции развития сотрудничества в сфере трансграничной электронной коммерции между Китаем и Россией. Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. 2019. № 7. С. 53–58.
6. Шарипов Ф.Ф., Тимофеев О.А. Совершенствование управления бизнес-экосистемами приграничной территории (на примере России и Китая). «Путеводитель предпринимателя». 2020. Том 13. № 4. С. 109–115.
7. Шарипов Ф.Ф. О развитии системы кибербезопасности в КНР. В сборнике: Современные инструментальные системы, информационные технологии и инновации. Сборник научных трудов XVI Международной научно-практической конференции. Отв. редактор М.С. Разумов. Курск, 2021. С. 314–316.
8. Программа производственного контроля. Роспотребнадзор. [Электронный ресурс] URL: <http://03.rospotrebnadzor.ru/content/295/> (Дата обращения: 14.05.2021).
9. 1 января 2019 года вступил в силу Закон КНР «Об электронной коммерции» [Электронный ресурс] URL: <http://www.ved.gov.ru/files/images/28102020>.
10. О порядке импорта в Китая продуктов питания. Торговое представительство Российской Федерации в Китайской Народной Республике. [Электронный ресурс] URL: <http://www.russchinatrade.ru/assets/files/ru-useful-info/selhoz/O%20порядке%20импорта%20в%20Китай%20продуктов%20питания.pdf> (Дата обращения: 18.05.2021).
11. Китайский eCommerce в 2019 году. Е-pepperaero. Журнал об электронной коммерции [Электронный ресурс] URL: <https://e-pepper.ru>.
12. Теория маркетинга-микс. Энциклопедия по экономике. [Электронный ресурс] URL: <https://economy-ru.info/info/33640>.
13. Шарипов Ф.Ф., Чжу Чжу. Инновации в сфере информационных технологий КНР. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2021. Т. 20. № 1. 2021. С. 41–49.

References

1. Chen Tsutsze Transboundary Electronic Commerce between China and Russia: Past, Present and Future. Scientific Journal of Amur State University / Series: Natural and Economic Sciences. 2017. No. 79. Pp. 107–111.
2. Internet Commerce in Russia 2020. Association of Internet Trading Companies. URL: <https://akit.ru/internet-torgovlya-v-rossii-2020/>.
3. Rustamova S.S. Benefits and Challenges of Electronic Cross-Border Commerce. Scientific Letters of Russian Customs Academy St.-Petersburg branch named after Vladimir Bobkov. 2020. No. 1 (73). Pp. 79–82.
4. Sazanova S.L., Sharipov F.F. Smart Cities, Optimal Dimensions of Enterprises and City Self-Government. Samoupravlenie journal. 2019. Vol. 2. No 4 (117). Pp. 300–303.

5. Zhang Guoxia The Development Trend of Cooperation in the Field of Cross-Border E-Commerce between China and Russia. Modern Science: actual problems of theory and practice / Series: Economics and Law. 2019. No 7. Pp. 53–58.
6. Sharipov F.F., Timofeev O.A. Improving the management of business ecosystems of the border territory (using the example of Russia and China). Entrepreneur's Guide. 2020; 13(4): 109–115. (In Russ.) <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2020-13-4-109-115>.
7. Sharipov F.F. On the development of the cybersecurity system in China. In the scientific collected papers: Modern tools, information technologies and innovations. Collection of scientific works of the XVI International Scientific and Practical Conference. Managing Editor — M.S. Razumov. Kursk. 2021. Pp. 314–316.
8. Production control programme. Rospotrebnadzor. URL: <http://03.rospotrebnadzor.ru/content/295/>.
9. On 1 January 2019 the Law of the People's Republic of China «On Electronic Commerce» entered into force. URL: <http://www.ved.gov.ru/files/images/28102020>.
10. On the procedure for the importation of foodstuffs in China. Trade representation of the Russian Federation in the People's Republic of China. URL: <http://www.russchinatrade.ru/assets/files/ru-useful-info/selhoz/O%20порядке%20импорта%20в%20Китае%20продуктов%20питания.pdf> (2021.05.18).
11. Chinese e-Commerce in 2019. E-pepperaero. Journal of Electronic Commerce. URL: <https://e-pepper.ru/>.
12. Marketing Mix Theory // Encyclopedia of Economics. URL: <https://economy-ru.info/info/33640>.
13. Sharipov FF, Zhu Zhu. Innovations in the field of information technology PRC. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2021. T. 20. № 1. 2021. Page. 41–49.

**Финансово–кредитные инструменты
повышения качества экономического роста /
Financial and credit instruments of improvement
the quality of economic growth**

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2021-14-3-29-37>



Н. В. Москаленко

*Кандидат экономических наук, доцент,
moskalenko_mnv@mail.ru*

*Кафедра экономики,
Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

Т. Н. Шаронина

*Кандидат экономических наук, доцент,
sharonina68@gmail.com*

*Кафедра экономики,
Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

К. О. Фролова

*Магистрант,
kristina899198@yandex.ru*

*Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

**Роль Пояснительной записки
в составе бухгалтерской финансовой отчетности**

***Аннотация:** статья посвящена вопросам изменения бухгалтерской отчетности согласно требованиям нормативно–правовых актов в области бухгалтерского учета. Показана роль пояснительной записки в составе бухгалтерской отчетности.*

***Ключевые слова:** формирование бухгалтерской отчетности, аудиторское заключение, пояснительная записка.*

N. V. Moskalenko

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
moskalenko_mnv@mail.ru*

*Department of Economics,
Tambov State Technical University,
Tambov, Russian Federation*

T. N. Sharonina

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
sharonina68@gmail.com*

*Department of Economics,
Tambov State Technical University,
Tambov, Russian Federation*

K. O. Frolova

*Master's degree student,
kristina899198@yandex.ru*

*Tambov State Technical University,
Tambov, Russian Federation*

The role of the Explanatory Note in the Accounting Statements

Annotation: *The article is devoted to the issues of changing accounting statements in accordance with the requirements of regulatory legal acts in the field of accounting. The role of the explanatory note in the accounting statements is shown.*

Keywords: *formation of accounting statements, auditor's report, explanatory note.*

Общеизвестно, что в Российской Федерации есть закрепленные законодательно, приказом 66н, формы бухгалтерской отчетности. Бухгалтерская отчетность в общем случае состоит (п. 1 ст. 14 Закон РФ от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», п. 1–4 приказа Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций») из:

- бухгалтерского баланса;
- отчета о финансовых результатах;
- приложений к бухгалтерскому балансу;
- отчета об изменениях капитала;

- отчета о движении денежных средств;
- пояснений, оформленных в табличной и (или) текстовой форме¹.

Для некоторых экономических субъектов Законом 402-ФЗ предусмотрен другой состав годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности. Если мы предоставляем другой состав отчетности, изменяя его каким-то образом, то это следует раскрыть в учетной политике организации, указываем почему мы применяем именно его, например это касается тех кто ведет упрощенный бухгалтерский учет и составляет упрощенную бухгалтерскую отчетность.

Годовая бухгалтерская отчетность, которая составляется для аудиторского заключения, должна быть сформирована по формам, утвержденным Приказом Минфина России 66н от 02.07.2010 г.

Что касается формы бухгалтерской отчетности, то по итогу 2020 года по новой форме сдается Отчет о финансовых результатах (ОФР).

Его изменили еще в 2019 году, но за прошлый год новую форму можно было использовать добровольно, а с 2020 года Отчет сдается по новой форме, она немного видоизменилась в связи с тем, что мы начали применять новую редакцию ПБУ 18.

Изменения в ОФР таковы:

- строка 2410 стала именоваться «Налог на прибыль» (вместо «Текущий налог на прибыль»);
- исчезли строки 2421, 2430, 2450, посвященные налоговым обязательствам (активам);
- появились строки 2411 «Текущий налог на прибыль», 2412 «Отложенный налог на прибыль», 2530 «Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода». Расчет здесь осуществляется в стандартной форме, т.е. у нас рассчитывается налог на прибыль как текущий налог на прибыль плюс (минус) тот налог отложенный, который мы сформировали. Отложенный налог формируется как остатки по счетам 77 и 09 в свернутом виде, если раньше мы их разворачивали, то теперь сворачиваем.

¹ Федеральный закон № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» от 06 декабря 2011 (ред. от 26.07.2019). [Электронный ресурс]: Консультант Плюс: официальный сайт Консультант Плюс. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ — Загл. с экрана.

Совокупный финансовый результат определяется как сумма строк «Чистая прибыль (убыток)», «Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода», «Налог на прибыль от операций, результат которых не включается в чистую прибыль (убыток) периода».

В ОФР упрощенной формы в строку «Налог на прибыль (доходы)» необходимо включать текущий налог на прибыль и отложенный налог.

Остальная отчетность составляется по привычным формам из приказа Минфина от 02.07.2010 №66н в редакции от 19.04.2019 № 61н (они вступили в силу 01.06.2019).

Во всех формах отчетности (включая ББ и ОФР):

- единицей измерения стали тысячи рублей, заполнять отчетность в миллионах нельзя;
- ОКВЭД был заменен на ОКВЭД2;
- в некоторых формах был заменен ОКУД.

Налоговые органы разработали новые контрольные соотношения для проверки финансовой отчетности. Обязательно необходимо использовать их при составлении отчетов.

Проверить бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах и другие формы бухгалтерской отчетности за 2020 год можно по контрольным соотношениям, которые направила ФНС письмом от 31.07.2019 № БА-4 -1/15052@. Письмом от 10.03.2020 № ВД- 4-1/4134@ налоговая служба их доработала с учетом возможности округления показателей, связанной с их переводом из рублей в тысячи рублей в диапазоне +/- 4 пункта ².

Когда мы говорим о бухгалтерской отчетности, точнее о ее составе, есть один элемент, который всегда вызывает массу вопросов, это пояснительная записка. До вступления в силу нового ФЗ «О бухгалтерском учете, пояснительная записка традиционно считалась частью бухгалтерской отчетности. Хотя при этом, название документа сбивает с толку, пояснительная записка к бухгалтерской отчетности. Если к бухгалтерской отчетности, то получается, что бухгалтерская отчетность должна существовать сама по себе, а пояснительная записка некий сопутствующий

² Международные стандарты финансовой отчетности и Разъяснения к ним [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140000/. – Загл. с экрана.

щий документ, как, например, в законотворчестве, пояснительная записка к законопроекту, она же не является частью законопроекта, она просто поясняет, зачем этот законопроект, что он вводит, какое воздействие ожидается, какие затраты потребуются на реализацию и т.д.

Не может быть пояснительная записка к тому, частью чего она является, так же, как и аудиторское заключение, оно дается к бухгалтерской отчетности и не может быть составной частью этой отчетности. Но бухгалтерский учет — это такая сфера, где все может быть, даже самое невероятное. Так или иначе действующий ФЗ «О бухгалтерском учете» устранил все эти логические несуразицы с пояснительной запиской и аудиторским заключением. Таких составных частей бухгалтерской отчетности больше не существует. Что касается аудиторского заключения, то с ним все понятно, его статус установлен Федеральным Законом. А вот с пояснительной запиской не так понятно, потому что закон просто ее не упоминает.

Состав бухгалтерской отчетности установлен в статье 14 ФЗ, которая гласит, что бухгалтерская отчетность состоит из бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах и приложений к ним.

Для некоммерческой организации, вместо отчета о финансовых результатах выступает отчет о целевом использовании средств, вот весь состав отчетности.

Зададимся вопросом, что собой представляют приложения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах и целевом использовании средств.

Состав этих приложений закон не определяет, это уже предмет подзаконных нормативных актов, то есть федеральных стандартов бухгалтерского учета.

Сейчас, пока не выпущен федеральный стандарт по составлению бухгалтерской отчетности, вопросы состава этих приложений регулируют приказ Министерства Финансов РФ № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций». Среди этих приложений есть два стандартных отчета — это:

- Отчёт об изменении капитала.
- Отчет о движении денежных средств.

В системе международных стандартов эти два отчета считаются основными отчетами такого же уровня, как баланс. Там он называется отчетом о финансовом положении и отчетом о финн. Результатах.

То есть в МСФО — четыре таких основных отчета, а не два, как у нас. Вопросом их регулирования сейчас посвящен отдельный проект совета по МСФО. В российском бухгалтерском учете Отчет об изменении капитала и Отчет о движении денежных средств низведены до уровня приложений, хотя это не меняет их сути³. Остальные приложения к Бухгалтерскому балансу и Отчету о финансовых результатах приказ № 66н называет пояснениями. Согласно этому приказу «пояснения оформляются в табличной или текстовой форме», как правило в табличной форме предоставляется количественная информация, а в текстовой форме даются описания. Это не только у нас в России, а вообще везде преобладает подход, используемый в международной практике при применении МСФО. По умолчанию считают, что если информация может быть представлена в табличной форме, то лучше ее так и представить в таблице. Такое предоставление удобнее как для составителя, так и для пользователя отчетности. Типовые варианты таблиц, в которых предоставляются пояснения, приведены в приложении № 3 к приказу № 66н. Пояснения даются в каждой строчке основных отчетных форм, для этого в самих формах предусмотрена отдельная графа для указания ссылок на соответствующие пояснения. Пояснения не являются отдельным цельным комплексом, который можно было бы как-то озаглавить и выделить в некий самостоятельный структурный элемент отчетности. При таком подходе к представлению пояснений место пояснительной записки в составе бух. Отчетности просто нет, а вот за рамками отчетности, место для нее есть.

Понятие пояснительная записка вполне можно применить для обозначения так называемой сопутствующей информации. В положении по бухгалтерскому учету ПБУ4/99 «Бухгалтерская отчетность организации» есть отдельный раздел 8, состоящий всего из одного пункта 39, который называется «информация, сопутствующая бухгалтерской отчетности». В ней говорится о том, что представляет собой такая информация, это например, динамика финансовых показателей, план руководства по осуществлению инвестиций, развитие новых направлений деятельности, раз-

³ Смагина М.Н., Сугробова Н.М., Новикова А.А. РОЛЬ АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ. В сборнике: Саяпинские чтения. Материалы III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции / Отв. редактор Я.Ю. Радюкова. 2020. С. 146–156.

личная нефинансовая информация (по охране труда, усилий в области защиты окружающей среды и т.д.). Такая информация просто представляется вместе с бухгалтерской отчетностью и даже может объединяться с ней в один документ, например, годовой отчет⁴.

В этой связи очень важно отделять информацию, являющуюся частью бухгалтерской отчетности от информации, не являющейся этой частью. Это важно по двум причинам.

Во-первых, информация, являющаяся частью бухгалтерской отчетности, сформирована по определенным правилам, будь то Федеральный стандарт о Бухгалтерском учете или Международный стандарт финансовой отчетности. Для пользователей отчетности важно понимать, в отношении какой информации эти правила применялись, а где не применялись. То есть информация готовилась по произвольному усмотрению того, кто ее готовил.

Во-вторых, бухгалтерская отчетность является предметом аудиторской проверки, соответственно, информация в составе отчетности аудитором проверяется, а информация за рамками отчетности не проверяется. Читая аудиторское заключение пользователь должен понимать, в отношении каких именно данных сделано это заключение. Ведь аудитор не выражает никакого мнения по поводу данных сопутствующих к бухгалтерской отчетности, но не являющихся ее частью.

В отношении нефинансовой информации такое разграничение может быть очевидно. Например, описание проведенных организацией природоохранных мероприятий или благотворительных акций. Вряд ли кто-то будет эту информацию воспринимать, как часть бухгалтерской отчетности.

Но если сопутствующая информация носит финансовый характер, особенно когда она выражена показателями в денежном измерении, ее не просто отличить от пояснений к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах, являющихся частью бухгалтерской отчетности. Вот тут-то нам и пригодится понятие пояснительной записки. Мы можем включить всю сопутствующую информацию в документ, озаглавленный таким образом.

⁴ Смагина М.Н., Топильская Ю.В. Трансформация финансовой отчетности в МСФО: этапы, способы составления и проблемы. Социально-экономические явления и процессы. Т. 12, № 3, 2017, усл. печ. л. 33,22.

Для пушей убедительности мы можем предварить это документ преамбулой о том, что настоящая пояснительная записка не является частью бухгалтерской отчетности, тем самым мы решим проблему разграничений информации в составе отчетности и за рамками отчетности.

Именно такоепредназначение для пояснительной записки видит Министерство Финансов РФ. В рекомендациях аудиторов по проверке годовой бухгалтерской отчетности за 2012 год Министерство Финансов РФ специально обратило внимание аудитора на то, что пояснительная записка не является частью бухгалтерской отчетности и на то что информацию, сопутствующую бухгалтерской отчетности необходимо четко отделять от информации в составе этой отчетности.

И наконец, если мы используем пояснительную записку для предоставления в ней сопутствующей информации, то та самая проблема корректного использования слов тоже решается. Такой документ можно смело называть пояснительной запиской к бухгалтерской отчетности. Ведь теперь эта записка подобно аудиторскому заключению сопровождает отчетность.

Список литературы

1. Федеральный закон № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» от 06 декабря 2011 (ред. от 26.07.2019).[Электронный ресурс]: Консультант Плюс: официальный сайт Консультант Плюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ – Загл. с экрана.
2. Международные стандарты финансовой отчетности и Разъяснения к ним [Электронный ресурс].– Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140000/. – Загл. с экрана.
3. Смагина М.Н., Сугрובה Н.М., Новикова А.А. РОЛЬ АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОЙ (ФИНАНСОВОЙ) ОТЧЕТНОСТИ, КАК ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ. В сборнике: Саяпинские чтения. Материалы III Всероссийской (национальной) научно-практической конференции / Отв. редактор Я.Ю. Радюкова. 2020. С. 146–156.
4. Смагина М.Н., Топильская Ю.В. Трансформация финансовой отчетности в МСФО: этапы, способы составления и проблемы. Социально-экономические явления и процессы Т. 12, № 3, 2017, усл. печ. л. 33,22.

References

1. Federal Law No. 402-FZ «On Accounting» of December 06, 2011 (as amended on July 26, 2019). [Electronic resource]: Consultant Plus: official website of Consultant Plus. – Access mode: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122855/ – Title from the screen.
2. International financial Reporting standards and Explanations to them [Electronic resource]. – Access mode: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140000/. – Blank from the screen.
3. Smagina M.N., Sugrobova N.M., Novikova A.A. THE ROLE OF ACCOUNTING (FINANCIAL) ANALYSIS) REPORTING AS AN ORGANIZATION MANAGEMENT TOOL. In the collection: Sayapin Readings. Materials of the III All-Russian (national) scientific and practical conference / Editor-in-chief Ya.Yu. Radyukova. 2020. pp. 146–156.
4. Smagina M.N., Topilskaya Yu.V. Transformation of financial statements into IFRS: stages, methods of compilation and problems. Socio-economic phenomena and processes Vol. 12, no. 3, 2017, usl. pech. l. 33,22.



С. А. Пшибиева

Студент,

pshibievas@mail.ru

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Научный руководитель

И. Ю. Федорова

*Доктор экономических наук, профессор,
fedorovaiu1@gmail.com*

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Теоретические основы исламского банкинга и его современное место в мировой экономике

Аннотация: *Исследование направлено на изучение основных принципов исламского банкинга и его современного распространения. В ходе работы было проанализировано состояние исламского банкинга в мире: в арабских странах, странах Европы, странах СНГ и в России.*

Ключевые слов: *Исламский банкинг, исламские финансы, финансовая система, перспективы развития.*

S. A. Pshibieva

Student,

pshibievas@mail.ru

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

Scientific adviser

I. Yu. Fedorova

Dr. Sci. (Econ.), Prof.,

fedorovaiu1@gmail.com

*Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

Theoretical foundations of Islamic banking and its current place in the world economy

Annotation: *The research is aimed at studying the basic principles of Islamic banking and its modern distribution. This paper analyzed the development of Islamic banking in the world: in the Arab countries, Europe, the CIS countries and Russia.*

Keywords: *Islamic banking, Islamic finance, financial system, development prospects.*

В последние годы широкое распространение и развитие получили технологии исламских финансов и исламского банкинга, в частности.

На мой взгляд, можно выделить несколько основных причин экспансии и проникновения на мировой финансовый рынок исламских банков и их технологий:

- для начала следует отметить тот факт, что за последние полвека произошло значительное развитие арабских стран, связанное с торговлей нефтепродуктами и крупными денежными притоками нефтедолларов, то есть появилась потребность в финансовых институтах, способных обеспечить аккумуляцию валютных средств;
- ещё одной причиной, несомненно, служит процесс развития исламской осознанности, так называемое «исламское возрождение», начавшееся в семидесятые годы прошлого века и предполагающее перекраивание в исламских странах государственной, правовой, финансовой системы под каноны ислама;
- нельзя также не обратить внимание на тенденции глобализации, рост числа мигрантов-мусульман в страны Европы и США, а также популяризацию ислама на Западе и рост их граждан, принимающих ислам;
- и, наконец, последней выделяемой мной причиной являются преимущества исламских финансовых продуктов, например, такие, как меньшая рискованность в сравнении с традиционными продуктами и относительно высокая доходность. Также немало важной чертой исламского банкинга является его относительная устойчивость во времена финансовых кризисов, так, согласно данным Международного валютного фонда, во времена глобального кризиса в 2008 году не произошло банкротство ни одного исламского банка.

Само понятие исламского банкинга подразумевает под собой банкинг, действующий по правилам Шариата — основного закона мусуль-

ман, регламентирующего все сферы жизни исламского общества, в том числе и финансовую.

Центральной характеристикой и основной особенностью исламской банковской системы является строгий запрет принципами Шариата всякого рода процентов (риба) и спекуляции (харар). Именно на этих двух идеях и строятся исламские финансы.

На Западе банковское дело имеет очень узкое определение и сводится в основном к кредитованию под проценты без учета справедливости. Стоит только подумать о тысячах людей, ставших бездомными из-за неуклонного роста процентных ставок по ипотечным кредитам.

Отличительной чертой исламских финансовых продуктов является большая социальная направленность и ориентация на концепции справедливости, когда не только кредитор несёт риски, но и банк разделяет их вместе с ним.

Можно выделить следующие основополагающие особенности исламского банкинга:

- 1) регламентация религиозными нормами — принципами Шариата;
- 2) полный запрет процентов и всякого рода спекуляции: азартных игр, деривативов;
- 3) разделение рисков между кредитором и заёмщиком: замена долгового финансирования долевым;
- 4) принцип ненарушаемости договоров;
- 5) отношение к деньгам как к потенциальному капиталу: чтобы стать реальным, они должны быть инвестированы в некое производство;
- 6) полный запрет на инвестиции в предприятия, приносящие вред обществу, направленность на инвестиции в реальный сектор экономики, способствующие развитию общественного благосостояния;
- 7) соблюдение требований к благотворительности — норм закята, осуществление социально-ориентированных проектов.

Самые распространенные инструменты исламского банкинга работают по следующим принципам:

- мудароба — по принципу доверительного финансирования;
- мушарака — представляет по своей сути товарищество;
- мурабаха — перепродажа с наценкой;
- истисна — исламские фьючерсы;
- иджара — лизинг;
- сукук — исламские облигации.

Все эти инструменты работают, опираясь на идеи Шариата и на вышеизложенные особенности. Так, например, традиционный кредит в исламском банкинге заменяется Мурабахой — средства не предоставляются под процент, вместо этого банк осуществляет покупку некого актива и затем производит его перепродажу клиенту в рассрочку, добавляя торговую наценку, то есть банк предоставляет не деньги, а реальный актив. Депозиты заменяются инвестиционными продуктами, при этом прибыль и убытки от проекта разделяются между вкладчиком и кредитором.

Согласно последним статистическим данным, объём активов исламского банкинга на 2019 год составляет 1,99 трлн. долларов. При этом на исламские финансы приходится всего 6% мировой финансовой системы. В целом можно выделить положительную динамику роста активов исламского банковского сектора начиная с 2014 года (рис.1). Темп прироста активов в 2019 по сравнению с 2018 годом составил 14%, что, по сути, является рекордным показателем со времен мирового финансового кризиса 2014 года, в предыдущие годы темп прироста варьировался от 1 до 4% в год, что можно объяснить высокой волатильностью курсов валют развивающихся государств, снижением цен на энергоресурсы, в целом снижением темпов экономического роста, а также падением доверия клиентов и инвесторов к банковскому сектору.

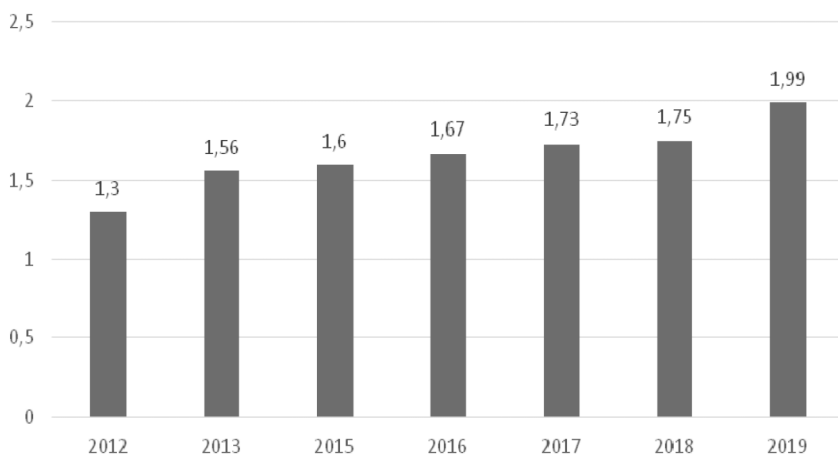


Рис. 1. Стоимость активов исламского банкинга в мире с 2012 по 2019 год (в триллионах долларов США) [5]

Аналитики-эксперты в отчете «О развитии исламского финансирования за 2020 год»¹, опубликованном Refinitiv и Исламской корпорацией по развитию частного сектора (ICD), предсказывают рост исламских финансов (включающих в себя, помимо исламского банкинга, страховой рынок — такафул и рынок ценных бумаг — сукук) до 3,69 трл. долларов при его нынешнем объеме в 2,88 трл. долларов, то есть на 28% процентов в ближайшие 4 года.

По данным исследования «ISLAMIC FINANCIAL SERVICES INDUSTRY STABILITY REPORT 2020», уровень прибыльности мировой индустрии исламского банкинга оставался сильным и стабильным в течение последних семи лет (2013—2020), в среднем составляя 1,56% рентабельности активов (ROA) и 14,30% рентабельности капитала (ROE) для исламских банков (в расчёт не принимаются показатели деятельности исламских «окон»). Эти показатели выгодно отличаются от показателей обычных банков в Соединенных Штатах и Европейском союзе, у которых рентабельность собственного капитала за тот же период, например, составляла 11,67% и 6,6% соответственно. Рентабельность активов исламских банков также была выше, чем у традиционных банков как в Малайзии, так и в странах Персидского залива за тот же период, которые составляли 1,40% и 1,48% соответственно. Показатели ROE глобальных исламских банков показали лучшие результаты, чем у традиционных банков Малайзии и стран Персидского залива за тот же период, которые составили 13% и 11,8% соответственно. Тем не менее стоит отметить, что средний показатель ROA и ROE глобальных исламских банков за отчетный период немного снизился по сравнению с концом 2018 (см. Рис. 2) финансового года (ROA: 1,66%; ROE: 15,21%), что связано с низкой прибылью в результате увеличения неработающего финансирования и операционных расходов в некоторых юрисдикциях в 2019 году.

Основная доля активов исламского банкинга сосредоточена в странах Персидского залива, на них приходится 41,67% от общего объема мировых исламских банковских активов. В свою очередь, на страны Ближнего Востока и Северной Африки (без учёта стран Персидского

¹ Islamic Finance Development Report 2020 [Электронный ресурс]. Режим доступа — <https://icdps.org/uploads/files/ICDRefinitiv%20IFDI%20Report%20202016075028932100.pdf> (Дата обращения 26.03.2021).

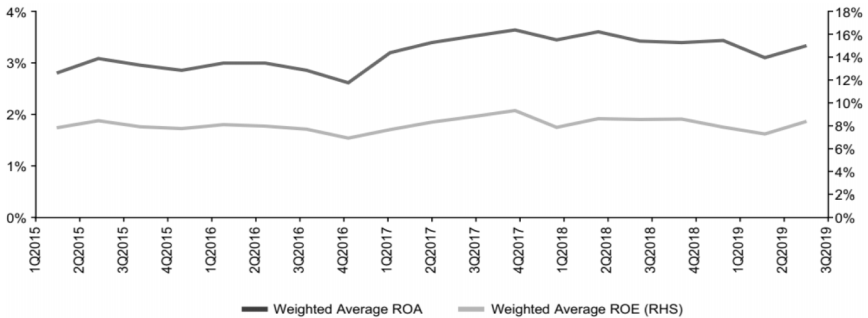


Рис. 2. Средневзвешенные показатели ROA и ROE исламской банковской системы [4]

залива) — 26,22%, на страны Юго-Восточной Азии — 23,78%, на страны Европы — 3,33%, на США — всего 0,01%.

На сегодняшний день исламский банкинг существует в различных формах в 106 странах. В целом можно выделить 3 основных направления развития и формы существования исламского банкинга в системе мировой экономики:

1. Страны Азии и Африки — исламские страны, в которых проживает основная масса потребителей услуг исламского банкинга. Однако важно отметить, что на сегодняшний день лишь в нескольких странах исламского мира, таких, как Иран, Малайзия, Судан и Пакистан, банковская система полностью регламентируется правилами шариата. Именно в них сосредоточена преобладающая доля исламских банковских активов (рис. 3), на 2 страны — Иран и Саудовская Аравия приходится более половины активов всего банковского сектора. Наибольший рост демонстрирует Марокко — удваивание активов за последний год.

2. Открытие исламских банковских учреждений в странах Европы и США. При этом в развитых странах существует проблема несоответствия между национальными законами, международными банковскими стандартами и стандартами исламского банкинга. Однако такие страны, как Великобритания, Италия, Франция, Люксембург, Ирландия, уже согласились адаптировать свое законодательство к требованиям исламских финансов.

3. Развитие концепции «исламских окон», как одного из направлений банкинга, осуществляемого крупными традиционными банками наряду с их обычной деятельностью. Так, например, «исламские



Рис. 3. Распределение стоимости исламских банковских активов по всему миру в 2019 году по стране [3]

окна» были открыты такими банками, как Citibank, Deutsche Bank, Société Générale. Однако существует концепция халальных денег, согласно которой деньги должны быть «чистыми», не должны быть получены за счет продажи алкоголя, табака или азартных игр. Таким образом под вопрос ставится «халальность» и «чистота» денег, заработанных традиционными коммерческими банками, что может служить препятствием для религиозных мусульман. Но стоит учитывать, спрос на продукты исламского банкинга исходит также и от немусульман.

Конечно, исламский банкинг, функционирующий в странах Африки и Азии, является эталонным и аутентичным, в то время как европейский, на мой взгляд, более адаптированным и эволюционировавшим.

Постепенно исламский банкинг получает своё развитие и в странах СНГ: в Казахстане, Таджикистане, Азербайджане, Узбекистане, где население представляют собой мусульмане. Страной — передовиком в сфере развития исламских финансов выступает Казахстан. В 2012 году здесь были приняты специальные законодательные акты, действующие

в области исламских финансов. На сегодняшний день в Казахстане успешно функционируют 2 полноценных исламских банка.

В России есть предпосылки для развития рынка исламского банкинга: во-первых, около 15–20% жителей нашей страны являются мусульманами, во-вторых, напряженные отношения с Западом поставили ребром вопрос поиска новых стратегических партнёров, коими могут выступить страны арабского мира.

Сегодня в России существует около 7 учреждений, функционирующих по принципам исламского банкинга. При этом их география довольно ограничена: все они в основном представлены в Татарстане и Дагестане. Некоторые коммерческие банки предлагают отдельные услуги. Так, банком Ак-Барс из Татарстана была запущена исламская ипотека; Московский индустриальный банк выпускает накопительные карты паломников; много интересных проектов в области исламских финансов реализуется Сбербанком: В 2020 году впервые была организована сделка торгового финансирования по экспорту российской пшеницы в Египет, был учрежден центр партнёрского финансирования и специальных проектов, создана платформа для пожертвований PayZakayat.

Если рассматривать все организации в совокупности, то можно говорить о том, что в принципе они оказывают весь спектр финансовых исламских финансовых услуг, однако полноценного исламского банка в России нет. При этом доступность этих услуг в различных регионах совсем не пропорциональна, а в части финансовой доступности данных услуг в сравнении с традиционными их стоимость порядком дороже.

В России существует ряд барьеров, ограничивающих функционирование исламских финансовых институтов. К ним по праву можно отнести законодательные, нормативно-правовые барьеры, ограниченность количества специалистов, «исламофобию», непрогнозируемость спроса, отсутствие стратегий развития исламских банков и как следствие всех вышеперечисленных барьеров высокую стоимость предлагаемых услуг.

В 2014 году Центральным банком была создана рабочая группа по изучению исламских финансов и поиску возможных путей его применения, однако спустя почти 7 лет, ни о каких результатах проделанной работы данной рабочей группой в публичных, общедоступных источниках не упоминается.

Таким образом, подводя итоги данного исследования, хочется ещё раз отметить, что исламский банкинг является направлением, растущим

очень быстрыми темпами. По ряду причин с каждым годом он получает всё большее и большее распространение за рубежом. В нашей стране, несмотря на ряд предпосылок для его внедрения, он присутствует в довольно сыром состоянии. При этом его развитие обеспечивается в основном деятельностью отдельных коммерческих институтов, в то время, как государство не проводит меры, направленные на устранение барьеров его функционирования.

Список литературы

1. Беккин, Р.И. Исламские финансы в современном мире: экономические и правовые аспекты / Р.И. Беккин; под редакцией Р.И. Беккина. — Москва: Ummah, 2004. 283 с. ISBN 5-94824-219-6.
2. Исламское финансирование в Сбере-2020: офис в Абу-Даби, экспортная сделка на 13 млн долл и победа PayZakat — Текст : электронный. — URL: <https://press.sber.ru/publications/islamskoe-finansirovanie-v-sbere-2020-ofis-v-abu-dabi-eksportnaia-sdelka-na-13-mln-doll-i-pobeda-payzakat>. (дата обращения: 28.03.2021).
3. Islamic Finance Development Report 2020. — URL: https://icd-ps.org/uploads/files/ICD-Refinitiv%20IFDI%20Report%2020201607502893_2100.pdf. (дата обращения: 26.03.2021) — Текст: электронный.
4. ISLAMIC FINANCIAL SERVICES INDUSTRY STABILITY REPORT 2020 — Текст: электронный. — URL: <https://www.ifsib.org> (дата обращения 28.03.2021).
5. Worldwide: value of Islamic banking assets 2019 | Statista. — Текст: электронный. — URL: <https://www.statista.com/statistics/1090891/worldwide-growth-of-islamic-banking-assets/> (дата обращения 26.03.2021).
6. Пшибиева С.А. Оценка условий и целесообразность внедрения технологий исламского банкинга в России. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2021. Т. 20. № 2. С. 146—157.

References

1. Bekkin, R.I. Islamic finance in the modern world: economic and legal aspects / R.I. Beckin; edited by R.I. Bekkin. — Moscow: Ummah, 2004. 283 p. ISBN 5-94824-219-6.
2. Islamic financing at Sberbank 2020: office in Abu Dhabi, export deal for \$ 13 million and victory for PayZakat — Text: electronic. — URL: <https://press.sber.ru/publications/islamskoe-finansirovanie-v-sbere-2020-ofis-v-abu-dabi-eksportnaia-sdelka-na-13-mln-doll-i-pobeda-payzakat> (date of access: 28.03.2021).
3. Islamic Finance Development Report 2020. — URL: https://icd-ps.org/uploads/files/ICD-Refinitiv%20IFDI%20Report%2020201607502893_2100.pdf. (date of access: 03/26/2021) — Text: electronic.

4. ISLAMIC FINANCIAL SERVICES INDUSTRY STABILITY REPORT 2020 – Text: electronic. – URL: <https://www.ifsb.org> (date of treatment 03/28/2021).
5. Worldwide: value of Islamic banking assets 2019 | Statista. – Text: electronic. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1090891/worldwide-growth-of-islamic-banking-assets/> (date of access 03/26/2021).
6. Pshibieva S.A. Assessment of conditions and feasibility of introducing Islamic banking technologies in Russia. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2021. T.20. № 2. P. 146–157.

Страхование дело / Insurance business

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2021-14-3-48-61>



Л. А. Орланюк–Малицкая

*Доктор экономических наук, профессор,
malitskaya49@rambler.ru*

*Департамент страхования и экономики социальной сферы,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Обязательное страхование в обеспечении страховой защиты

Аннотация: *Переход к цифровой экономике в условиях «общества риска» трансформирует финансовые институты, изменяя их общественную значимость и стратегические цели развития. На развитие страхования в целом, и обязательного страхования в частности, определяющее влияние оказывают два глобальных фактора: изменение рискованной ситуации, в том числе — качественные изменения характера проявления риска; и рост общественного сознания в сфере управления риском, осознание потребности в страховой защите. Обязательное страхование, направленное на защиту общественных интересов, в сложившейся ситуации приобретает особую значимость. Структура угроз и новые явления в реализации риска требуют на данной стадии большего, чем сложившееся в настоящее время, участия государства в проведении обязательного страхования.*

Ключевые слова: *обязательное страхование, вмененное страхование, риск, общественная потребность в страховании.*

L. A. Orlanyuk–Malitskaya

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
malitskaya49@rambler.ru*

*Department of Social Insurance and Economics,
Financial University under the Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

Compulsory insurance in the provision of insurance protection

Annotation: *The transition to a digital economy in a «risk society» is transforming financial institutions, changing their social significance and strategic development goals. The development of insurance in general, and compulsory insurance in particular, is influenced by two global factors: changing the risk situation, including qualitative changes in the nature of the risk; and the growth of public consciousness in the field of risk management, awareness of the need for insurance protection. Compulsory insurance aimed at protecting the public interest in this situation becomes of particular importance. The structure of threats and new phenomena in the realization of risk require at this stage more than the current state participation in compulsory insurance.*

Keywords: *compulsory insurance, imputed insurance, risk, public need for insurance.*

Постановка вопроса

Обязательное страхование — сложный и эффективный инструмент, который может быть использован в управлении не только экономическими, но и социальными процессами. В настоящее время обязательное страхование составляет заметную часть страховой деятельности. По итогам 2020 года доля обязательного страхования в структуре премий рынка составила 16% (в 2018 году — 15%).¹

В настоящее время обязательное страхование используется как инструмент решения ряда крупных социально-экономических задач: медицинского обеспечения, страховой защиты участников дорожного движения, компенсации последствий экологических рисков и других направлениях. Страховая наука и практика уделяют внимание развитию этих видов страхования, в то же время обзор современных публикаций показывает недостаточную разработанность теоретических вопросов обязательного страхования. В частности, системным аспектам реализации обязательного страхования, вопросам оптимальных границ обязательного страхования, интересам участников страхования должного внимания не уделяется.

Теоретический анализ проблем обязательного страхования и обобщение практики дает возможность сформировать следующую *гипотезу*:

- место обязательного страхования в системе финансовых методов управления риском в «обществе риска» и цифровой экономике меняется;

¹ БР. Обзор ключевых показателей деятельности страховщиков. 2020, № 4. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/32073/review_insure_20Q4.pdf.

- ключевым фактором этих изменений является осознание новых общественных потребностей в страховой защите на основе изменений в структуре угроз и характере проявления риска;
- повышение эффективности страховой защиты методом обязательного страхования требует более активного участия государства в организации страховой защиты.

1. Изменение характера риска как основа трансформации обязательного страхования.

Понятие «общество риска» имеет многослойный смысл. Здесь имеются в виду не только угрозы и риски, число, качество и склонность к синергии которых приобрели совершенно новый уровень, но и способность общества осознать и принять эту ситуацию — идентифицировать эти риски и управлять ими. В тех случаях, где это возможно, развитое «общество риска» воспринимает риск как ресурс.

Формирование «общества риска» заставляет по-новому оценить механизмы защиты от риска, в том числе — страхование (и его форму — обязательное страхование). В современных условиях классические требования к страховому риску утрачивают свою актуальность, а традиционные границы страхового риска «размываются» под воздействием глобальных процессов (демографических, экологических, природно-климатических, экономических, религиозно-этических). В частности:

- усиливается взаимозависимость рисков, когда последовательная цепь событий, некритичных по своему воздействию, в комплексе приводит к реализации тяжелого риска (например, эпидемия). Взаимозависимость рисков опасна своим синергетическим эффектом, кроме того, осложняет процедуру установления точного момента неблагоприятного события и величины убытка, связанного с наступлением этого события;
- риски (или их отдельные составляющие) становятся более прогнозируемыми. Это относится в равной степени как к медицине, так и к техногенным авариям, стихийным бедствиям. Для социума и экономики это — положительное явление. В то же время для страховщика это означает, что риск утрачивает случайность — один из своих важнейших признаков, на котором базируется вся современная концепция страхового риска;
- усиливается субъективная составляющая рисков. Обоснованное управление рисками хозяйственных агентов, образ жизни и харак-

тер поведения человека часто оказывают на наступление риска большее влияние, чем случайные факторы окружающей среды. В то же время известно, что риск, поддающийся страхованию, должен иметь объективную природу и не зависеть от волеизъявления сторон. Для разрешения этого противоречия в настоящее время применяются традиционные методы (дифференциация тарифа, франшиза, система «Бонус-малус» и т.д.), и новые технологии цифровой экономики. Однако дальнейшее развитие этого процесса потребует совершенствования страхового механизма.

Все эти трансформации проявления риска требуют новых подходов к пониманию страховой защиты общества и к организации страховой деятельности. Необходима разработка новых приемов и методов страхования, позволяющих защитить не только страхователя, но и страховщика как элемента системы управления риском.

Если говорить о страховой защите социума, в том числе — в обязательной форме, необходимо отметить два важных момента:

- постоянное нарастание числа крупных и тяжелых рисков, зачастую превышающих емкость не только национального страхового рынка, но и мирового страхового рынка. Этот процесс приводит к переносу потенциального ущерба на финансовые рынки, что требует от страховых организаций совершенного иного характера работы. Это, с одной стороны, усиливает влияние страхования на финансовый рынок в целом, с другой — требует дополнительных мер по обеспечению финансовой устойчивости страховой системы;
- на основе цифровизации и финтеха идет активный процесс трансформации событий со статусом «неопределенность» в статус рисков (вероятность) — это риски медицины, климатические риски и другие. Этот процесс идет настолько активно, что на микроуровне может осознаваться с запозданием. То есть, и социум, и страховщик могут опаздывать с осознанием необходимости страховой защиты какого-либо общественного интереса от вновь осознанных рисков. Здесь необходимо компетентное мнение специальных структур.

В обозримом будущем число тяжелых рисков, угрожающих социуму, будет нарастать — в силу демографических процессов, урбанизации, деградации окружающей среды, кибернетизации технологий, соответственно, будет расти потребность в обязательном страховании.

В связи с этим необходимо отметить:

1. Концепция защиты социума в обязательной форме приобретает такую значимость, которая не может быть решена на уровне страхового сегмента, защиты интересов отдельных министерств и ведомств. Здесь недопустима фрагментарность, необходимо четкое видение потребностей социума и перспектив его развития как базис для формирования целостной системы обязательного страхования. *Эти проблемы должны решаться на государственном уровне.* Недооценка потребности в защите социума путем обязательного страхования приведет к отягощению социальных проблем, к экономическим и временным потерям.

2. В сфере обязательного страхования лучше условия для защиты интересов страхователей, здесь регулятор реально может внедрить необходимые стандарты страховой услуги и обеспечить достойное качество обслуживания страхователя. Отмечавшаяся выше сложность проявления рисков может отрицательно влиять на финансовую устойчивость страховщика. При обязательном страховании таких рисков могут в определенных случаях использоваться государственные гарантии.

3. Может проводиться единая политика в области превенции: разрабатываться карты риска, обобщаться информация по рискам, объединяться ресурсы страховщиков, выделяемые на проведение предупредительных мероприятий.

4. В то же время необходимо соблюдение объективных границ эффективного применения обязательного страхования, что связано с экономической нагрузкой на страхователя и моральными рисками при проведении страхования. Известно также, что избыток защищенности психологически воспринимается тяжелее, чем ее недостаток. Следует отметить, что проблема границ эффективного применения обязательной формы страхования в настоящее время страховой наукой не проработана.

2. Общественный интерес как основа обязательного страхования.

Исследование проблемы общественных интересов, их осмысления и защиты входит в сферу интересов различных наук — философии, психологии, поведенческой экономики, маркетинга и других. Задачей страховой науки является выявление тех ключевых общественных интересов, которые нуждаются в страховой защите и определение возможностей такой защиты, разработка механизма защиты и определение эффективных границ такой защиты.

Обзор и анализ теоретических публикаций, нормативно-правовой базы и страховой практики дает возможность сформулировать ряд нерешенных проблем в этой сфере.

1. Отставание страховой практики от развития теории интереса. Несмотря на развитие понятия интереса в экономической теории и психологии, в страховой нормативно-правовой базе и основной массе литературы до настоящего времени декларируется, что в основе любого вида обязательного страхования лежит имущественный интерес. Однако понятие интереса шире его вещного наполнения: есть значительный психологический и этический аспекты, которые при формировании системы обязательного страхования в расчет не принимаются.

2. Рассмотрение общественно значимых интересов, лежащих в основе обязательного страхования, проводится на уровне одного договора, хотя обязательное страхование ориентировано на защиту интересов более высокого уровня. Так, страхование ОСАГО на уровне одного договора — это защита интересов отдельных лиц — участников страхования, но на макроуровне — это защита воспроизводства человеческого капитала.

3. В связи с тем, что общественные интересы разноректорны, должна учитываться приоритетность тех или иных интересов. В качестве примера можно привести обсуждавшуюся в ЕС в 2017 году возможность введения обязательного страхования ответственности при использовании роботов (автомобилей без водителя, роботизированных механизмов). Обязательное страхование, с одной стороны, дало бы защиту лицам, которые могут пострадать от функционирования роботов; с другой стороны, высокие тарифные ставки, по мнению экспертов, замедлят введение инноваций, то есть — не будут способствовать экономическому развитию. После осмысления баланса общественных интересов и потенциального влияния на экономику было принято решение — страхование ответственности за использование роботов не было введено.

4. Страховая услуга в обязательном страховании рассматривается сугубо с позиций интересов потребителя как слабой стороны договора — что правильно, но не полно. Такой подход слабо учитывает интересы страховщика как непосредственного организатора обязательного страхования, и совсем не учитывает интересы инфраструктуры страхового рынка, которая в настоящее время заметно влияет на качество страховой услуги. Здесь должен быть применен системный подход уже на стадии подготовки закона об обязательном страховании.

5. Интересы участников обязательного страхования разнонаправлены: потребитель страховой услуги заинтересован в качестве страховой услуги по приемлемой цене, а страховщик — в прибыли. Противоречивость интересов может иметь место и среди различных групп потребителей страховой услуги. Эти противоречия целесообразно иметь в виду уже при разработке законов об обязательном страховании и правил страхования. Эта противоречивость интересов в настоящее время не учтена должным образом, что видно по статистике объема страховых операций по обязательному страхованию и по величине премий и выплат.

Таблица 1

**Основные показатели обязательного страхования по итогам 2020 года
(в тыс. руб.)**

Вид страхования	Премия	Выплаты	Страховая сумма
Обязательное личное страхование – всего	16 866 812	1 4231 781	14 413 096 826
Обязательное имущественное страхование – всего	225 032 290	138 343 317	33 152 886 081 169
В т.ч. ОСАГО	220 021 177	137 371 398	-
Гражданская ответственность владельцев опасного объекта за причинение вреда вследствие аварии на опасном объекте	2 772 398	278 024	3 343 587 567
Гражданская ответственность перевозчика за причинение вреда жизни и здоровью пассажиров	2 238 715	693 896	33 149 542 493 602
Страхование всего (кроме ОМС)	1 538 700 732	658 485 525	33 735 434 979 110

При значительном общем объеме операций, приведенные данные показывают весьма скромный объем страховой защиты такого высокорискового сегмента, как страхование гражданской ответственности владельцев опасного объекта за причинение вреда вследствие аварии на опасном объекте. Объем выплат почти в 500 раз меньше, чем по ОСАГО (0,2%). Страховая сумма, которая показывает потенциальный объем выплат (соответственно, ожидаемый потенциальный ущерб), — почти в 10 раз меньше, чем страховая сумма по ответственности перевозчика за причинение вреда жизни и здоровью пассажиров. Все это происходит в ситуации постоянных экологических и техногенных проблем. Это

показывает, что потребность в защите есть, и потребность осознана (зафиксирована в нормативно-правовой базе), но необходимый уровень защиты не обеспечен.

Сложившаяся ситуация хорошо иллюстрирует противоречивость интересов владельцев опасного бизнеса и находящихся под риском физических и юридических лиц. Здесь она приведена как пример того, что даже введения обязательного страхования может быть недостаточно для защиты интересов социума.

3. Проблема баланса обязательного и вмененного страхования.

Осознание потребности в защите общественных интересов привело в последние годы к активному использованию такой своеобразной формы организации страхования, как вмененное страхование.

Вмененное страхование является обязательным для тех субъектов, которые хотят соответствовать определенным требованиям (получить лицензию на какой-либо вид деятельности и т.д.) По данным Банка России, в настоящее время в Российской Федерации насчитывается 61 вид вмененного страхования, введенный на уровне федеральных законов. Из них:

31 вид — это страхование ответственности, 3 вида — страхование имущества,

27 видов — страхование жизни и здоровья отдельных категорий граждан. 16 видов страхования осуществляются в отношении служащих органов государственной власти, соответственно, финансируются за счет бюджета ².

В целом регулятор отмечает недостаточную эффективность этой формы страхования. Средний уровень выплат по тем видам страхования, по которым премия уплачивается страхователем (их 45), составил всего 17,2%. Было установлено, что по некоторым видам вмененного страхования выплаты отсутствуют, в частности — по страхованию ответственности субъектов рынка электроэнергетики, ответственности актуариев, управляющих компаний, спецдепозитариев и некоторых других ³. Несмотря на то, что, по мнению регулятора, отсутствие выплат нельзя признать единственным критерием функциональности вмененного страхования ⁴,

² https://cbr.ru/Content/Document/File/118732/report_insurance_20210219.pdf.

³ <https://www.insur-info.ru/press/163141/>.

⁴ https://cbr.ru/Content/Document/File/118732/report_insurance_20210219.pdf.

сложившаяся ситуация хорошо иллюстрирует противоречивость интересов коммерческих страховщиков, потребителей страховой услуги и социума (в том числе, государства (и регулятора) как выразителя интересов социума).

Понимание обязательного страхования как инструмента реализации страховой защиты общественных интересов *в условиях «общества риска» и в ситуации противоречивости интересов участников страхования* требует, на наш взгляд, более активного, чем сейчас, участия государства в организации обязательного и вмененного страхования. Именно государство является выразителем интересов социума, и в этом качестве оно должно, на наш взгляд, *напрямую участвовать в проведении обязательного и вмененного страхования*. Особенно в отношении защиты государственных служащих и военнослужащих, которую, как показал опыт, коммерческие компании осуществляли с большими проблемами.

В частности, формой участия государства в проведении обязательного и вмененного страхования может быть создание специализированных «правительственных компаний».

Правительственные страховые организации (Government insurance organization) — некоммерческие организации, опыт работы которых известен в практике США. Это вид правительственной организации, создаваемой для достижения общественно полезных целей (например, для предоставления ориентированных на рынок общественно полезных услуг), и предполагающих получение доходов которые покрывают или примерно соответствуют ее расходам.⁵

Правительственная страховая компания — это страховая организация, формируемая государством для организации и финансирования каких-либо государственных проектов (например, помощи фермерам), в том числе осуществляющая страховую защиту этого проекта (сельскохозяйственное страхование). Правительственная компания наделяется необходимыми ресурсами, а далее получает доходы от своей деятельности, финансирует расходы и работает как обычная компания. Если в неблагоприятные годы образуется дефицит средств, компания субсидируется правительством, а если есть прибыль — она направляется в бюджет. Когда программа, под которую создавалась компания, закан-

⁵ Федеральные правительственные корпорации в США. https://old.asv.org.ru/information-analytics_docs/methodological/281698/.

чивается, компания либо закрывается, либо трансформируется в коммерческую компанию.

Проведение отдельных видов обязательного или вмененного страхования правительственными компаниями было бы целесообразно в тех случаях, когда премии оплачиваются за счет средств бюджета. В качестве страховщика правительственная компания:

- поднимет статус данного вида страхования;
- снимет в определенной мере конфликт интересов страхователя и коммерческого страховщика;
- снимет широко дискутирующиеся разногласия страховщиков и регулятора по поводу особых требований к капитализации бизнеса и специализации страховщиков, проводящих обязательные виды страхования;
- позволит обеспечить повышенную прозрачность страховых операций, что правительственной компании сделать проще, чем коммерческой, учитывая проблемы с расходами на ведение дела;
- при страховании в правительственной компании могут шире предоставляться социальные льготы по взносам, что коммерческие компании могут делать весьма ограниченно.

Правительственные компании, ориентированные на реализацию программ обязательного страхования, будут укомплектованы соответствующими специалистами. В том случае, если речь идет об очень крупных рисках, они могут быть перенесены на финансовые рынки с помощью соответствующих финансовых технологий.

Проведение обязательного (или вмененного) страхования правительственными страховыми компаниями, безусловно, несет с собой некоторые риски монополизации рынка. В то же время, государственная организация, перед которой поставлена социально-экономическая задача, все-таки имеет иную стратегию поведения, чем монополия рыночных компаний, ориентированных на получение прибыли.

Следует отметить, что эффективность централизации страхового фонда при проведении обязательного страхования отмечали не только классики отечественного страхования 19-го века и периода плановой экономики (Ф.В. Коньшин, Л.А. Мотылев), но и современные авторы.⁶

⁶ Богоявленский С.Б. Архитектура системы обязательного страхования и ее влияние на уровень тарифов.

Самостоятельной научной проблемой при анализе страховой защиты в обязательной форме является необходимость обеспечения системного подхода. Обязательное страхование — это социальный механизм, включающий не только экономические, но и правовые, административные и общественные отношения. Однако, при анализе и оценке результатов обязательного страхования рассматриваются обычно экономический эффект и правовые аспекты. В то же время, влияние страхования на общество не сводится к объему выплат пострадавшим. Страхование улучшает рисковую ситуацию в стране, обеспечивает психологическую защиту, формирует культуру жизни в обществе риска. Более того, именно в обязательном страховании ярко проявляется такая социальная составляющая страхования, как «обеспечение равенства перед риском». Понимание общественной значимости обязательного страхования необходимо учитывать при формировании стратегии развития обязательного страхования и при его популяризации.

Выводы

1. Потребность в переосмыслении места обязательного страхования в системе страховой защиты общества обусловлена влиянием двух глобальных факторов:

- ростом числа угроз общественным интересам и изменением характера реализации рисков;
- новым уровнем понимания потребностей в страховой защите общественных интересов.

2. Обязательное страхование ориентировано на общественный интерес, но только общественного интереса для его развития недостаточно. В организации обязательного страхования должны быть предусмотрены реализация интересов индивидуальных (каждого экономического субъекта) и коллективных — страховщиков и страхователей. Необходимо при проведении обязательного страхования учитывать весь комплекс интересов участников: страхователь — застрахованный — социум (поскольку речь идет об общественных интересах), выразитель интересов социума — государство, общественные группы.

3. Важной задачей современной страховой науки и практики является идентификация той группа рисков, в защите от которых социум имеет ярко выраженный и осознанный общественный интерес, а также объективных границ применения обязательной формы страхования.

4. Недостаточная эффективность проведения обязательного и вмененного страхования и очевидный конфликт интересов позволяет ставить вопрос о возможном прямом участии государственных структур в защите общественных интересов. Одним из вариантов такого участия может быть деятельность правительственной страховой компании — хотя бы в страховании государственных служащих.

Список литературы

1. Богоявленский С.Б., Минимизация тарифов по обязательным видам страхования за счет использования систем с единым фондом. *Финансы и управление*. 2017. № 4.
2. Вмененные виды страхования: старт общественной дискуссии <https://www.insur-info.ru/press/163141/>.
3. «Концепция развития положений части второй Гражданского кодекса Российской Федерации о договоре страхования» (одобрена решением Совета при Президенте РФ по кодификации и совершенствованию гражданского законодательства от 25.09.2020 № 202/оп-1/2020).
4. Орланюк-Малицкая Л.А., Янова С.Ю. Страхование как зеркало национальной экономики. *Журнал правовых и экономических исследований*. 2016. № 3.
5. Орланюк-Малицкая Л.А. Страховой интерес как базис развития регионального страхования. *Региональная экономика и управление: электронный научный журнал*. 2017. № 4 (52).
6. Орланюк-Малицкая Л.А. Информация как ресурс и как фактор риска в деятельности страховщика. *Ученые записки Российской академии предпринимательства*. Выпуск 42. 2015. С. 239–247.
7. Отчет по результатам ежегодного мониторинга значений страховых тарифов, применяемых при обязательном страховании гражданской ответственности перевозчика за причинение вреда жизни, здоровью, имуществу пассажиров, и их обоснованности, а также воздействия данного вида страхования на развитие субъектов предпринимательской деятельности в сфере транспорта за период с 2013 по 2019 год. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/31441/report_insurance_monitoring_2013_2019.pdf.
8. Современные тенденции совершенствования технологий реализации страховой защиты: Монография / Под ред. Орланюк-Малицкой Л.А., Цыганова А.А. — Москва: Кнорус, 2020.
9. Текущее состояние страхового рынка в российской Федерации в сегменте вмененного страхования. Москва, февраль 2021 года.
10. Федеральные правительственные корпорации в США. https://old.asv.org.ru/information-analytics_docs/methodological/281698/.

11. Фомичев А.А. Страховые услуги в системе финансовых услуг. Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1.
12. Цыганов А.А. Перспективы и последствия современных технологий страхования: постановка проблемы. ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2020. № 1.
13. Ширшов В. Ю. Роль обязательных видов страхования в формировании современной системы страховой защиты. ЖУРНАЛ «Тerra Economicus». 2007. № 4.
14. Юлдашев Р.Т., Логинова И.Л. Влияние цифровизации на развитие национальных страховых рынков на постсоветском пространстве. Страховое дело. 2021. № 2.

References

1. Epiphany S.B., Minimization of tariffs for compulsory types of insurance through the use of systems with a single fund. Finance and management. 2017. № 4.
2. Imputed types of insurance: the start of public discussion <https://www.insur-info.ru/press/163141/>.
3. «Concept for the development of the provisions of Part Two of the Civil Code of the Russian Federation on the insurance contract» (approved by the decision of the Presidential Council on the codification and improvement of civil legislation from 25.09.2020 № 202/оп-1/2020).
4. Orlanyuk-Malitskaya L.A., Yanova S.Yu. Insurance as a mirror of national economy. Journal of Legal and Economic Research. 2016. № 3.
5. Orlanyuk-Malitskaya L.A. Insurance interest as a basis for the development of regional insurance. Regional economy and management: electronic scientific journal. 2017. № 4(52).
6. Orlanyuk-Malitskaya L.A. Information as a resource and as a risk factor in the insurer's activities. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. Issue 42. 2015. Page 239–247.
7. Report on the results of annual monitoring of the values of insurance tariffs used in compulsory insurance of civil liability of the carrier for causing harm to the life, health, property of passengers, and their validity, as well as the impact of this type of insurance on the development of business entities in the field of transport for the period from 2013 to 2019. https://cbr.ru/Collection/Collection/File/31441/report_insurance_monitoring_2013_2019.pdf.
8. Modern trends in improving technologies for implementing insurance protection: Monograph. Ed. Orlanyuk-Malitskaya L.A., Tsyganova A.A. Moscow: Knorus, 2020.
9. Current state of the insurance market in the Russian Federation in the imputed insurance segment. Moscow, February 2021.

10. Federal government corporations in the United States. https://old.asv.org.ru/information-analytics_docs/methodological/281698/.
11. Fomichev A.A. Insurance services in the financial services system. Modern problems of science and education. 2015. № 1-1.
12. Gypsies A.A. Perspectives and consequences of modern insurance technologies: problem setting. STAGE: economic theory, analysis, practice. 2020 № 1.
13. Shirshov V. Yu. The role of compulsory types of insurance in the formation of a modern insurance protection system. JOURNAL «Terra Economicus». 2007. № 4.
14. Yuldashev R.T., Loginova I.L. The impact of digitalization on the development of national insurance markets in the post-Soviet space. Insurance business. 2021. № 2.

Взаимодействие государства и гражданского общества / The State and civil society Interaction

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2021-14-3-62-70>



С. Л. Сазанова

*Кандидат экономических наук, доцент,
sazanova@mail.ru*

*Кафедра институциональной экономики,
Государственный университет управления,
Москва, Российская Федерация*

*Департамент экономической теории,
Финансовый университет при Правительстве РФ,
Москва, Российская Федерация*

Сравнительный анализ кластерного и системного подходов в управлении развитием приграничных территорий (Россия – Китай)

***Аннотация:** Сбалансированное социально-экономическое развитие территории России является одной из главных целей управления экономикой страны. Важную роль в достижении этой цели играет развитие приграничных российских территорий, особенно удаленных от центральных районов страны, но имеющих достаточно развитые экономические связи со странами-соседами. Россия и Китай имеют достаточно протяженную границу и обширные приграничные территории, в развитии которых заинтересованы правительства обеих стран. Сбалансированное долгосрочное развитие приграничных территорий невозможно без научно обоснованных государственных программ, разработка которых предполагает предварительный сравнительный анализ методологических и теоретических оснований научных теорий, а также их релевантность поставленным целям и задачам.*

Предметом исследования в статье являются эвристические возможности кластерного подхода теории пространственной экономики, с одной стороны, и экосистемного подхода теории социально-экономических экосистем, с другой. Исследовательские результаты заключаются в выявлении относительных преимуществ и недостатков кластерного и системного подходов как теоретико-методологических и практических инструментов разработки и реализации программ социально-экономического развития приграничных с Китаем территорий Российской Федерации. Автор обосновала преимущества теории социально-

экономических экосистем как теоретико-методологического инструмента программ развития приграничных территорий.

Ключевые слова: пространственная экономика, экономика экосистем, экосистемы бизнеса, социально-экономические экосистемы, экономические кластеры, кластерный подход.

Благодарности: Статья подготовлена по результатам исследования, поддержанного Российским фондом фундаментальных исследований (РФФИ), проект № 20-010-00616.

S. L. Sazanova

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
sazanova@mail.ru*

*Department of Institutional Economics,
State University of Management,
Moscow, Russian Federation*

*Department of Economic Theory,
Financial University at The Government of the Russian Federation,
Moscow, Russian Federation*

Comparative analysis of cluster and system approaches in border area development management (Russia – China)

Annotation: *The balanced socio-economic development of the territory of Russia is one of the main goals of managing the country's economy. An important role in achieving this goal is played by the development of Russian border territories, especially those remote from the central regions of the country, but having sufficiently developed economic ties with neighboring countries. Russia and China have a fairly long border and vast border areas, in the development of which the governments of both countries are interested. A balanced long-term development of border areas is impossible without scientifically grounded state programs, the development of which presupposes a preliminary comparative analysis of the methodological and theoretical foundations of scientific theories, as well as their relevance to the set goals and objectives.*

The subject of research in the article is the heuristic possibilities of the cluster approach of the theory of spatial economics, on the one hand, and the ecosystem approach of the theory of socio-economic ecosystems, on the other. The research results are to identify the relative advantages and disadvantages of the cluster and system approaches as theoretical, methodological and practical tools for the development and implementation of programs for the socio-economic development of the territories of the Russian Federation bordering China. The author substantiated the advantages of the theory of socio-economic ecosystems as a theoretical and methodological tool for programs for the development of border areas.

Keywords: *spatial economics, economics of ecosystems, business ecosystems, socio-economic ecosystems, economic clusters, cluster approach.*

Acknowledgments. The article was prepared based on the results of research supported by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR), project No. 20-010-00616.

Развитие экономики страны невозможно без учета территориальных, отраслевых, демографических, научно-технических и других факторов. Особенную актуальность территориальные факторы приобретают для стран, имеющих большую территорию, характеризующуюся разнообразием природно-климатических зон, ресурсной базой, исторически сложившимися условиями хозяйствования. Наиболее ярким примером такой страны является Россия — самая большая страна мира, занимающая площадь 17 098 246 кв. км.¹ и расположенная в восьми природных и четырех климатических зонах. Экономико-географическое положение России является благоприятным для развития различных видов хозяйственной деятельности: промышленности, сельского хозяйства, сферы услуг. Однако исторические особенности формирования центров хозяйственной деятельности, торговых путей, экономических связей, а также современная специфика российской экономики обусловили несбалансированность экономики страны в отраслевом и территориальном аспектах. Решение проблемы сбалансированного социально-экономического развития России является актуальной с научной и практической точек зрения задачей, которая не может быть решена без участия государства. В связи с этим важное значение приобретает разработка научно-обоснованных программ развития экономики страны, в том числе, ее приграничных территорий, имеющих экономические и социальные взаимосвязи как с российскими, так и зарубежными экономическими центрами, что порождает как центробежные, так и центростремительные тенденции в их развитии. В центре внимания настоящей статьи находится проблема выбора теоретической платформы разработки программ управления развитием приграничных с Китаем территорий России, а основной исследовательской задачей — сравнительный анализ кластерного и системного экономического подходов. Исследовательские результаты будут заключаться в выявлении сравнительных преимуществ и недостатком

¹ По данным ресурса Infotables.ru Справочные таблицы. — Режим доступа: <https://infotables.ru/strany-i-goroda/19-tablitsa-ploshchad-territorij-stran-mira#hcq=G94mHys>
Дата обращения: 25.05.2021 г.

обоих подходов и обосновании выбора наиболее предпочтительного с точки зрения решения задачи успешного сбалансированного развития приграничных территорий.

В теорию и практику управления социально-экономическим развитием России в отраслевом и территориальном аспектах внесли вклад такие известные российские ученые, как М.В. Ломоносов, В.И. Вернадский, Г.Б. Клейнер, П.А. Минакир и др. Вплоть до начала 1990-х гг. теоретической основой управления социально-экономическим развитием российской экономики была теория экономического районирования, в соответствии с которой территория страны была поделена на экономические районы, взаимосвязанные в отраслевом, территориальном и других аспектах. Теория экономического районирования была эффективным инструментом народнохозяйственного планирования, прогнозирования и управления плановой экономикой, но при переходе к рынку в 1990-е гг. следование ей стало невозможным. Кроме того, отечественная наука стала более открытой для мирового научного сообщества, и российские ученые и политики стали активно изучать актуальные зарубежные теории управления социально-экономическим развитием.

Одним из основных теоретических инструментов исследования экономического развития страны в территориальном аспекте стала теория пространственной экономики (пространственный подход), теория экономических кластеров (кластерный подход) и системная экономическая теория (системный экономический подход). Основными категориями пространственной экономики являются «место», пространство, кластер и другие (Астапенко, 2018; Sazanova et al., 2019; Минакир, Демьяненко, 2010). Большим теоретическим и практическим потенциалом как с исследовательской, так и с управленческой точек зрения обладает системный экономический подход, оперирующий категориями «социально-экономическая система», «объектная подсистема», «средовая подсистема», «процессная подсистема», «проектная подсистема» (Клейнер, Рыбачук, 2019; Клейнер, 2020(1)), а также экономический экосистемный подход с его основными категориями: «социально-экономическая экосистема», «экосистема бизнеса» (Клейнер, 2019).

Каждый из перечисленных выше подходов обладает развитой методологической и теоретической основой, позволяющей разрабатывать комплексные программы управления развитием регионов страны (Клейнер, 2020(1); Минакир, 2021). Опыт практического применения в на-

шей стране и в мире имеют пространственный и кластерный подходы, которые в ходе практического применения показали свои относительные преимущества и недостатки как в России (Колчинская, Лимонов, 2019), так и за рубежом (Фонотов, Бергаль, 2020).

Предметом исследования в настоящей статье являются кластерный и системный подходы как теоретические основания программ управления приграничными территориями (Россия – Китай). Объектом исследования являются приграничные с Китаем территории России. Именно приграничные территории, по мнению автора, являются «лакомусовой бумагой», позволяющей оценить практическую эффективность каждого из этих подходов, поскольку на динамику их развития влияют разнообразные факторы, усиливающие либо центробежные, либо центростремительные тенденции (Сазанова, 2020; Шарипов, 2020).

На основе кластерного подхода на приграничных с Китаем территориях России были созданы промышленные и туристические кластеры, которые должны были стать драйверами развития территорий и решить проблемы социально-экономического развития, в том числе роста регионального продукта, оттока населения в центральные регионы России, совершенствования технологической базы на основе экономики 4.0 и др. Промежуточные итоги реализации программ развития приграничных с Китаем территорий России показали недостаточную эффективность кластерного подхода (Шарипов, Тимофеев, 2020). Основная проблема заключается в том, что кластерный подход не обеспечивает комплексного системного развития территорий, фокусируя ресурсы на кластерообразующих предприятиях. Решить проблему комплексного развития приграничных территорий способен системный экономический подход, который рассматривает приграничную территорию как систему, которая, с одной стороны, является подсистемой экономики страны, а с другой, сама состоит из подсистем: объектной, средовой, программной, проектной (Сазанова, 2020).

Сравнительный анализ развития Китая и России (Клейнер, Рыбачук, 2019) показал, что системное стратегическое планирование развития Китая дает великолепные результаты, в то время как недостаток системности при разработке программ развития российской экономики является существенным препятствием к ее переходу к экономике 4.0 и 5.0. Недостаток системности обуславливает уязвимость приграничных территорий перед глобальными вызовами, примером этого являет-

ся отток населения, сокращение производства и сферы услуг в условиях пандемических вызовов 2020 г. (Сазанова, 2020).

Драйверами роста приграничной с Китаем территории России должны стать новые организационные модели бизнеса — «перламутровые предприятия» (Клейнер, 2020(2)) — встроенные в социально-экономическую экосистему этих территорий. Создание новых объектов — перламутровых предприятий — в рамках существующих кластеров и / или при формировании новых потребует создания соответствующей среды (рыночной, индустриальной, цифровой инфраструктуры); запустит новые процессы, например, подготовки специалистов, на качественно новом уровне; и проекты — создание новых высокотехнологичных товаров и услуг, соответствующих потребностям человека в экономике 5.0. Важно, чтобы перламутровые предприятия были встроены в социально-экономическую экосистему приграничных территорий, иначе они могут усилить дисбалансы в развитии как самих приграничных территорий, так и страны в целом.

Таким образом, сравнительный анализ кластерного и системного подходов показал, что кластерный подход имеет ограниченную эффективность. На его основе можно создать условия для развития отдельных отраслей, предприятий и даже видов деятельности, но он оказался не способен решить проблему комплексного развития приграничной территории как подсистемы социально-экономической системы страны. Основой для разработки программ управления приграничной территорией должен стать системный экономический подход, а сама приграничная территория должна рассматриваться как социально-экономическая экосистема, центральным элементом которой, в условиях вызовов экономики 5.0, являются перламутровые предприятия.

Список литературы

1. Infotables.ru Справочные таблицы. — Режим доступа: <https://infotables.ru/strany-i-goroda/19-tablitsa-ploshchad-territorij-stran-mira#hcq=G94mHys>
Дата обращения: 25.05.2021 г.
2. Sazanov S.L., Sharipov F.F., Dyakonova M.A. Spatial Economics, Geopolitics, and Marxism. В книге: Marx and Modernity. A Political and Economic Analysis of Social Systems Management. Charlotte, 2019. С. 279–287.
3. Астапенко М.С. Теории и концепции пространственной экономики: сущностные аспекты и эволюция подходов. Вестник Евразийской науки. 2018. № 1.

4. Клейнер Г.Б. (1) Системная реконструкция российского социально-экономического пространства. Экономическое возрождение России. 2020. № 2 (64). С. 59–69.
5. Клейнер Г.Б. (2) Спиральная динамика, системные циклы и новые организационные модели: перламутровые предприятия. Российский журнал менеджмента. 2020. Т. 18. № 4. С. 471–496.
6. Клейнер Г.Б. Экономика экосистем: шаг в будущее. Экономическое возрождение России. 2019. № 1 (59). С. 40–45.
7. Клейнер Г.Б., Рыбачук М.А. (1) Системная сбалансированность экономики России: региональный разрез. Экономика региона. 2019. Т. 15. № 2. С. 309–323.
8. Клейнер Г.Б., Рыбачук М.А. (2) Системные проблемы и системные решения: Россия и Китай. Научные труды Вольного экономического общества России. 2019. Т. 220. № 6. С. 55–70.
9. Колчинская Е.Э., Лимонов Л.Э., Степанова Е.С. Являются ли кластеры эффективными для развития промышленных предприятий в странах с бывшей плановой экономикой? Пространственная экономика. 2019. Т. 15. № 4. С. 126–148.
10. Минакир П.А. Стратегии для России и в России. Пространственная экономика. 2021. Т. 17. № 1. С. 7–17.
11. Минакир П.А., Демьяненко А.Н. Пространственная экономика: эволюция подходов и методология. Пространственная экономика. 2010. № 2. С. 6–32.
12. Сазанова С.Л. Классификация бизнес-экосистем приграничной с Китаем территории России. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2020. Т. 19. № 4. С. 43–51.
13. Фонотов А.Г., Бергаль О.Е. Территориальные кластеры в системе пространственного развития: зарубежный опыт. Пространственная экономика. 2020. Т. 16. № 4. С. 113–135.
14. Шарипов Ф.Ф. Институциональные факторы, влияющие на формирование и развитие бизнес-экосистем приграничной с Китаем территории России: история и современное состояние. В сборнике: Экономический рост как основа устойчивого развития России. Сборник статей V-ой Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 30-летию образования налоговых органов РФ. 2020. С. 489–491.
15. Шарипов Ф.Ф. Анализ и оценка государственных федеральных и региональных программ развития приграничных территорий с точки зрения теории экосистем бизнеса. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2020. Т. 19. № 4. С. 64–72.
16. Шарипов Ф.Ф., Тимофеев О.А. Экосистемы российского и китайского бизнеса на приграничных территориях. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2020. Т. 19. № 3. С. 62–69.

References

1. Infotables.ru Reference tables. — Access mode: <https://infotables.ru/strany-igoroda/19-tablitsa-ploshchad-territorij-stran-mira#hcq=G94mHys> Circulation date: 25.05.2021.
2. Sazanova S.L., Sharipov F.F., Dyakonova M.A. Spatial Economics, Geopolitics, and Marxism. В книге: *Marx and Modernity. A Political and Economic Analysis of Social Systems Management*. Charlotte, 2019. Page 279–287.
3. Astapenko M.S. Theories and concepts of spatial economics: essential aspects and the evolution of approaches. *Bulletin of Eurasian Science*. 2018. № 1.
4. Kleiner G.B. (1) Systemic reconstruction of the Russian socio-economic space. *Economic revival of Russia*. 2020. № 2 (64). Page 59–69.
5. Kleiner G.B. (2) Spiral dynamics, system cycles and new organizational models: pearlescent enterprises. *Russian management journal*. 2020. T. 18. № 4. Page 471–496.
6. Kleiner G.B. *Ecosystem Economics: a Step into the Future*. *Economic Revival of Russia*. 2019. № 1 (59). Page 40–45.
7. Kleiner G.B., Rybachuk M.A. (1) Systemic balance of the Russian economy: regional section. *Economics of the region*. 2019. T. 15. № 2. Page 309–323.
8. Kleiner G.B., Rybachuk M.A. (2) Systemic problems and systemic solutions: Russia and China. *Scientific works of the Free Economic Society of Russia*. 2019. T. 220. № 6. Page 55–70.
9. Kolchinskaya E.E., Limonov L.E., Stepanova E.S. Are clusters effective for the development of industrial enterprises in countries with a former planned economy? *Spatial economy*. 2019. T. 15. № 4. Page 126–148.
10. Minakir P.A. Strategies for Russia and Russia. *Spatial economy*. 2021. T. 17. № 1. Page 7–17.
11. Minakir P.A., Demyanenko A.N. Spatial economics: evolution of approaches and methodology. *Spatial economics*. 2010. № 2. Page 6–32.
12. Sazanova S.L. Classification of business ecosystems of the territory of Russia bordering China. *Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship*. 2020. T. 19. № 4. Page 43–51.
13. Fonotov A.G., Bergal O.E. Territorial clusters in the system of spatial development: foreign experience. *Spatial economy*. 2020. T. 16. № 4. Page 113–135.
14. Sharipov F.F. Institutional factors influencing the formation and development of business ecosystems of the territory of Russia bordering China: history and current state. In the collection: *Economic growth as the basis for the sustainable development of Russia*. Collection of articles of the V-th All-Russian Scientific and Practical Conference dedicated to the 30th anniversary of the formation of the tax authorities of the Russian Federation. 2020. Page 489–491.

15. Sharipov F.F. Analysis and evaluation of state federal and regional programs for the development of border territories from the point of view of the theory of business ecosystems. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2020. T. 19. № 4. Page 64–72.
16. Sharipov F.F, Timofeev O.A. Ecosystems of Russian and Chinese business in the border territories. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2020. T. 19. № 3. Page 62–69.

С. П. Юхачев

*Доктор экономических наук, профессор,
uhachov@gmail.com*

*Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

*Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
Тамбов, Российская Федерация*

В. И. Меньщикова

*Кандидат экономических наук, доцент,
menshikova@list.ru*

*Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

Д. Д. Талалаев

*Аспирант,
talalaev.dimasik@mail.ru*

*Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина,
Тамбов, Российская Федерация*

Направления социально-экономической трансформации моногородов

(на примере г. Котовска Тамбовской области)

Аннотация: В статье раскрыты проблемы социально-экономического развития моногородов в России. Определены направления социально-экономической трансформации моногорода: формирование целевых документов развития; создание зон притяжения инвесторов; диверсификация производства градообразующего предприятия. Сделан вывод о том, что городу Котовск как одному из моногородов необходимо привлечение финансовых вливаний мелких и крупных инвесторов. При этом успешная реализация всех заявленных инвестиционных проектов окажет позитивное влияние на диверсификацию экономики моногорода, рост его налоговой базы и благосостояния населения, а также снижение оттока рабочей силы.

Ключевые слова: монопрофильное муниципальное образование, моногород, градообразующее предприятие, социально-экономическая трансформация.

S. P. Yukhachev

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
uhachov@gmail.com*

*Tambov State Technical University,
Tambov, Russian Federation*

*Tambov State University named after G.R. Derzhavina,
Tambov, Russian Federation*

V. I. Menshchikova

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
menshikova@list.ru*

*Tambov State Technical University,
Tambov, Russian Federation*

D. D. Talalaev

*Postgraduate student,
talalaev.dimasik@mail.ru*

*Tambov State University named after G.R. Derzhavina, Tambov,
Russian Federation*

Directions of socio-economic transformation of single-industry towns

(on the example of the city of Kotovsk, Tambov region)

Annotation: *The article reveals the problems of socio-economic development of single-industry towns in Russia. The directions of socio-economic transformation of a monotown have been determined: formation of target documents for development; creation of zones of attraction for investors; diversification of production of the city-forming enterprise. It is concluded that the city of Kotovsk, as one of the monocities, needs to attract financial injections of small and large investors. At the same time, the successful implementation of all announced investment projects will have a positive impact on the diversification of the economy of a single-industry town, the growth of its tax base and the welfare of the population, as well as a decrease in the outflow of labor.*

Keywords: *single-industry municipal formation, single-industry town, city-forming enterprise, socio-economic transformation.*

Как известно, термин «моногород» для российской экономики является относительно новым — он получил широкое распространение лишь в 90-е годы XX века, когда назрела необходимость определить спи-

сок муниципальных образований с градообразующими предприятиями, оказывающими сильное влияние на социально-экономическое положение этих территорий [7]. Хотя сами моногорода появились еще во времена правления Петра I [2].

На сегодняшний день в Российской Федерации «насчитывается 319 моногородов, в которых проживают порядка 15 млн. жителей, что составляет около 10% всего населения Российской Федерации» [7]. Сегодня большая часть моногородов России испытывает множество социально-экономических, демографических и инфраструктурных проблем, которые обострились после распада СССР. В условиях плановой экономики колоссальные финансовые средства вливались в градообразующие предприятия, а также в инфраструктуру моногородов. Данные предприятия всегда были обеспечены необходимым уровнем заказов на свою готовую продукцию, в случае отрицательных финансовых результатов государство субсидировало их деятельность. При переходе на рыночную экономику многие градообразующие предприятия пришли в упадок, государство уже не оказывало серьезного влияния на их работу, а потребности рынка в их продукции колоссально снизились. В итоге экономические проблемы градообразующих предприятий стали причиной социально-экономических проблем моногородов, в которых они располагались. Спустя многие годы после распада СССР государство вновь стало уделять большое внимание развитию моногородов, поскольку в рыночных условиях их развитие возможно только при поддержке государства.

В настоящее время в России активно развиваются институты поддержки моногородов — в их числе некоммерческая организация «Фонд развития моногородов». Кроме того, в последние 5 лет в моногородах формируются территории опережающего социально-экономического развития. Также следует отметить, что для целей строительства и (или) реконструкцию объектов социальной инфраструктуры в моногородах предоставляются субсидии и льготные займы для осуществления капитальных вложений в рамках реализации инвестиционных проектов в моногородах и другое [2].

В одной из более ранних работ авторов настоящей статьи отмечалось, что несмотря на принимаемые государственные меры по поддержке моногородов, социально-экономическая ситуация во многих из них остается критической. Так, на сегодняшний день к «красной» катего-

рии относятся 94 монопрофильных муниципальных образования в соответствии с классификацией моногородов по факторам риска социально-экономической ситуации в них по принципу «светофора» [7]. Иными словами, данные монопрофильные муниципальные образования соответствуют как минимум 2-м характеристикам:

- 1) градообразующее предприятие находится в стадии банкротства;
- 2) градообразующее предприятие планирует осуществить сокращение более 10% работников;
- 3) специализация отраслевого рынка градообразующего предприятия характеризуется неблагоприятной оценкой;
- 4) уровень регистрируемой безработицы выше среднероссийского уровня более чем в 2 раза, а также выявлена отрицательная оценка населением социально-экономического положения в моногороде [7].

Исследование ситуации в ряде моногородов России и анализа их социально-экономического положения позволил выявить ряд ключевых проблем их развития на современном этапе. Доминирующая часть этих проблем связана с сокращением налоговых отчислений градообразующими предприятиями в местные бюджеты, упадком социальной, инженерной и транспортной инфраструктуры, ростом безработицы, недостаточным обновлением производственных фондов и объемом инвестиций и др. Следствием наличие таких проблем является снижение среднего уровня продолжительности жизни населения моногорода, рождаемости, а также рост миграционного оттока трудоспособного населения в другие города и регионы. Дальнейшее развитие моногородов возможно только при условии их социально-экономической трансформации. Возможные направления необходимых изменений раскроем на примере г. Котовска Тамбовской области.

Город Котовск является типичным примером моногорода. Он возник благодаря решению в начале XX века построить крупнейшее казенное предприятие оборонного назначения. Так, в 1915 г. построен и сдан в эксплуатацию пороховой завод, а в 1938 г. поселок вокруг завода был выделен в самостоятельный промышленный район г. Тамбова с образованием райсовета. Основными видами деятельности градообразующего предприятия являются производство взрывчатых веществ, красок, лаков, эмалей и связанных с ними продуктов, пластмасс и синтетических смол в первичных формах, пластмассовых изделий для упаковыва-

ния товаров и детских игрушек. В настоящее время завод обеспечивает работой более 1,6 тысяч жителей моногорода.

В качестве направлений социально-экономической трансформации г. Кото夫ска можно выделить следующее:

- 1) формирование целевых документов развития;
- 2) формирование зон притяжения инвесторов;
- 3) диверсификация производства градообразующего предприятия.

В настоящее время в г. Кото夫ске разработана и реализуется стратегия социально-экономического развития города, в соответствии с которой в качестве путей снижения зависимости от градообразующего предприятия определены создание территории опережающего социально-экономического развития на территории моногорода Кото夫ск и заключение соглашений с резидентами индустриального парка «Кото夫ск» [5].

Для города Кото夫ска в качестве благоприятного определен инновационный сценарий развития, который базируется на ускоренном росте экономики города за счет устойчивого роста объемов промышленного производства на основе создания новых и модернизации действующих производственных мощностей, внедрения инновационных и информационных технологий за счет диверсификации экономики и увеличения объемов инвестиций в динамично развивающиеся секторы экономики. Данный путь приведет к развитию малого бизнеса, созданию более эффективной системы управления, повышению качества жизни населения.

Также в качестве целевого документа развития разработан инвестиционный паспорт города. Он отражает инвестиционную политику моногорода, определяет его конкурентные преимущества, выделяет перспективные инвестиционные проекты [1].

Также на уровне муниципалитета разработана программа «Комплексное развитие моногорода Кото夫ск», основными целями которой являются создание новых рабочих мест, повышение инвестиционной привлекательности моногорода, улучшение качества городской среды, снижение зависимости моногорода от деятельности градообразующего предприятия.

В рамках второго направления социально-экономической трансформации г. Кото夫ску присвоен статус территории опережающего социально-экономического развития [5]. Это позволит «в течение 10 лет создать более 2 тыс. рабочих мест и привлечь около 11 млрд. руб. инвестиций, вложенных резидентами» [5].

Статус резидента ТОСЭР «Котовск» предполагает получение инвесторами льгот по налогу на прибыль, налогу на имущество, земельному налогу и страховым взносам. В настоящий момент уже заключено 17 соглашений с резидентами ТОСЭР «Котовск», согласно которым объем инвестиций в основной капитал составит около 6,5 млрд. руб., количество созданных рабочих мест — около 6 тыс. Реализация данных инвестиционных проектов окажет сильнейший импульс в развитии и диверсификации экономики моногорода.

Постановлением администрации Тамбовской области от 26.01.2017 г. № 52 «О создании индустриального парка «Котовск» утвержден индустриальный парк «Котовск», общая площадь которого составляет 142 га [5]. Данный индустриальный парк включен в федеральный реестр индустриальных парков, что позволит индустриальной площадке в моногороде Котовска претендовать на получение федеральных мер поддержки. На сегодняшний день осуществляется подготовка к строительству инженерно-технической инфраструктуры парка. Резиденты индустриального парка в перспективе смогут претендовать на применении комфортного налогового режима, а также получают существенную экономию при реализации своих инвестиционных проектов за счет наличия всей необходимой транспортно-инженерной инфраструктуры.

В рамках третьего направления социально-экономической трансформации моногорода Котовска на градообразующем предприятии при поддержке Министерства промышленности и торговли в рамках реализации программы диверсификации продукции предприятий оборонно-промышленного комплекса реализуется проект по производству перчаток из нитрила. В рамках проекта общий объем инвестируемых средств оценивается в 1 млрд. руб., планируется наладить выпуск нитриловых, латексных и неопреновых медицинских перчаток, что принимает особую актуальность в условиях пандемии коронавирусной инфекции [1].

Производство медицинских перчаток станет дополнением к уже имеющейся линейке гражданской продукции, выпускаемой на Тамбовском пороховом заводе: лаки и эмали, порох для охотничьих и спортивных патронов, детские игрушки — неваляшки.

Таким образом, в моногороде Котовске на сегодняшний день ведется активная работа по социально-экономической трансформации

моногорода. Основная выбранная стратегия — привлечение финансовых вливаний как мелких, так и крупных инвесторов в экономику моногорода, что уже приносит положительные результаты. Успешная реализация всех заявленных инвестиционных проектов, безусловно, окажет позитивное влияние на диверсификацию экономики моногорода, рост его налоговой базы и благосостояния населения, а также снижение оттока рабочей силы.

Список литературы

1. Инвестиционный паспорт города Котовска Тамбовской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://kotovsk.tmbreg.ru/documenti/invest.pdf>.
2. Концептуальные подходы к разработке стратегии развития монопрофильного города / Е.Г. Анимациа (рук-ль авт. кол.), В.С. Бочко, Э.В. Пешина [и др.]; под науч. ред. А.И. Татаркина, М.В. Фёдорова. — Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. Экон. ун-та, 2010. 81 с.
3. О критериях отнесения муниципальных образований Российской Федерации к монопрофильным (моногородам) и категориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов) в зависимости от рисков ухудшения их социально-экономического положения: постановление Правительства Российской Федерации от 29 июля 2014 г. № 709. Собр. Законодательства Рос. Федерации. 2014. № 31. Ст. 4425.
4. О Перечне монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов): распоряжение Правительства РФ от 29 июля 2014 г. № 1398-р (ред. от 21.01.2020 г.). Собр. законодательства Рос. Федерации. 2014. № 31. Ст. 4448.
5. О создании территории опережающего социально-экономического развития «Котовск»: постановление Правительство Российской Федерации от 22 декабря 2017 года № 1607. Собр. законодательства Рос. Федерации. 2018. № 1. Ст. 350 (Часть II).
6. Расширение линейки продукции гражданского назначения [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://fkptpz.ru/novosti/605-rasshirenie-linejki-produktsii-grazhdanskogo-naznacheniya>.
7. Юхачев С.П. Создание территории опережающего социально-экономического развития как инструмент государственной поддержки моногорода (на примере города Котовска). С.П. Юхачев, Д.Д. Талалаев. Философия хозяйства. 2020. № 2 (128). С. 151–167.

References

1. Investicionnyj pasport goroda Kotovska Tambovskoj oblasti [Elektronnyj resurs]. — Rezhim dostupa: <https://kotovsk.tmbreg.ru/documenti/invest.pdf>.

2. Konceptual'nye podhody k razrabotke strategii razvitiya monoprofil'nogo goroda / E.G. Animica (ruk-l' avt. kol.), V.S. Bochko, E.V. Peshina [i dr.]; pod nauch. red. A.I. Tatarkina, M.V. Fyodorova. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. gos. Ekon. un-ta, 2010. 81 s.
3. O kriteriyah otneseniya municipal'nyh obrazovaniy Rossijskoj Federacii k monoprofil'nyh (monogorodam) i kategoriayah monoprofil'nyh municipal'nyh obrazovaniy Rossijskoj Federacii (monogorodov) v zavisimosti ot riskov uhdsheniya ih social'no-ekonomicheskogo polozheniya: postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 29 iyulya 2014 g. № 709. Sobr. Zakonodatel'stva Ros. Federacii. 2014. № 31. St. 4425.
4. O Perechne monoprofil'nyh municipal'nyh obrazovaniy RF (monogorodov): rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 29 iyulya 2014 g. № 1398-r (red. ot 21.01.2020 g.). Sobr. zakonodatel'stva Ros. Federacii. 2014. № 31. St. 4448.
5. O sozdanii territorii operezhayushchego social'no-ekonomicheskogo razvitiya «Kotovsk»: postanovlenie Pravitel'stva Rossijskoj Federacii ot 22 dekabrya 2017 goda № 1607. Sobr. zakonodatel'stva Ros. Federacii. 2018. № 1. St. 350 (CHast' II).
6. Rasshirenie linejki produkcii grazhdanskogo naznacheniya [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://fkptpz.ru/novosti/605-rasshirenie-linejki-produktsii-grazhdanskogo-naznacheniya>.
7. Yuhachev S.P. Cozdanie territorii operezhayushchego social'no-ekonomicheskogo razvitiya kak instrument gosudarstvennoj podderzhki monogoroda (na primere goroda Kotovska). S.P. Yuhachev, D.D. Talalaev. Filosofiya hozyajstva. 2020. № 2 (128). S. 151–167.

Отраслевое предпринимательство / Industry entrepreneurship

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2021-14-3-79-85>



К. С. Адильбаев

*Кандидат экономических наук,
k.adilbaev@akimvko.gov.kz*

*Акима́т города Семей,
Семей, Республика Казахстан*

Д. М. Акишева

*Докторант,
Dana_m@mail.ru*

*Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет,
Семей, Республика Казахстан*

А. К. Ибраева

*Кандидат экономических наук, старший преподаватель,
ZEretai@mail.ru*

*Университет имени Шакарима города Семей,
Семей, Республика Казахстан*

Формирование и проблемы развития системы промышленного производства Казахстана в переходный период

Аннотация: В статье рассматриваются периоды формирования и проблемы развития системы промышленного производства Казахстана. На современном этапе основной стратегической целью государственной политики в продовольственной сфере является создание необходимых организационно-экономических условий для повышения устойчивости и эффективности промышленного производства.

Ключевые слова: промышленное производство, управление промышленным комплексом.

K. S. Adilbaev

Cand. Sci. (Econ.),
k.adilbaev@akimvko.gov.kz

Akimat of Semey city,
Semey, Republic of Kazakhstan

D. M. Akisheva

Doctoral student,
Dana_m@mail.ru

Shakarim University of the City of Semey,
Semey, Republic of Kazakhstan

A. K. Ibraeva

Cand. Sci. (Econ.),
ZEretai@mail.ru

Shakarim University of the City of Semey,
Semey, Republic of Kazakhstan

Formation and problems of development of the system of industrial production of Kazakhstan in the transition period

Annotation: *The article discusses periods of education and problems of developing the industrial production system of Kazakhstan. In the present, the most important strategic purpose of state politics in the food ball is to create the necessary organizational and economic conditions for increasing sustainability and efficiency of industrial production.*

Keywords: *industrial production, management of the industrial complex.*

In the current phase of the development of the country, in the conditions of the developed economic relations characterized by the exchange of economic benefits between producers and consumers of goods and services, the main strategic objective of the state policy in the food sector is to create the necessary organizational and economic conditions for improving the sustainability and efficiency of industrial production.

The aim of the study is to uncover the problems of formation of industrial production of Kazakhstan in the transitional period.

Methods: monographic, theoretical analysis, comparison.

Finding. In the history of the food industry of Kazakhstan it is possible to distinguish the periods of management of the industry in composition:

1) the All-Union Ministry of Food Industry of the USSR before the introduction of the General Management Scheme—until 1975;

2) the Ministry of Food Industry of the USSR after the approval of the General Management Scheme — from 1975 to 1985;

3) the Republican State Agro-Industrial Committee (Gosagroprom) — from 1985 to 1989;

4) (after the abolition of Gosagroprom) the State Commission for Food and Procurement — from 1989 until the collapse of the USSR;

5) the sovereign state of Kazakhstan in the conditions of transition to a market economy.

So, in the pre-reform period, the system of management of the industry as part of the entire national economic complex underwent changes due to the contradictions of the command and administrative economy.

Many researchers note that the management system before the introduction of the general scheme was a multi-level pyramid, controlled from the center. Enterprises and organizations of national and local significance were included in the four-and five-tier management system. At the same time, the same branches of the food industry in the union republics were managed differently due to the uneven location of enterprises on the territory of the country [4].

The concept of management development in the agro-industrial complex provided for the division of functions and their transfer to the relevant ministries and departments. Accordingly, the planning of the development of the agro-industrial complex was entrusted to the State Planning Committee; to the State Treasury—material and technical support of enterprises and organizations of the agro-industrial complex; to the State Committee for Labor and Social Affairs—methodological guidance in the field of organization and remuneration of employees; development and approval of centrally set prices for agricultural products — to the State Committee on Prices; ensuring the export and import of agricultural products and raw materials is the responsibility of the Ministry of Foreign Economic Relations.

The concept of functioning and development of the main production link provided for a flexible combination of different forms of ownership and management based on the principles of the development of various forms of management.

During the period of socio-economic transformations, the implementation of a radical restructuring of management was expected [8]:

- gradual transformation of the abolished district agro-industrial associations;
- wide spread of new organizational forms of agro;
- industrial4
- integration and cooperation (agro-industrial associations, agro-combines, production associations, associations and other formations created on a voluntary basis);
- the establishment of councils of these formations, elected by labor collectives, designed to provide production services on a cooperative basis.

Thus, new forms of agro-industrial integration, the collapse of the organizational structure and management system of the agro-industrial complex as a whole coincided with the beginning of market transformations in the economy. At the same time, many management functions were dispersed between different ministries and departments.

Socio-economic transformations have shown that, despite the collapse of the previous system of relationships and economic relations of agricultural enterprises, the state sought to effectively manage in accordance with the requirements of the objective processes of the economy. Overcoming the consequences of the systemic crisis, the state has identified the need to limit interference in the economic activities of the main link of the economy and further expand the independence of enterprises. The priority areas of economic development based on the systematic solution of a number of fundamental tasks of the state include increasing the role of economic management and its further development. A particularly important point was the state's planning for the development of cooperative management principles.

In the current situation, at the initial stage of economic reform, due to the underestimation of the role of the state in regulating market relations, these plans were not destined to be implemented. It is obvious that the controllability of the socio- economic processes taking place in the agro-industrial complex was lost.

One of the significant factors of the dominance of negative trends in the collapse of the organizational structure of the agro-industrial complex is the collapse of its management system as a single object, which led to the strengthening of the previously existing structural imbalance within the

complex. There was a complete mismatch of interests (with some exceptions) between rural commodity producers, processors of their products, suppliers of means of production, mineral fertilizers, feed, fuel and lubricants, and other services. In the conditions of the post-crisis situation in the field of market relations, the desire of each participant in the technological cycle to obtain higher profits and excess profits has negatively affected the position of agricultural producers as the weakest in this economic chain. This situation in the industry is a consequence of the country's deep and difficult experience.

The long-term economic crisis, where the weakness of Kazakhstan's agricultural producers was due to objective reasons: small peasant (farm) farms, which were transformed into former large state-owned enterprises, could not resist the monopolism of suppliers of means of production, processing enterprises, suppliers of various services. Having neither equipment nor financial resources, small peasant (farmer) farms accepted the conditions imposed on them. Obviously, life has made agricultural producers understand the need to combine resources: material, technical, financial and other. Thus, after 10 years, we returned to what we faced after the collapse of the State Agrarian Industry: the need to develop cooperation and strengthen integration processes. To successfully solve the problem, the Law of the Republic of Kazakhstan «On Agricultural Partnerships and their Associations (Unions)» was adopted in 2000.

To successfully solve the problem of protection and representation of interests, the managers of food enterprises that process agricultural raw materials understand today the need to form mutually beneficial economic relations with agricultural producers, since their crisis state has returned to them as a boomerang in the form of a shortage of raw materials. As best practice shows, the best start to the development of the process of agro-industrial integration is legislative support in the form of the adoption of the Law of the Republic of Kazakhstan «On Agro-Industrial Integration», since in the context of the collapse of the agro-industrial complex, many managerial functions were dispersed between various ministries and departments (the Ministry of Agriculture, the Ministry of Economy, the Ministry of Finance, the Ministry of Energy, Industry and Trade, the State Property Committee, etc.).

The management mechanism of the food industry in Kazakhstan, which still remains uncertain and unformed, needs to be improved. In the former Ministry of Energy, Industry and Trade of the Republic of Kazakhstan, the

department of consumer Goods dealt with the problems of the food industry, and the Ministry of Agriculture does not have a division dealing with the processing industry. Especially acute is the problem of creating a coordinating body, the absence of which has led enterprises to work in an information vacuum. Also, the reconstruction and new construction of enterprises are carried out spontaneously, which leads to an irrational use of financial resources of enterprises and investors.

At the same time, Russia has a federal food industry management body in the form of the Department of Food and Processing Industry, which is part of the Ministry of Agriculture and Food of Russia.

Conclusions. Thus, the successful implementation of the mentioned directions of development of the industrial complex is ensured by the use of economic tools for the formation of a market mechanism of management. And ensuring high-quality economic growth of production in the food industry requires the development of effective mechanisms for managing this process, which should include such important components as education, public administration, investment activity, and the creation of appropriate development institutions.

Список литературы

1. О сельскохозяйственных товариществах и их объединениях (союзах): Закон Республики Казахстан от 25 декабря 2000 года № 133-ІІ.
2. Народное хозяйство СССР в 1922–1982 годах: юбилейный стат. ежегодник. — М.: Финансы и статистика, 1982 год.
3. Общая доктрина правоотношений / Халфина Р. О. — М.: Юрид. лит., 1974. 351 с.
4. О схеме управления текстильной промышленностью РСФСР: Разрешение Совета Министров РСФСР 10,04,1975 Н 227.
5. О Государственной комиссии Совета Министров СССР по продовольствию и закупкам и уточнении отдельных функций центральных хозяйственных органов в связи с перестройкой управления агропромышленным комплексом страны: Разрешение Совета Министров СССР от 08,08,1989 Н. 622.
6. О дальнейшем совершенствовании управления агропромышленным комплексом: Разрешение ЦК КПСС, Совет Министров СССР 14,11, 1985 Н 1114 (ред. от 13,01,1989).
7. Промышленность СССР: статистический сбор. — М.: Финансы и статистика, 1988. 286 с.
8. Ханин Г. И. Экономические обсуждения окончания перестройки. ОЭС. 2008. № 12. С. 39–56.

9. Рецензенты: Зиядин С. Т., доктор экономических наук, профессор, декан финансово-экономического факультета КазГУИУ, Семей. Курманбаев С. К., доктор сельскохозяйственных наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и управление» КазГУИУ, г. Семей.
10. Хасенова К.Е., Паримбекова Л.З. Ибраева А.К. Роль регионов в экономическом развитии страны на примере малых городов. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2021. Т. 20. № 1. С. 34–40.

References

1. On agricultural partnerships and their associations (unions): Law of the Republic of Kazakhstan of December 25, 2000, № 133-II.
2. The national economy of the USSR in 1922–1982: jubilee stat. yearbook. — M.: Finance and statistics, 1982.
3. General doctrine of legal relations / Khalfina R.O. — M.: Yurid. lit., 1974. 351 p.
4. On the scheme of management of the textile industry of the RSFSR: Resolution of the Council of Ministers of the RSFSR OF 10.04.1975 № 227.
5. On the State Commission of the Council of Ministers of the USSR for Food and Procurement and clarification of certain functions of the central economic bodies in connection with the restructuring of the management of the agro-industrial complex of the country: Resolution of the Council of Ministers of the USSR of 08.08.1989 № 622.
6. On further improvement of the management of the agro-industrial complex: Resolution of the Central Committee of the CPSU, the Council of Ministers of the USSR of 14.11.1985 № 1114 (ed. of 13.01.1989).
7. Industry of the USSR: statistical collection. — M.: Finance and Statistics, 1988. 286 p.
8. Khanin G. I. Economic discussions of the end of perestroika. ECO. 2008. No. 12. Pp. 39–56.
9. Reviewers: Ziyadin S. T., Doctor of Economics, Professor, Dean of the Faculty of Finance and Economics of KazGUIU, Semey. Kurmanbayev S. K., Doctor of Agricultural Sciences, Professor, Head of the Department «Economics and Management» of KazGUIU, Semey.
10. Khasenova K.E., Parimbekova L.Z. Ibraeva A.K. The role of regions in the economic development of the country on the example of small towns. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2021. T. 20. No. 1. P. 34–40.



А. Р. Григорян

Аспирант,
grgrn.art@mail.ru

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
Москва, Российская Федерация

Поэтапный план внедрения CRM-системы в стоматологическую клинику

Аннотация: В период кризиса и глобализации экономики CRM-концепция считается нововведение под номером один в управлении. Изначально было много отрицательных реакций на CRM, но уже сейчас она стала достаточно актуальной и с удовольствием принята руководителями более 75% стоматологическими клиниками.¹ Так, за основу была взята частная стоматологическая клиника, как один из ведущих и перспективных бизнесов в Российской Федерации.

Ключевые слова: CRM, Маркетинг, UTM-метка. IDENT, колтрекинг

A. R. Grigoryan

Postgraduate student,
grgrn.art@mail.ru

Moscow Financial and Industrial University «Synergy»,
Moscow, Russian Federation

Step-by-step plan for implementing a CRM system in a dental clinic

Annotation: During the crisis and the globalization of the economy, the CRM concept is considered the number one innovation in management. Initially, there were many negative reactions to CRM, but now it has become quite relevant and is gladly accepted by the heads of more than 75% of dental clinics. Thus, a private dental clinic was taken as a basis, as one of the leading and promising businesses in the Russian Federation.

Keywords: CRM, Marketing, UTM tag. IDENT, call tracking.

В статье рассмотрен план поэтапного внедрения CRM-инструмента в стоматологию, новизна и актуальность в том, что подобных работ на

¹ Баранчев В.П. Управление инновациями: учебник. — М.: Изд-во Юрайт, Ид Юрайт, 2014.

данный момент не рассматривались, так как профиль достаточно специфичный и узкий, хотя стоматологический бизнес на сегодняшний день один из самых перспективных бизнесов. В связи с чем большое количество бизнесменов вкладываются в стоматологические бизнесы и терпят большие убытки.²

В довольно-таки высококонкурентной стоматологической среде важно привлечение клиентов на продолжительный период, в связи с чем, необходимо удерживать пациента, то есть поднимая LTV (life-time-value)-жизненный цикл клиента.

Одной из моих рекомендаций будет правильное выстраивание воронки продаж и настройка CRM для стоматологической клиники.

Итак, этапы внедрения CRM-системы в стоматологию:

1. Определение целей

Руководство стоматологии должно четко понимать, какие результаты оно хочет получить от внедрения CRM-системы, дабы автоматически реализовать запросы.

В связи с этим каждый руководитель должен будет задать сам себе вопрос: «Я нуждаюсь во внедрении CRM-инструмента: ...»?

Таблица 1

Целесообразность внедрения CRM

для увеличения общего объема продаж стоматологических услуг
для выхода на более высокий уровень рынка стоматологических услуг
для увеличения объема продаж новых услуг или дополнительных товаров
для увеличения повторных приемов, тем самым удерживая базу пациентов
для контроля работы сотрудников и более четкой оценки (автоматизированный KPI)
для сокращения времени на рутинную работу

Источник: разработано автором на основании изучения потребностей стоматологических клиниках.

² Донкин В. Как увеличить прибыль стоматологии? Маркетинговые стратегии. Бизнес-стратегии. 280 с.

Стоит не забывать, что на обучение и адаптацию сотрудников к работе требуется от 1 до 3 месяцев

2. Аудит и формулировка CRM-системы

Большая часть успешности внедрения CRM-системы в стоматологию зависит от аудита, так каждая стоматология имеет свой четкий регламент и внутренние правила, а CRM обобщает все стоматологии по общему стандарту.³ Так, целью аудита является получение всей необходимой информации о базе данных, продажах услуг, дабы после сделать карту проекта, которая и является главной схемой CRM-системы. Иначе говоря, аудит — полный список вопросов, которые могут помочь узнать проблемы:

- откуда пациенты (их источники);
- с какими пациентами стоматология не работает;
- уровень коммуникации между пациентами и администраторами;
- почему появляются «отказники»;
- сколько администраторов работает с одним пациентом.

И таких вопросов гораздо больше, в связи с этим перенос, настройка и автоматизация налаженной работы между стоматологией и пациентами, и есть основная цель внедрения CRM-системы. Уже после строят воронку продаж и бизнес-процессы. Далее совместно с руководством создаются этапы, определяют поля и создают схемы движений пациента по воронке.

3. Настройка CRM-платформы

Это считается самым длительным этапом. Все начинается с создания аккаунта в CRM-системе, разрабатывается воронка под каждый бизнес-процесс, настройка воронки и полей квалификации, добавление пользователей и настройка прав, после подключение электронного ящика и настройка синхронизации с почтой. Перечисления зависят от запросов руководства. Помимо этого, многие CRM системы прописывают скрипты, обучают управлению клиникой, составляют КРП-сотрудникам, составляют отчеты.

4. Интеграция сервисов

Происходит дальнейшая интеграция с сайтами, IP-телефонией, с почтой, если есть необходимость, то и с 1С, а также с различными мессенджерами и социальными сетями.

³ Баранчев В.П. Управление инновациями: учебник. — М.: Изд-во: Юрайт, Ид Юрайт, 2014.

5. Обучение персонала и руководства

Стоит осознавать, что результат обучения сотрудников зависит и от присутствия руководителя. Но стоит быть готовыми к тому, что «старички» стоматологии могут быть недовольны нововведениями, так как они привыкли работать в старом темпе, как правило любое обучение проходит по скайпу, дабы каждый сотрудник смог в режиме реального времени работать и задавать вопросы. Одной из задач CRM-компании является качественное проведения обучения всех сотрудников. Задачей же руководителя является создание комфортных условий для обучения сотрудникам. Также хотелось бы сказать, что количество этапов в разных бизнесах или стоматологических клиниках отличается из-за целей стоматологии. Исходя из вышеперечисленных этапов внедрения CRM, можно сделать вывод, что руководитель получит более систематизированную клиентскую базу с готовой статистикой по всем обращениям пациентов в стоматологию, которая и даст возможность избежать «пустоты» в записях. CRM-инструмент (IDENT, iStom и другие) дают возможность повысить конверсию по обращениям в первичные записи и из собственных «спящих» пациентов сделать их вторичными.

Дополнительной поддержкой работоспособности стоматологической клиники будет проверка качества услуг и сервиса для того, чтобы сохранять свои позиции на рынке. И, конечно же, этим должен заниматься руководитель клиники или его заместитель.⁴

Для улучшения работы, руководитель должен ежемесячно проверять отчеты по выполненным работам, источникам прихода первичных пациентов, сервису, оттоку и прибыли от рекламных кампаний.

На мой взгляд, дополнительная рекомендация в стоматологических клиниках, для улучшения бизнес-стратегии клиники, это внедрение системы контроля качества стоматологических услуг, а именно отдел «контроля качества». Контроль качества стоматологических услуг является важной методикой проверки по соответствию оказанных медицинских услуг по рекомендациям (протоколам лечения), порядкам и стандартам стоматологической помощи, требованиям делового документооборота. Помимо этого, нужен еще и контроль качества за работой администраторов, то есть это может проявляться как перезвон в

⁴ Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии. — М.: Изд-во: МАИ, 2018.

течении дня пациентам, узнав о работе администратора и клиники. Так как наша цель, это увеличение эффективности стоматологического обслуживания путем разработки и внедрения экспертизы качества стоматологических услуг на основе результатов комплексного мониторинга, а в дальнейшем и повышение заработка бизнеса. Поэтому стоит сделать отдел качества, где ежедневно, выборочно специально обученный сотрудник, а лучше человек из управляющего отдела клиники будет прослушивать звонки, и те звонки, которые его не устроили или возникли недопонимания, по ним будут произведены звонки, для уточнения качества сервиса и в клинике, и администраторам. Мною был разработан чек-лист для опроса отдела качества:

№	ЧЕК-ЛИСТ
1	Добрый день, клиника (название клиники). Подскажите пожалуйста есть ли у вас пару минут?
2	Это отдел качества. С вами говорит, заместитель директора (управляющий) ИМЯ....
3	Мы работаем над улучшением работы клиники, поэтому хотели бы узнать мнение наших пациентов, так как нам важно ваше мнение.
4	Оцените пожалуйста работу администратора в клинике?
5	Что вам понравилось, а что нет?
6	Оцените пожалуйста работу врача?
7	Оцените пожалуйста работу клиники в целом?

Рис. 1. Рекомендуемый чек-лист для проверки качественной работы администраторов

Источник: Чек-лист разработан автором лично.

Такой вариант можно применить в случаях, когда возникают конфликтные ситуации. А во всех остальных ситуациях можно сделать смс-рассылки с оценкой работы клиники, как в целом, так и отдельных отделов (администраторы, врачи). Еще отличный способ для проверки работы собственной клиники — привлечение тайных пациентов. Заказать, как правило, такие компании можно у специализированных аудиторских компаний. И лучше будет заранее обговорить какие критерии хотели бы проверить, а также внимательно выслушать их предложения, так как у них есть большой опыт проведения подобных мероприятий. Третий ме-

тод — это видеонаблюдение. Камера нужна для контроля и разрешения форс-мажорных ситуаций с пациентами, она может увеличить самоконтроль сотрудников, так как понимание того, что можно пересмотреть запись, позитивно сказаться на результатах их работы. Когда администратор видит итоги своей работы, а именно «положительный фидбэк», и мотивация выполняет свои обязанности увеличиваются. Благодаря CRM-маркетингу появилась возможность оценить эффективность рекламы и контролировать качество общения администраторов с пациентами — звонки, заявки, обращения в социальных сетях.

Основные плюсы использования CRM-маркетинга внутри стоматологии: повышение объема прибыли; увеличение лояльности пациентов; масштабирование клиентской базы; повышение доли рынка; уменьшение времени, которое затрачивается на проведение операций, связанных с обслуживанием пациентов; снижение расходов.

Внедрение таких систем и в другие учреждения сильно снизит затраты и время на обработку данных, а также подготовку различной документации, даст возможность учреждению обеспечить оперативность обработки информации, следовательно сможет решить важную задачу, которая ведет к основной цели — повышению прибыли и улучшению собственного бизнеса, так как CRM — отличный помощник в деле удержания и повышения лояльности существующих пациентов стоматологических клиник.

Список литературы

1. Баранчеев В.П. Управление инновациями: учебник. — М.: Изд-во: Юрайт, Ид Юрайт, 2014.
2. Донкин В. Как увеличить прибыль стоматологии? Маркетинговые стратегии. Бизнес-стратегии. 280 с.
3. Зиннуров У.Г. Стратегическое маркетинговое планирование и управление на предприятии. М.: Изд-во: МАИ, 2018, 38 с.
4. Григорян А.Р., Макян Р.Г. CRM-инструмент IDENT: основная характеристика и содержание. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2021.Т. 20. № 2. С. 113–119.
5. Григорян А.Р. Инновационные эффекты от внедрения CRM-системы в частную стоматологию. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2021.Т. 20. № 2. С. 120–127.

References

1. Barancheev V. P. Innovation management: textbook. – Moscow: Publishing House: Yurayt, Yurayt Publishing House, 2014.
2. Donkin V. How to increase the profit of dentistry? Marketing strategies. Business strategies. 280 p.
3. Zinnurov U. G., Strategic marketing planning and management at the enterprise. – M.: Publishing house MAI, 2018. 38 p.
4. Grigoryan A.R., Makyan R.G. CRM-tool IDENT: the main characteristic and content. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2021. T. 20. № 2. C. 113–119.
5. Grigoryan A.R. Innovative effects from CRM system implementation in private dentistry. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2021. T. 20. № 2. C. 120–127.

М. И. Дли

*Доктор технических наук, профессор,
midli@mail.ru*

*Кафедра информационных технологий в экономике и управлении,
Национальный исследовательский университета «МЭИ»,
филиал в г. Смоленске,
Смоленск, Российская Федерация*

Т. В. Какатунова

*Доктор экономических наук, профессор,
tatjank@yandex.ru*

*Кафедра информационных технологий в экономике и управлении,
Национальный исследовательский университета «МЭИ»,
филиал в г. Смоленске,
Смоленск, Российская Федерация*

Модель оценки влияния кризисных явлений в промышленности на региональную экономику

Аннотация: Приведены результаты анализа финансово-экономического состояния организаций различных видов экономической деятельности. Предложена когнитивная экономико-математическая модель оценки влияния кризисных явлений в промышленности на региональную экономику. Использование указанной модели позволит повысить обоснованность стратегий антикризисного управления в промышленности.

Ключевые слова: кризисные явления в промышленности, региональная экономика, антикризисное управление, когнитивная экономико-математическая модель региона, банкротство.

Благодарности. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-410-670009 р_а.

М. I. Dli

*Dr. Sci. (Tech.), Prof.,
midli@mail.ru*

*Department of Information Technology in Economics and Management,
National Research University «MPEI»,
Smolensk branch,
Smolensk, Russian Federation*

T. V. Kakatunova

*Dr. Sci. (Econ.), Prof,
tatjank@yandex.ru*

*National Research University «MPEI»,
Smolensk branch,
Smolensk, Russian Federation*

Model for assessing the impact of industrial crisis on the regional economy

Annotation: *The results of the analysis of the financial and economic condition of organizations of various types of economic activity are presented. A cognitive economic and mathematical model for assessing the impact of crisis phenomena in industry on the regional economy is proposed. The use of this model will increase the validity of anti-crisis management strategies in industry.*

Keywords: *crisis phenomena in industry, regional economy, anti-crisis management, cognitive economic and mathematical model of the region, bankruptcy.*

Acknowledgements. The reported study was funded by RFBR according to the research project № 19-410-670009 p_a.

В последние годы экономика России и других стран подверглась влиянию множества различных неблагоприятных факторов, что привело к замедлению темпов развития отдельных отраслей промышленности и появлению кризисных ситуаций. Так, агрегированный индекс производства по промышленности в целом в 2020 г. составил 97,4%, а в январе–марте 2021 г. — 99,1% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Наиболее существенное падение производства в 2020 г. отмечалось по организациям, относящимся к таким видам экономической деятельности, как «добыча и обогащение бурого угля» (индекс производства — 89,5%), «производство кожи и изделий из кожи» (87,6%), «производство стальных труб, полых профилей и фитингов» (86,8%), «производство автотранспортных средств» (86,4%), «производство транспортных средств и оборудования, не включенных в другие группировки» (85,5%), «производство обуви» (84,9%), «производство огнеупорных изделий» (82,5%) и другим.

Развитие кризисной ситуации в 2020 г., как в российской, так и в мировой экономике, сопровождающееся падением спроса на различные товары и услуги, а также сокращением их предложения ввиду некоторой приостановки деловой активности в различных секторах и сфе-

рах деятельности, привело к определенному ухудшению финансово-экономического состояния отдельных организаций и, как следствие, увеличению доли убыточных организаций в общем числе организаций практически по всем видам экономической деятельности (рисунок 1). При этом доля убыточных организаций в общем числе организаций в РФ за период с 2019 г. по 2020 г. выросла с 26,5% до 29,4%, а в I квартале 2021 г. значение данного показателя составило 33,1%.¹ Наибольшее число убыточных организаций в 2020 г. отмечалось по таким видам экономической деятельности, как «обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха» — 47,7%, «деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» — 58,6% и др. В общем случае кризисные ситуации в условиях отсутствия своевременных эффективных мер, направленных на их преодоление и минимизацию отрицательных последствий, могут стать причиной снижения финансовой устойчивости и уровня платежеспособности организаций, а также банкротства. В то же время, несмотря на неблагоприятные прогнозы относительно влияния последствий пандемического кризиса на финансово-экономические результаты деятельности отдельных предприятий и организаций, и снятие правительственного моратория на возбуждение дел о банкротстве в соответствии с федеральным законом от 01.04.2020 № 98-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ по вопросам предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций», не было отмечено увеличения количества банкротств. Так, в 2020 г. количество решений, связанных с признанием организаций банкротами, уменьшилось на 20%, а в первом квартале 2021 г. — на 8% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Сокращение числа банкротств благодаря принятым в 2020 г. антикризисным мерам было отмечено не только в России, но и в ряде других стран. Например, во Франции в 2020 г. число банкротств организаций сократилось на 38,1%, в Японии — на 7,3%, в Великобритании — на 26,8%.²

¹ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: URL: <https://www.gks.ru/>.

² Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности [Электронный ресурс]: URL: <https://fedresurs.ru/news/25463799-3379-416d-b52f-3ab04335359e>.

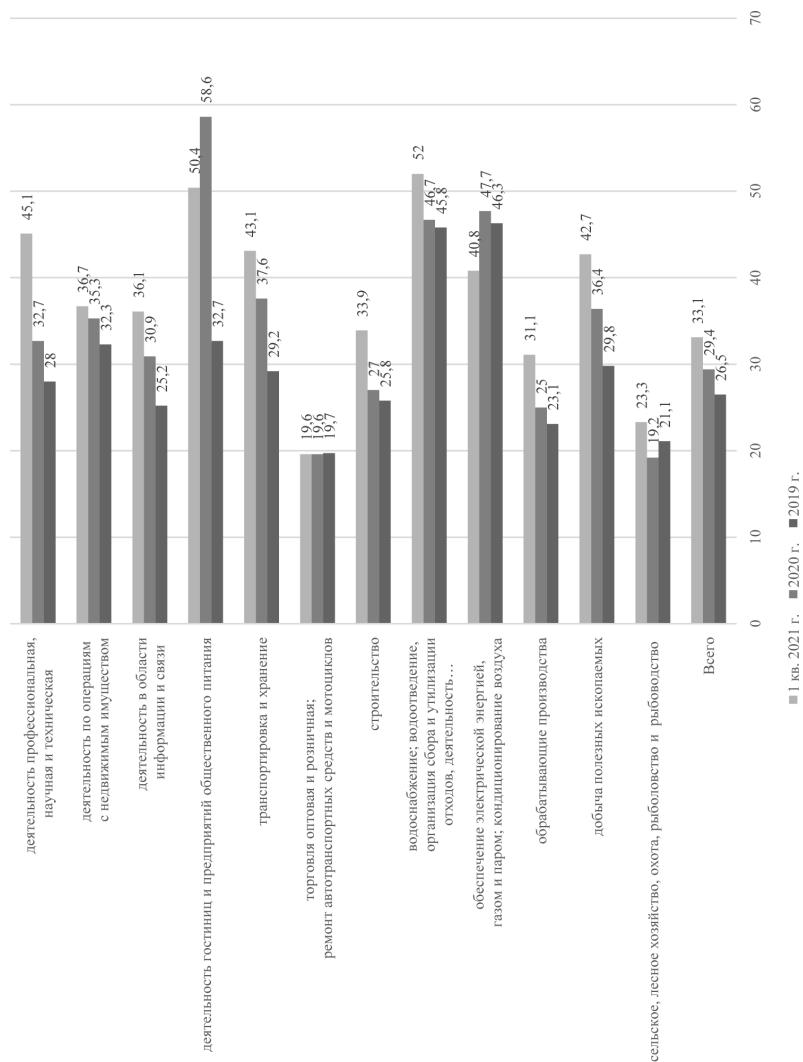


Рис. 1. Доля убыточных организаций в процентах к общему числу организаций по отдельным видам экономической деятельности

Согласно данным, представленным в Едином федеральном реестре сведений о банкротстве, в России в 2020 г. были признаны банкротами 9931 организаций (в 2019 г. банкротами были признаны 12401 организаций, что превышает значение 2020 г. в 1,25 раза). Анализ введенных при этом процедур арбитражного управления позволяет заключить, что в 2020 г. доля процедур, направленных на восстановление уровня платежеспособности организаций, попавших в кризисную ситуацию, и связанных с введением внешнего управления и финансового оздоровления, составила 0,97% от всех процедур, включая наблюдение. Из указанных процедур арбитражного управления в 2020 г. было принято 150 решений о введении внешнего управления (в 2019 г. — 209) и 23 решения о введении финансового оздоровления (в 2019 г. — 19). В 1-ом квартале 2021 г. число банкротств составило 2395 шт., а общее число процедур, связанных с наблюдением, внешним управлением и финансовым оздоровлением, составило 1960 шт.

Исследование организаций, относящихся к различным видам экономической деятельности, позволяет заключить, что, несмотря на общее сокращение количества организаций, признанных банкротами, в 2020 г., по некоторым секторам экономики был отмечен рост числа судебных решений, связанных с признанием организации банкротом и началом конкурсного производства. Указанная тенденция наблюдалась в отношении организаций по таким видам экономической деятельности, как «добыча полезных ископаемых» и «здравоохранение» (рис. 2). При этом наибольшее число решений о введении процедур конкурсного производства, как правило, предполагающих ликвидацию предприятия, в 2020 г. было отмечено в отношении организаций, относящихся к таким видам экономической деятельности, как «торговля», «строительство», «недвижимое имущество» и др.

Кризисные явления, развивающиеся в отдельных отраслях промышленности, оказывают существенное воздействие на уровень социально-экономического развития соответствующих регионов.³ В то же

³ Астахов В.В., Хабаров В.И. Определение эффективной стратегии повышения конкурентоспособности наукоемкого предприятия. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 2(74). С. 120–129; Курнышева И.Р. Конкурентный фактор структурной модернизации российской экономики. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 3. С. 16–25; Орехова С.В. Ресурсная стратегия фирмы: инвестиционные модели и российская специфика. Современная конкуренция. 2016. Т. 11. № 3. С. 65–76.

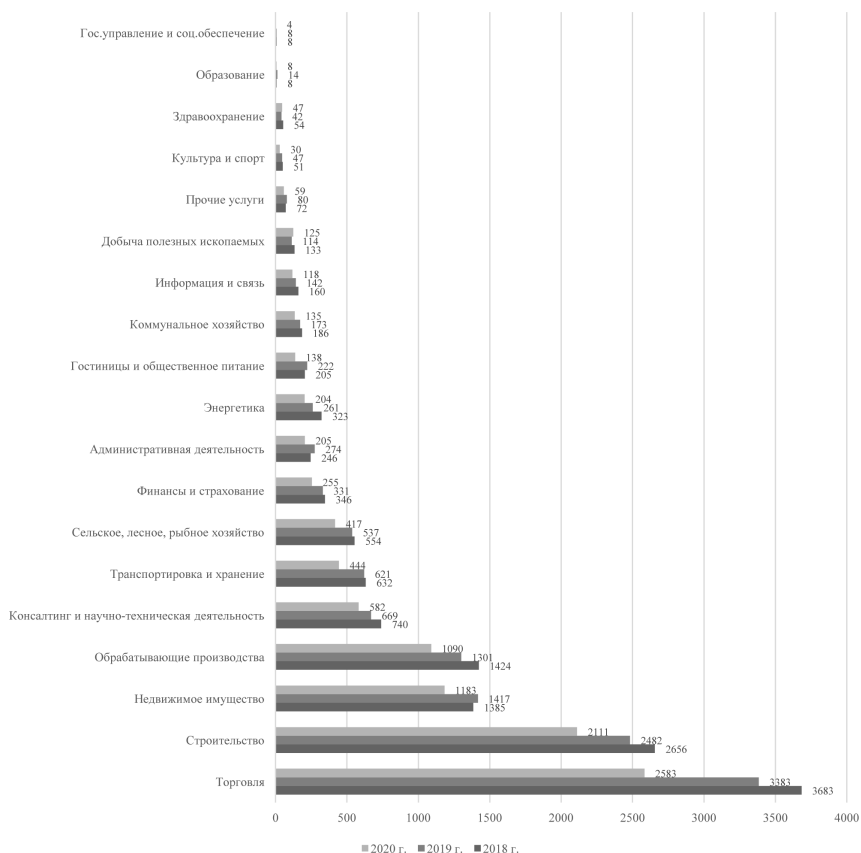


Рис. 2. Число решений о введении процедур конкурсного производства в отношении организаций по отдельным видам экономической деятельности

время, несмотря на общую неблагоприятную экономическую ситуацию в мире, реализация в 2020 г. и начале 2021 г. ряда государственных мер, направленных на поддержку различных отраслей промышленности, позволила избежать увеличения числа банкротств в регионах.

В настоящее время к числу регионов, отличающихся наибольшим количеством банкротств организаций, можно отнести следующие: г. Москва (в 2020 г. — 1212 шт., в 1-ом кв. 2021 г. — 467 шт.), г. Санкт-Петербург (в 2020 г. — 729, в 1-ом кв. 2021 г. — 177), Московская область (в 2020 г. — 706, в 1-ом кв. 2021 г. — 186), Свердловская область (в 2020 г. —

349, в 1-ом кв. 2021 г. — 85), Республика Татарстан (в 2020 г. — 309, в 1-ом кв. 2021 г. — 81) и другие.

Анализ финансово-экономического состояния организаций субъектов РФ, относящихся к Центральному федеральному округу, позволяет заключить, что в последние годы существенного колебания удельного веса убыточных организаций в общем числе организаций не наблюдалось (рис. 3). Отдельные регионы отличаются разнонаправленными тенденциями, связанными с процедурами банкротства организаций, и масштабами их проявления. Так, можно отметить, что к числу регионов Центрального федерального округа, где в 2020 г. было отмечено наименьшее число организаций, признанных банкротами, можно отнести Орловскую, Калужскую, Смоленскую область, а регионами с наибольшим количеством банкротств являются г. Москва, Московская, Воронежская и Ярославская области (рис. 4). При этом в 1-ом квартале 2021 г. число банкротств организаций оказалось выше по сравнению с аналогичным периодом 2020 г. в таких регионах Центрального федерального округа, как Воронежская (на 57,9%), Калужская (на 54,5%) и Ярославская области (на 41,2%).

В большинстве случаев развитие кризисных явлений в промышленности и увеличение числа банкротств приводят к сокращению налоговых поступлений в региональные бюджеты, росту безработицы, падению доходов населения и невозможности реализации в полной мере производственно-технологического и иного потенциала региона. Это определяет необходимость разработки эффективных инструментов диагностики кризисных ситуаций в промышленности, а также определения их последствий для социально-экономической среды региона и выявления новых возможностей развития различных отраслей промышленности.⁴

Также необходимо отметить, что в 2021 г. особое внимание государственных структур было привлечено к вопросам увеличения числа реабилитационных процедур, применяемых к предприятиям в кризисной ситу-

⁴ Гаврилова Т.А., Кубельский М.В., Кудрявцев Д.В., Гринберг Э.Я. Типологизация и систематизация подходов к разработке стратегии компании: модели и методы из смежных наук. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 3 (87). С. 99–118; Власов Д.С. Межстрановое сравнение инвестиционной конкурентоспособности промышленных предприятий. Современная конкуренция. 2016. Т.10. № 1(55). С. 54–66; Палей Т.Ф. Инфраструктурные и институциональные инструменты политики повышения национальной конкурентоспособности. Современная конкуренция. 2017. Т. 17. № 5(65). С. 103–113.



Рис. 3. Удельный вес убыточных организаций в процентах от общего числа организаций по отдельным субъектам РФ



Рис. 4. Число решений о введении процедур конкурсного производства в отношении организаций по отдельным субъектам РФ

ации, а также реализации комплексной реформы института банкротства в Российской Федерации. Это нашло отражение в разработанном Проекте Федерального закона № 1172553-7 «О внесении изменений в Федеральный закон «О несостоятельности (банкротстве)» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»⁵ и поступившем на рассмотрение в

⁵ КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/69063.html/>.

Государственную думу 17 мая 2021 г. В соответствии с данным Федеральным законом планируется уменьшение сроков и стоимости процедур банкротства. В Проекте федерального закона предлагается рассмотреть возможность отказа от таких процедур арбитражного управления, как «наблюдение», «финансовое оздоровление», «внешнее управление», и сокращения общего числа указанных процедур до двух («реструктуризация долгов», «конкурсное производство»), а также модернизации правил реализации имущества организаций, признаваемых банкротами. Сказанное, в свою очередь, определяет актуальность разработки инструментов, позволяющих решать аналитические задачи в области антикризисного управления в промышленности и осуществлять прогнозирование последствий принимаемых решений, связанных с реализацией процедур банкротства, в том числе ориентированных на финансовое оздоровление предприятий, находящихся в кризисной ситуации.⁶ Одним из эффективных инструментов, позволяющих эффективно решать указанные задачи может стать когнитивная экономико-математическая модель региона. На рисунке 5 приведена когнитивная экономико-математическая модель оценки влияния кризисных явлений в промышленности на региональную экономику. На рисунке 5 были использованы следующие обозначения концептов:

- доля предприятий, находящихся на стадии банкротства или предбанкротного состояния: a_1 — «авиационная промышленность», a_2 — «электронная и радиоэлектронная промышленность», a_3 — «фармацевтическая и медицинская промышленность», a_4 — «автомобильная промышленность», a_5 — «легкая и текстильная промышленность», a_6 — «транспортное машиностроение», a_7 — «сельскохозяйственное машиностроение», a_8 — «энергетика», a_9 — «химическая и нефтехимическая промышленность», a_{10} — «станкоинструментальная промышленность», a_{11} — «промышленность строительных материалов» и др.;
- концепты, характеризующие уровень социально-экономического развития региона: b_1 — «объем валового регионального продукта»;

⁶ Булыгина О.В., Емельянов А.А., Селявский Ю.В. Инструментальная поддержка принятия решений в управлении мультипроектами по выпуску металлопродукции. Часть 1. Прикладная информатика. 2019. Т. 14. № 3 (81). С. 74–90; Черновалова М.В. Нечеткие прецедентные модели для управления проектами с использованием мультионтологического подхода. Прикладная информатика. 2021. Т. 16. № 2 (92). С. 4–16; Выгодчикова И.Ю. Инструментарий принятия решений об инвестировании крупных российских компаний с использованием иерархической процедуры ранжирования и минимаксного подхода. Прикладная информатика. 2019. Т. 14. № 6 (84). С. 123–137.

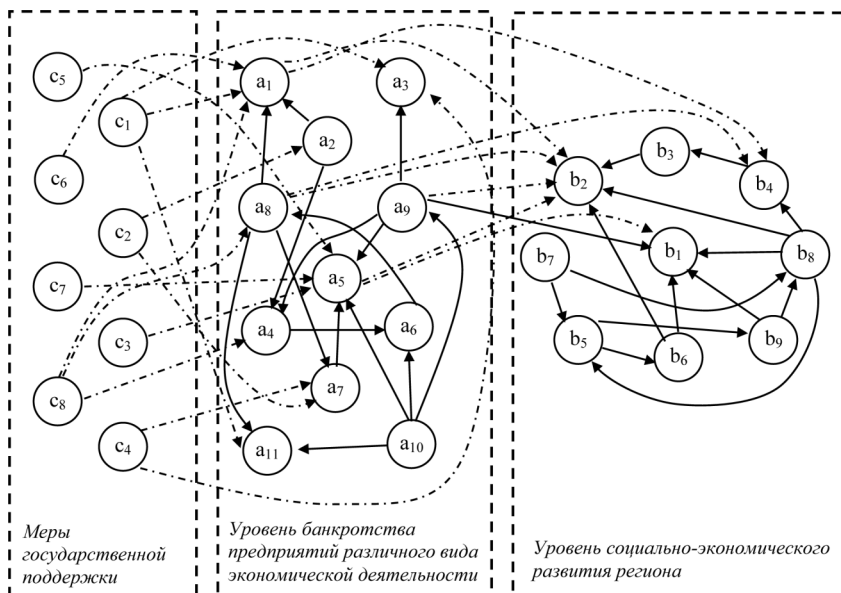


Рис. 5. Когнитивная экономико-математическая модель оценки влияния кризисных явлений в промышленности на региональную экономику

b_2 — «объем налоговых поступлений»; b_3 — «уровень доходов населения»; b_4 — «уровень занятости населения»; b_5 — «уровень инновационной активности предприятий региона»; b_6 — «доля инновационных товаров, работ и услуг в общем объеме товаров, работ и услуг, производимых в регионе»; b_7 — «степень развития производственно-технологического и инновационного потенциала региона»; b_8 — «доля предприятий промышленности, преодолевших кризисную ситуацию на основе модернизации»; b_9 — «удельный вес убыточных организаций по отдельным видам экономической деятельности»;

– меры государственной поддержки промышленных предприятий, находящихся в кризисной ситуации: c_1 — «перенос сроков уплаты налогов или рассрочка по налогам, в том числе по страховым взносам»; c_2 — «отсрочка по уплате арендных платежей на государственное, муниципальное и частное имущество»; c_3 — «льготное кредитование»; c_4 — «государственные гарантии по кредитам»; c_5 — «субсидии бизнесу на трудоустройство безработных»; c_6 — «предо-

ставление беспроцентных кредитов на выплату зарплат сотрудникам»; c_7 — «кредиты на поддержку занятости»; c_8 — «выдача листов нетрудоспособности и выплаты пособий по временной нетрудоспособности застрахованным лицам в возрасте 65 лет и старше».

На рисунке 5 пунктирные линии показывают влияние мер государственной поддержки промышленных предприятий, находящихся в кризисной ситуации, а также связи между концептами различных когнитивных карт. При описании связей между концептами карты можно использовать нечеткие множества.⁷ Исследование когнитивной экономико-математической модели, приведенной на рисунке 5, предполагает определение целевых концептов, описывающих уровень социально-экономического развития региона, а также анализ решений по поддержке предприятий, находящихся в кризисе, и выбор тех из них, которые приведут к наилучшим результатам с точки зрения антикризисного управления в различных отраслях промышленности на региональном уровне и обеспечат максимальную силу воздействия на целевые концепты когнитивной модели. К числу целевых концептов рассматриваемой когнитивной модели можно отнести следующие: b_1 ; b_3 ; b_4 ; b_8 . Представляется, что рассматриваемая когнитивная экономико-математическая модель позволит осуществить оценку последствий реализации соответствующих мер государственной поддержки промышленных предприятий, находящихся в кризисной ситуации, для социально-экономического развития региона в целом.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: URL: <https://www.gks.ru/>.
2. Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности [Электронный ресурс]/ URL: <https://fedresurs.ru/news/25463799-3379-416d-b52f-3ab04335359e>.
3. Астахов В.В., Хабаров В.И. Определение эффективной стратегии повышения конкурентоспособности наукоемкого предприятия. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 2(74). С. 120–129.
4. Курнышева И.Р. Конкурентный фактор структурной модернизации российской экономики. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 3. С. 16–25.

⁷ Булыгина О.В., Емельянов А.А., Яшин Е.С. Не-факторы, темпоральная логика и нечетко-логические инструменты в гибридных моделях управления рисками импортозамещения. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 4 (88). С. 5–43.

5. Орехова С.В. Ресурсная стратегия фирмы: инвестиционные модели и российская специфика. Современная конкуренция. 2016. Т. 11. № 3. С. 65–76.
6. Гаврилова Т.А., Кубельский М.В., Кудрявцев Д.В., Гринберг Э.Я. Типологизация и систематизация подходов к разработке стратегии компании: модели и методы из смежных наук. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 3 (87). С. 99–118.
7. Власов Д.С. Межстрановое сравнение инвестиционной конкурентоспособности промышленных предприятий. Современная конкуренция. 2016. Т.10. № 1(55). С. 54–66.
8. Палей Т.Ф. Инфраструктурные и институциональные инструменты политики повышения национальной конкурентоспособности. Современная конкуренция. 2017. Т. 17. № 5(65). С. 103–113.
9. КонсультантПлюс. [Электронный ресурс]. — URL:<http://www.consultant.ru/law/hotdocs/69063.html/>.
10. Булыгина О.В., Емельянов А.А., Селявский Ю.В. Инструментальная поддержка принятия решений в управлении мультипроектами по выпуску металлопродукции. Часть 1. Прикладная информатика. 2019. Т. 14. № 3 (81). С. 74–90.
11. Черновалова М.В. Нечеткие прецедентные модели для управления проектами с использованием мультионтологического подхода. Прикладная информатика. 2021. Т. 16. № 2 (92). С. 4–16.
12. Выгодчикова И.Ю. Инструментарий принятия решений об инвестировании крупных российских компаний с использованием иерархической процедуры ранжирования и минимаксного подхода. Прикладная информатика. 2019. Т. 14. № 6 (84). С. 123–137.
13. Булыгина О.В., Емельянов А.А., Яшин Е.С. Не-факторы, темпоральная логика и нечетко-логические инструменты в гибридных моделях управления рисками импортозамещения. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 4 (88). С. 5–43.

References

1. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki [Elektronnyi resurs]: URL: <https://www.gks.ru/>.
2. Edinyi federal'nyi reestr yuridicheskikh znachimykh svedenii o faktakh deyatel'nosti yuridicheskikh lits, individual'nykh predprinimatelei i inykh sub'ektov ekonomicheskoi deyatel'nosti [Elektronnyi resurs]/ URL: <https://fedresurs.ru/news/25463799-3379-416d-b52f-3ab04335359e>.
3. Astakhov V.V., Khabarov V.I. Opredelenie effektivnoi strategii povysheniya konkurentosposobnosti naukoemkogo predpriyatiya. Sovremennaya konkurentsia. 2019. Т. 13. № 2(74). S. 120–129.
4. Kurnysheva I.R. Konkurentnyi faktor strukturnoi modernizatsii rossiiskoi ekonomiki. Sovremennaya konkurentsia. 2019. Т.13. № 3. S. 16–25.

5. Orekhova S.V. Resursnaya strategiya firmy: investitsionnye modeli i rossiiskaya spetsifika. *Sovremennaya konkurentsia*. 2016. T.11. № 3. S. 65–76.
6. Gavrilova T.A., Kubel'skii M.V., Kudryavtsev D.V., Grinberg E.Ya. Tipologizatsiya i sistematizatsiya podkhodov k razrabotke strategii kompanii: modeli i metody iz smezhnykh nauk. *Prikladnaya informatika*. 2020. T. 15. № 3 (87). S. 99–118.
7. Vlasov D.S. Mezhsranovoe sravnenie investitsionnoi konkurentosposobnosti promyshlennykh predpriyatii. *Sovremennaya konkurentsia*. 2016. T.10. № 1(55). S. 54–66.
8. Palei T.F. Infrastrukturnye i institucional'nye instrumenty politiki povysheniya natsional'noi konkurentosposobnosti. *Sovremennaya konkurentsia*. 2017. T.17. № 5(65). S. 103–113.
9. Konsul'tantPlyus. [Elektronnyi resurs]. – URL:<http://www.consultant.ru/law/hotdocs/69063.html/>.
10. Bulygina O.V., Emel'yanov A.A., Selyavskii Yu.V. Instrumental'naya podderzhka prinyatiya reshenii v upravlenii mul'tiproektami po vypusku metalloproduktii. Chast' 1. *Prikladnaya informatika*. 2019. T. 14. № 3(81). S. 74–90.
11. Chernovalova M.V. Nechetkie pretsedentnye modeli dlya upravleniya proektami s ispol'zovaniem mul'tiontologicheskogo podkhoda. *Prikladnaya informatika*. 2021. T. 16. № 2 (92). S. 4–16.
12. Vygodchikova I.Yu. Instrumentarii prinyatiya reshenii ob investirovanii krupnykh rossiiskikh kompanii s ispol'zovaniem ierarkhicheskoi protsedury ranzhirovaniya i minimaksnogo podkhoda. *Prikladnaya informatika*. 2019. T. 14. № 6 (84). S. 123–137.
13. Bulygina O.V., Emel'yanov A.A., Yashin E.S. Ne-factory, temporal'naya logika i nechetko-logicheskie instrumenty v gibridnykh modelyakh upravleniya riskami importozameshcheniya. *Prikladnaya informatika*. 2020. T. 15. № 4 (88). S. 5–43.

*Доктор экономических наук, профессор,
и.о. ректора,
marved@mail.ru*

*Пушкинский государственный естественно–научный институт,
Москва, Российская Федерация*

О. А. Иванова

*Старший преподаватель,
baguzova_ov@mail.ru*

*Пушкинский государственный естественно–научный институт»,
Москва, Российская Федерация*

Д. В. Морозов

*Генеральный директор,
BIOCAD@BIOCAD.RU*

*ЗАО «БИОКАД»,
Санкт–Петербург, Российская Федерация*

Система стратегий управления изменениями на предприятии по производству одноразовой посуды

Аннотация: В статье рассматривается глобальная проблема пластикового загрязнения окружающей среды. В качестве пути ее решения предлагается сокращение объемов производства одноразовой пластиковой посуды с последующим переходом на использование продукции, которая будет безопасна для окружающей среды и здоровья человека. Такой переход предполагает разработку инновационных проектов по созданию биоразлагаемой посуды, а также материалов, оборудования и технологий для ее изготовления. Реализация подобных проектов предполагает не только создание продуктовых и технологических инноваций, но и осуществление изменений бизнес–процессов предприятий. Для эффективной реализации данных процессов предлагается использовать разработанную систему стратегий управления изменениями, которая отличается детальной проработкой комплекса организационных мер, а также мероприятий по мотивации персонала в целях снижения сопротивления проводимым изменениям. Выбор конкретной стратегии управления изменениями определяется такими критериями, как степень их радикальности, выделяемые сроки и ресурсы.

Ключевые слова: пластиковое загрязнение, одноразовая посуда, управление изменениями, стратегия.

M. V. Dulyasova

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Acting rector,
marved@mail.ru*

*Pushchino State Natural Science Institutes,
Moscow Russian Federation*

O. A. Ivanova

*Senior Lecturer,
baguzova_ov@mail.ru*

*Pushchino State Institute of Natural Sciences,
Moscow, Russian Federation*

D. V. Morozov

*General Director,
BIOCAD@BIOCAD.RU*

*CJSC «BIOCAD»,
Saint Petersburg, Russian Federation*

System of change management strategies for the enterprise producing disposable tableware

Annotation: *The article deals with the global problem of plastic pollution of the environment. As a way to solve this problem, it is proposed to reduce the production of disposable plastic tableware with a subsequent transition to the use of products that will be safe for the environment and human health. This transition involves the development of innovative projects to create biodegradable tableware, and materials, equipment and technologies for its manufacture. The implementation of such projects involves not only the creation of product and technological innovations, but also the implementation of changes in the business processes of enterprises. For the effective implementation of these processes, it is proposed to use the developed system of change management strategies, which is distinguished by a detailed elaboration of a set of organizational measures, including measures to motivate personnel in order to reduce resistance to the changes. The choice of a specific change management strategy is determined by such criteria as the degree of their radicality, the period of execution and the allocated resources.*

Keywords: *plastic pollution, disposable tableware, change management, strategy.*

В настоящее время одной из ключевых тенденций развития мировой индустрии питания является активный рост сектора онлайн-торговли продуктами и сервисов их доставки. Необходимость организации

транспортировки готовых продуктов питания в соответствии жесткими гигиеническими требованиями, в свою очередь, приводит к росту объемов производства одноразовой посуды и пищевой упаковки.

На сегодняшний день основным материалом для изготовления одноразовой посуды является пластик (в частности, полипропилен или полистирол), что обусловлено его физическими свойствами и низкой стоимостью. Однако возрастающие темпы производства и использования такой посуды приводят к обострению проблемы пластикового загрязнения окружающей среды, получившей уже глобальный характер.

По данным Программы ООН по окружающей среде, в мире ежегодно формируется 302 млн. т пластиковых отходов, что составляет 3–4% от общего объема производимых отходов. Согласно оценкам, в ближайшей перспективе данная цифра будет только расти ввиду увеличения численности населения, а также урбанизации и индустриализации развивающихся стран.

Несмотря на то, что данная экологическая проблема обсуждается давно, однако лишь в последние годы стали реализовываться различные мероприятия, в том числе и на государственном уровне. Так, в 2019 году на Ассамблее ООН по окружающей среде 170 стран договорились о существенном сокращении объемов производства и использования пластика к 2030 году.¹

В первую очередь под ограничение попали одноразовые пластиковые пакеты, при этом в некоторых странах они были запрещены задолго до указанного решения. Так, одной из первых запрет на использование пластиковых пакетов ввела Руанда в 2008 году. В общем же, от пластиковых пакетов полностью или частично отказалось свыше 40 стран, при этом наиболее жесткий запрет на одноразовые полиэтиленовые пакеты действует в Кении, где за его нарушение жителям страны грозит штраф до 40 тыс. долларов или тюремный срок до 4-х лет.

Следующими в списке товаров, которые планируется полностью или частично исключить из обращения, находятся одноразовая посуда и пищевая упаковка из полимеров. Так, в 2021 году Европейский союз запретил к производству и продаже пластиковые тарелки и столовые

¹ Какие страны отказались от пластика в 2019 году [Электронный ресурс] // Рамблер. Режим доступа: https://news.rambler.ru/other/43407702/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.

приборы, трубочки для напитков, пищевые контейнеры и емкости для жидкостей из пенополистирола. С этого же года запрет на пластиковые тарелки и трубочки для напитков ввела и Канада.

Данной проблемой серьезно озаботились и в России, ведь согласно данным Российского экологического оператора, в стране ежегодно образуется около 6,4 млн. т пластиковых отходов, при этом перерабатывается лишь их незначительная часть.² В этой связи в мае этого года было объявлено о подготовке законодательной инициативы о запрете труднособираемых пластиковых изделий. В первую очередь, к таким изделиям относятся одноразовые трубочки и столовые приборы из полимеров, которые достаточно сложно извлекать из общей массы твердых бытовых отходов.

В условиях ожидаемого запрета на использование одноразовой пластиковой посуды многие отечественные производители задумались о необходимости поиска путей выживания и развития своего бизнеса, которые должны быть связаны с переходом на производство продукции, которая будет безопасна для окружающей среды и здоровья человека.

Сегодня в качестве альтернативы пластиковой посуде предлагается бумажная, которая производится из ламинированного картона. С каждым годом ее доля на отечественном рынке увеличивается, что обусловлено легкостью ее утилизации, несущественно более высокими ценами и интересным дизайном. Однако она также не является абсолютно безопасной, поскольку покрывается полиэтиленом.

Другой альтернативой является биоразлагаемая посуда, представляющая собой смесь растительного материала и полипропилена. Естественно, такая посуда стоит существенно дороже пластиковой, однако более безопасна для окружающей среды и здоровья человека. Кроме того, сегодня экопосуда становится модным явлением, поэтому с каждым годом она расширяет свою долю рынка.³

² РЭО прокомментировал перечень неперерабатываемых изделий из пластмасс [Электронный ресурс] // Пластинфо.ру. Режим доступа: https://plastinfo.ru/information/news/47656_21.06.2021/.

³ Вартаев Р.С., Быстров А.В. Экологический подход к стратегической конкуренции. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 4(76). С. 17–45; Ершова Т.В., Гаффорова Е.Б., Хамдамов Ж.Х. Теоретические предпосылки возникновения и развития концепции экологического предпринимательства. Современная конкуренция. 2016. Т. 10. № 4(58). С. 13–25.

Отметим, что использование инновационных биоразлагаемых материалов является одним из перспективных направлений перехода на экологически безопасные виды упаковки. При решении данной задачи может быть задействован потенциал биотехнологической отрасли РФ, а также территориальных биотехнологических кластеров.⁴ Учитывая положительную динамику развития предприятий, связанных с разработкой и использованием биотехнологий, возникает дополнительная возможность обеспечения высокого уровня конкурентоспособности отечественной одноразовой посуды, в т.ч. и не зарубежных рынках.⁵

Следуя мировым тенденциям, некоторые крупные предприятия уже занялись переориентацией своих производственных мощностей на изготовление биоразлагаемой посуды. Например, в 2017 году компания *Huhtamaki* (Финляндия) представила инновационный материал *FutureSmart*, который полностью производится возобновляемого растительного сырья, подходит для горячих и холодных напитков и отличается повышенной устойчивостью к внешним воздействиям.⁶

Как показывает практика, реализация подобных инновационных проектов включает в себя не только создание новых продуктов, а также материалов и технологий для их изготовления, но и предполагает осуществление различных изменений в организации бизнес-процессов и корпоративной культуры промышленного предприятия.⁷

В общем, под изменением понимается переход на качественно новый уровень развития путем реализации комплекса мероприятий, направленных на получение дополнительных конкурентных преиму-

⁴ Дли М.И., Какатунова Т.В., Скуратова Н.А. Метод повышения эффективности промышленных предприятий-участников образовательно-производственных кластеров. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2018. Т. 17. № 4. С. 64–72.

⁵ Симонова Е.В. Стимулирование развития конкурентных преимуществ инновационного бизнеса посредством бенчмаркинга. Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 4(80). С. 54–67.

⁶ Инновации [Электронный ресурс] // Huhtamaki. Режим доступа: <https://www.huhtamaki.com/ru/foodservice-russia/about-us/innovations/future-smart/>.

⁷ Дли М.И., Какатунова Т.В. Трехуровневая нечеткая когнитивная модель для анализа процессов инновационного развития региона. Прикладная информатика. 2012. С. 30; Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В. Современные технологии распространения инноваций в промышленности северных регионов России. Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 3 (54). С. 179–191.

цеств, а также на улучшение рыночного положения и повышение показателей эффективности деятельности предприятия в целом.

На сегодняшний день существует несколько подходов к классификации изменений, различающиеся в зависимости от используемого критерия. Так, наиболее значимыми классификационными критериями, которые необходимо учитывать при построении системы управления изменениями, порождаемыми инновационными проектами, являются:

- вероятность события, порождающего конкретное изменение: непредвиденные и планомерные;
- подход к управлению изменениями: эволюционные (постепенные) и революционные изменения (кардинальные, предполагающие полное обновление);
- степень радикальности: радикальные (принципиальные изменения) и улучшающие (изменения некоторых параметров);
- область осуществления: стратегические (изменение долгосрочных целей развития), технологические (создание новых или усовершенствование продуктов или технологий), организационные (реинжиниринг бизнес-процессов), культурные (перемены в системе ценностей, нормах поведения, моделях взаимодействия, целевых установках сотрудников).

В основе системы управления изменениями на предприятии должна лежать некоторая стратегия, учитывающая возможности конкретного предприятия и особенности реализуемого инновационного проекта.⁸ Так, огромную роль при реализации изменений играет человеческий фактор⁹, при этом наибольшую угрозу представляют не ошибки планировании и реализации перемен, а сопротивление сотрудников непосредственно самим изменениям, которое может быть обусловлено различными (психологическими, социальными, организационными, профессиональными и экономическими) факторами.¹⁰

⁸ Дли М.И., Гавриленко Н.И., Какатунова Т.В. Открытые инновации как основа ускорения регионального инновационного процесса. Вестник Международного института экономики и права. 2011. № 1 (2). С. 50–52.

⁹ Никифорова Ю. М. Динамические способности как необходимый инструмент для нового развития и управления компаний. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 1(73). С. 73–89; Клейнер Г. Б. Системный менеджмент и системная оптимизация предприятия. Современная конкуренция. 2018. Т. 12. № 1(67). С. 104–113.

¹⁰ Дли М.И., Салов Н.А. Управление жизненным циклом экономической информационной системы с применением теории децентрализованных приложений. Прикладная информатика. 2018. Т. 13. № 1 (73). С. 5–12.

В этой связи особое внимание при разработке системы управления изменениями следует уделить вопросам мотивации персонала, задействованного в реализации инновационных проектов и непосредственном осуществлении сопутствующих изменений.

Исходя из вышесказанного, была предложена система стратегий управления изменениями, порождаемых инновационными проектами по созданию биоразлагаемой посуды, а также материалов, оборудования и технологий для ее изготовления. Данная система отличается детальной проработкой комплекса организационных мер, а также мероприятий по мотивации персонала в целях снижения сопротивления проводимым изменениям.

Выбор конкретной стратегии управления изменениями, порождаемыми инновационными проектами, предлагается производить исходя из следующих критериев, оцениваемых по номинальной шкале с двумя категориями:

- степень радикальности планируемые изменений, вызываемых реализацией инновационного проекта;
- сроки реализации изменений;
- выделяемые ресурсы на проведение изменений, при этом особое значение должно уделять оценке интеллектуального потенциала сотрудников, задействованных в реализации данных изменений (в частности, исследованию уровня квалификации в области бизнес-процессов, инноваций, функциональных областей).

На рисунке 1 представлена модель выбора стратегии управления изменениями на предприятии по производству одноразовой посуды, а в таблице 1 приведено описание организационных мер по их реализации, а также мероприятий по мотивации персонала в целях снижения сопротивления проводимым изменениям.

Таблица 1

**Система стратегий управления изменениями на предприятии
по производству одноразовой посуды**

№	Название	Организационные мероприятия	Мероприятия по мотивации
1	Инструктивная стратегия	Система штрафов. Назначение ответственных за результаты.	Индивидуальные выплаты. Публичное поощрение.
2	Директивная стратегия	Укрепление трудовой дисциплины. Формирование рабочей группы.	Индивидуальные выплаты. Расширение полномочий.

Продолжение таблицы 1

№	Название	Организационные мероприятия	Мероприятия по мотивации
3	Экспертная стратегия	Создание условий труда. Формирование рабочей группы. Привлечение внешних экспертов.	Выплаты за результаты. Повышение квалификации. Забота о здоровье, отдыхе, семье.
4	Переговорная стратегия	Создание условий труда. Система связи между подразделениями. Назначение ответственных за результаты.	Выплаты за результаты. Повышение квалификации. Социальный пакет.
5	Стратегия завлечения	Изменение организационной структуры. Удобный график работы. Создание проектной команды.	Индивидуальные выплаты. Карьерный рост. Дополнительные выходные.
6	Стратегия погружения	Изменение организационной структуры. Создание команды поддержки изменений. Удобный график работы.	Индивидуальные выплаты. Профессиональное развитие. Внутренние конкурсы.
7	Стратегия развития	Повышение оснащенности. Новые формы организации труда. Создание команды поддержки изменений. Система управления конфликтами.	Выплаты за результаты. Профессиональное развитие. Забота о здоровье, отдыхе, семье. Доска почета.
8	Стратегия принятия	Повышение оснащенности. Создание проектной команды. Система управления конфликтами.	Выплаты за результаты. Карьерный рост. Профилактика выгорания.

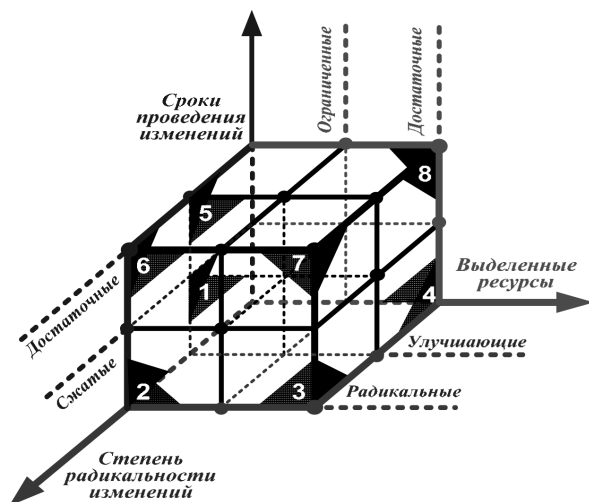


Рис. 1. Модель выбора стратегии управления изменениями на предприятии по производству одноразовой посуды

Как представляется, предложенная система стратегий управления изменениями на предприятии по производству одноразовой посуды может успешно использоваться для снижения сопротивления изменениям, вызванными различными технологическими и организационными нововведениями, что в результате обеспечит дополнительные конкурентные преимущества.

Список литературы

1. Какие страны отказались от пластика в 2019 году [Электронный ресурс] // Рамблер. Режим доступа: https://news.rambler.ru/other/43407702/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
2. РЭО прокомментировал перечень неперерабатываемых изделий из пластмасс [Электронный ресурс] // Пластинфо.ру. Режим доступа: https://plastinfo.ru/information/news/47656_21.06.2021/.
3. Вартаев Р.С., Быстров А.В. Экологический подход к стратегической конкуренции. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 4(76). С. 17–45.
4. Ершова Т.В., Гаффорова Е.Б., Хамдамов Ж.Х. Теоретические предпосылки возникновения и развития концепции экологического предпринимательства. Современная конкуренция. 2016. Т. 10. № 4(58). С. 13–25.
5. Дли М.И., Какатунова Т.В., Скуратова Н.А. Метод повышения эффективности промышленных предприятий-участников образовательно-производственных кластеров. Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2018. Т. 17. № 4. С. 64–72.
6. Симонова Е.В. Стимулирование развития конкурентных преимуществ инновационного бизнеса посредством бенчмаркинга. Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 4(80). С. 54–67.
7. Инновации [Электронный ресурс] // Huhtamaki. Режим доступа: <https://www.huhtamaki.com/ru/foodservice-russia/about-us/innovations/future-smart/>.
8. Дли М.И., Какатунова Т.В. Трехуровневая нечеткая когнитивная модель для анализа процессов инновационного развития региона. Прикладная информатика. 2012. С. 30.
9. Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В. Современные технологии распространения инноваций в промышленности северных регионов России. Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 3 (54). С. 179–191.
10. Дли М.И., Гавриленко Н.И., Какатунова Т.В. Открытые инновации как основа ускорения регионального инновационного процесса. Вестник Международного института экономики и права. 2011. № 1 (2). С. 50–52.

11. Никифорова Ю. М. Динамические способности как необходимый инструмент для нового развития и управления компаний. Современная конкуренция. 2019. Т.13. № 1(73). С. 73–89.
12. Клейнер Г. Б. Системный менеджмент и системная оптимизация предприятия. Современная конкуренция. 2018. Т.12. № 1(67). С. 104–113.
13. Дли М.И., Салов Н.А. Управление жизненным циклом экономической информационной системы с применением теории децентрализованных приложений. Прикладная информатика. 2018. Т. 13. № 1 (73). С. 5–12.

References

1. Kakie strany otkazalis' ot plastika v 2019 godu [Elektronnyi resurs] // Rambler. Rezhim dostupa: https://news.rambler.ru/other/43407702/?utm_content=news_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink.
2. REO prokommentiroval perechen' nepererabatyvaemykh izdelii iz plastmass [Elektronnyi resurs] // Plastinfo.ru. Rezhim dostupa: https://plastinfo.ru/information/news/47656_21.06.2021/.
3. Vartaev R.S., Bystrov A.V. Ekologicheskii podkhod k strategicheskoi konkurentsii. Sovremennaya konkurentsia. 2019. Т.13. № 4(76). С. 17–45.
4. Ershova T. V., Gafforova E. B., Khamdamov Zh.Kh. Teoreticheskie predposylki vznikeniya i razvitiya kontseptsii ekologicheskogo predprinimatel'stva. Sovremennaya konkurentsia. 2016. Т.10. № 4(58). С. 13–25.
5. Dli M.I., Kakatunova T.V., Skuratova N.A. Metod povysheniya effektivnosti promyshlennykh predpriyatii-uchastnikov obrazovatel'no-proizvodstvennykh klasterov. Uchenye zapiski Rossiiskoi Akademii predprinimatel'stva. 2018. Т. 17. № 4. С. 64–72.
6. Simonova E. V. Stimulirovanie razvitiya konkurentnykh preimushchestv innovatsionnogo biznesa posredstvom benchmarkinga. Sovremennaya konkurentsia. 2020. Т.14. № 4(80). С. 54–67.
7. Innovatsii [Elektronnyi resurs] // Huhtamaki. Rezhim dostupa: <https://www.huhtamaki.com/ru/foodservice-russia/about-us/innovations/future-smart/>.
8. Dli M.I., Kakatunova T.V. Trekhurovnevaya nechetskaya kognitivnaya model' dlya analiza protsessov innovatsionnogo razvitiya regiona. Prikladnaya informatika. 2012. С. 30.
9. Meshalkin V.P., Dli M.I., Kakatunova T.V. Sovremennye tekhnologii rasprostraneniya innovatsii v promyshlennosti severnykh regionov Rossii. Sever i rynek: formirovanie ekonomicheskogo poriyadka. 2017. № 3 (54). С. 179–191.
10. Dli M.I., Gavrilenko N.I., Kakatunova T.V. Otkrytie innovatsii kak osnova uskoreniya regional'nogo innovatsionnogo protsesssa. Vestnik Mezhdunarodnogo instituta ekonomiki i prava. 2011. № 1 (2). С. 50–52.

11. Nikiforova Yu. M. Dinamicheskie sposobnosti kak neobkhodimyi instrument dlya novogo razvitiya i upravleniya kompanii. Sovremennaya konkurentsia. 2019. T.13. № 1(73). S. 73–89.
12. Kleiner G. B. Sistemnyi menedzhment i sistemnaya optimizatsiya predpriyatiya. Sovremennaya konkurentsia. 2018. T. 12. № 1(67). S. 104–113.
13. Dli M.I., Salov N.A. Upravlenie zhiznennym tsiklom ekonomicheskoi informatsionnoi sistemy s primeneniem teorii detsentralizovannykh prilozhenii. Prikladnaya informatika. 2018. T. 13. № 1 (73). S. 5–12.

М. В. Дулясова

*Доктор экономических наук, профессор,
и.о. ректора,
marved@mail.ru*

*Пушкинский государственный естественно-научный институт,
Москва, Российская Федерация*

Д. В. Морозов

*Генеральный директор,
BIOCAD@BIOCAD.RU*

*ЗАО «БИОКАД»,
Санкт-Петербург, Российская Федерация*

А. В. Буданцев

*Директор,
budancev-a@inbox.ru*

*Департамент цифровой трансформации и мониторинга,
Московский государственный университет технологий
и управления им. К. Г. Разумовского
(Первый казачий университет),
Москва, Российская Федерация*

Обеспечение стратегической чувствительности научеомких промышленных предприятий

Аннотация: Рассмотрены основные тенденции развития научеомких промышленных предприятий РФ. Предложена структура системы взаимодействия научеомкого промышленного предприятия с государством и малым бизнесом, обеспечивающая стратегическую устойчивость некоторой «базовой части» их бизнес-процессов и в то же время позволяющая на основе использования преимуществ малого бизнеса придать высокую чувствительность его деятельности при реализации стратегических и оперативных планов.

Ключевые слова: стратегическое управление, стратегическая чувствительность, научеомкие промышленные предприятия, конкурентоспособность, малые предприятия.

M. V. Dulyasova

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Acting rector,
marved@mail.ru*

*Pushchino State Natural Science Institute,
Moscow Russian Federation*

D. V. Morozov

*General Director,
BIOCAD@BIOCAD.RU*

*CJSC «BIOCAD»,
Saint Petersburg, Russian Federation*

A. V. Budantsev

*Director,
budancev-a@inbox.ru*

*Department of Digital Transformation and Monitoring
K.G. Razumovsky Moscow State University of technologies and management
(the First Cossack University),
Moscow, Russian Federation*

Ensuring strategic sensitivity of knowledge-intensive industrial enterprises

Annotation: *The main trends in the development of high-tech industrial enterprises in the Russian Federation are considered. The structure of the system of interaction of a science-intensive industrial enterprise with the state and small business is proposed, which ensures the strategic stability of a certain «basic part» of their business processes and at the same time, which allows, based on the use of the advantages of small business, to ensure high sensitivity of its activities in the implementation of strategic and operational plans.*

Keywords: *strategic management, strategic sensitivity, knowledge-intensive industrial enterprises, competitiveness, small enterprises.*

Анализ основных тенденций развития отечественной промышленности показывает, что в последние годы данный сектор экономики оказался под влиянием множества неблагоприятных факторов, в том числе связанных с необходимостью преодоления последствий пандемии и связанного с ней экономического кризиса. Ввиду воздействия неблагоприятных факторов внешней среды предприятия практически всех отраслей

промышленности столкнулись с необходимостью трансформации производственно-технологических и иных процессов, а также корректировки стратегических ориентиров развития. Сказанное в значительной степени относится к наукоемким промышленным предприятиям, в числе которых можно выделить предприятия таких видов экономической деятельности, как «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях», «производство компьютеров, электронных и оптических изделий», «производство летательных аппаратов, включая космические, и соответствующего оборудования» и ряда других. С одной стороны, на таких предприятиях достаточно сложно реализовать процессы удаленно или соблюдать правила социального дистанцирования, с другой стороны, вследствие разрыва производственно-технологических и сбытовых цепочек на мировом уровне биотехнологические предприятия, предприятия электроники, авиастроения, автомобилестроения и других высокотехнологичных отраслей промышленности столкнулись в ряде случаев с невозможностью обеспечения необходимых поставок сырья, материалов и комплектующих.

В результате по отдельным видам экономической деятельности (ВЭД) в 2019–2020 гг. отмечалось падение темпов роста или спад. Например, определенный спад производства был отмечен в организациях по ВЭД «производство летательных аппаратов, включая космические, и соответствующего оборудования» (индекс производства в 2019 г. составил 94,8%). В то же время в начале 2021 г. по рассматриваемым отраслям наблюдался существенный рост по сравнению с аналогичным периодом 2020 г., что в том числе связано со снятием отдельных ограничений, введенных вследствие ухудшения эпидемиологической ситуации (рис. 1). При этом, согласно прогнозам Международного валютного фонда, восстановление российской экономики будет проходить несколько медленнее, чем ряда других стран (Китай, США, Франция, Испания и др.). Так, в 2021 г. прогнозируется рост экономики России на 3,8% при отмеченном в 2020 г. спаде на 3,1%.¹

Однако несмотря на отдельные отрицательные моменты наукоемкие отрасли промышленности в России обладают существенным потенциалом роста, сформированным в предыдущие годы. В общем случае доля

¹ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: URL: <https://www.gks.ru/>.

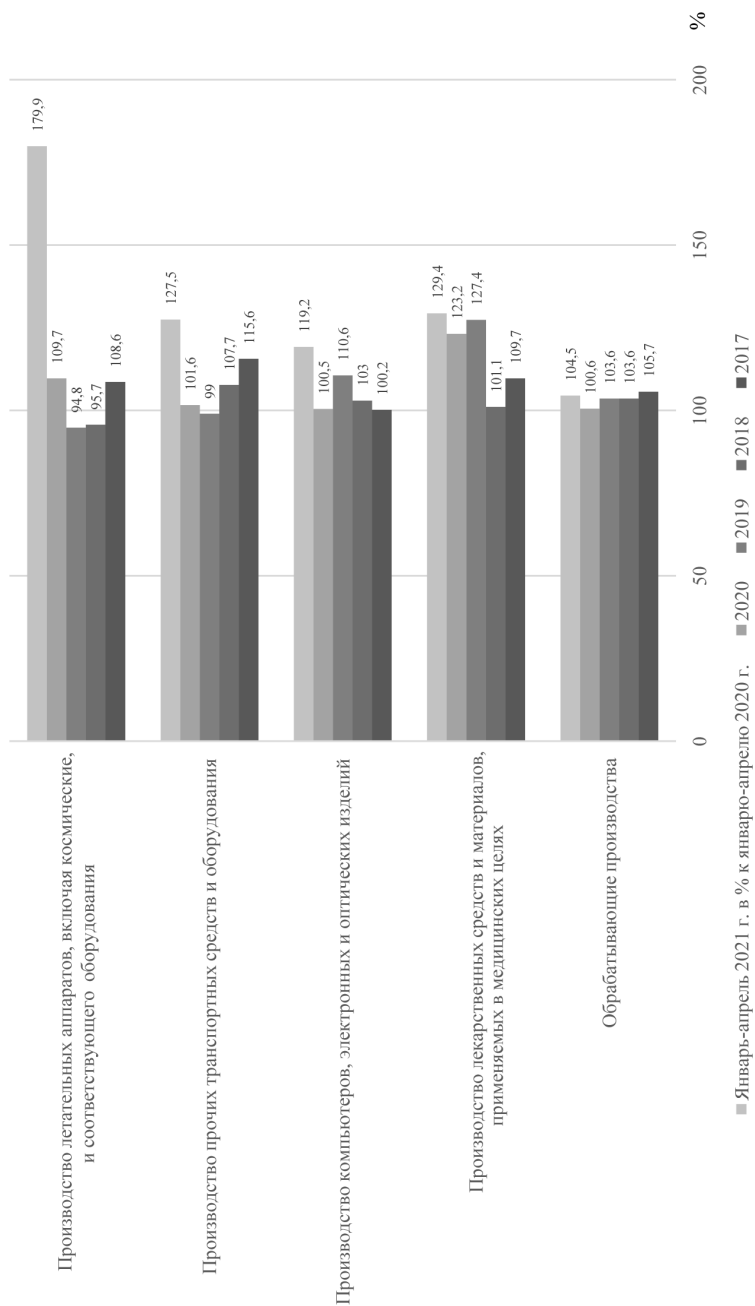


Рис. 1. Индексы производства по отдельным ВЭД

продукции, производимой организациями, относящимися к высокотехнологичным и наукоемким ВЭД, в валовом внутреннем продукте с 2017 г. до 2020 г. увеличилась с 21,8% до 23,4%.

Организации рассматриваемых ВЭД в последние годы отличались достаточно высокими значениями показателей, характеризующих их финансово-экономическое состояние. Так, удельный вес прибыльных организаций в общем числе организаций по ВЭД «производство компьютеров, электронных и оптических изделий» в 2019 г. составил 77,1%, что выше значения аналогичного показателя по обрабатывающим производствам в целом (рис. 2). Также можно отметить рост рентабельности активов организаций указанных ВЭД за период с 2017 г. по 2019 г. (рис. 3) и рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) по ВЭД «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» (с 25% до 26,6% с 2017 г. по 2019 г.).²

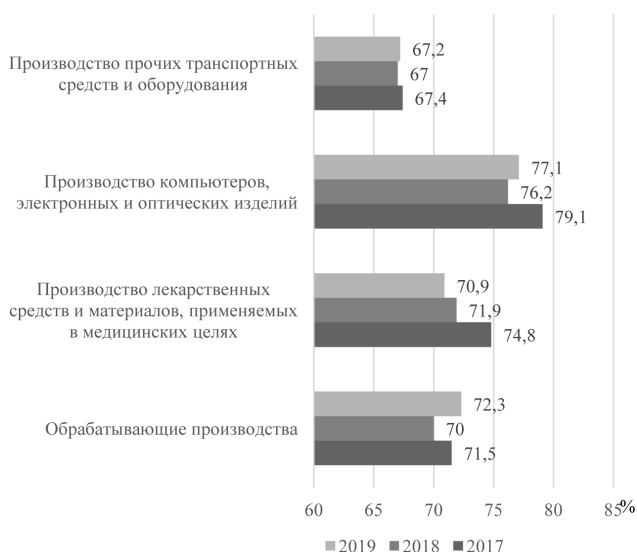


Рис. 2. Удельный вес прибыльных организаций в % от общего числа организаций

² Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: URL: <https://www.gks.ru/>.

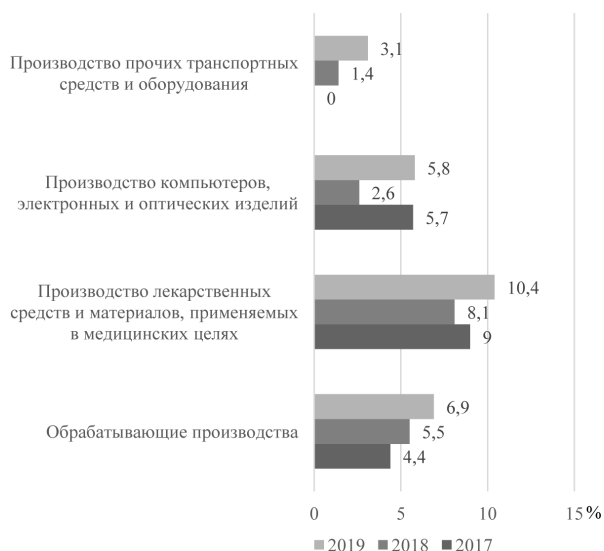


Рис. 3. Рентабельность активов, %

В целом организации высокотехнологичных видов деятельности отличаются средними значениями показателя, характеризующего степень износа основных фондов, которая в 2019 г. составила 47,9%, что ниже значения аналогичного показателя по обрабатывающим производствам на 3,4%.

Анализ основных тенденций инновационного развития указанных организаций позволяет заключить, что они отличаются достаточно высокими значениями показателя, характеризующего уровень их инновационной активности, несмотря на определенное уменьшение за период с 2017 по 2019 гг. Например, по ВЭД «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» «уровень инновационной активности организаций» за рассматриваемый период уменьшился на 11% (рис. 4). В то же время значение показателя «удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг» по данному ВЭД выросло с 8 до 9,9% за тот же период (рис. 5).³

³ Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: URL: <https://www.gks.ru/>.

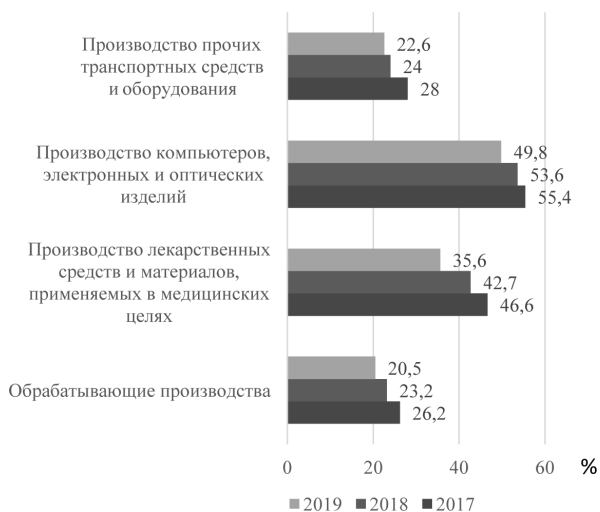


Рис. 4. Уровень инновационной активности организаций по РФ, по ВЭД, %



Рис. 5. Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг по РФ, по ВЭД, %

Неравномерность инновационного развития рассматриваемых организаций, как во времени, так и по ВЭД, нашла отражение не только в доле инновационных товаров в общем объеме производимой продукции, но и в масштабах технологических изменений указанных товаров за последнее время. Так, если по ВЭД «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях», с 2017 по 2019 гг. значение показателя «инновационные товары, работы, услуги, вновь внедренные или подвергавшиеся значительным технологическим изменениям в течение последних трех лет по РФ», увеличилось в 2,2 раза, то по ВЭД «производство прочих транспортных средств и оборудования» значение данного показателя сократилось на 1,2 раза.

Отмечаемый рост затрат на инновационную деятельность с 2017 по 2019 гг. в 2,8 раза по организациям, относящимся к ВЭД «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях», в 1,6 раза по организациям, относящимся к ВЭД «производство прочих транспортных средств и оборудования», и в 1,2 раза по организациям, относящимся к ВЭД «производство компьютеров, электронных и оптических изделий», а также существенная доля инвестиций, направляемых в проекты, связанные с модернизацией и реконструкцией, в общем объеме инвестиционных вложений в основной капитал (например, по организациям ВЭД «производство прочих транспортных средств и оборудования» значение данного показателя в 2019 г. составило 22,6%), обусловили, как представляется, увеличение числа принципиально новых разработанных передовых производственных технологий и передовых производственных технологий новых для России, отмечаемое по обрабатывающим производствам в целом, а также по отдельным анализируемым ВЭД (рис. 6, 7). В частности, наиболее существенные результаты с точки зрения разработки передовых производственных технологий наблюдаются у организаций по ВЭД «производство компьютеров, электронных и оптических изделий», которыми в 2020 г. было разработано 9 принципиально новых разработанных передовых производственных технологий и 110 передовых производственных технологий новых для России.

Важную роль в развитии наукоемких и высокотехнологичных отраслей промышленности играют малые предприятия. Привлечение малых предприятий к реализации инновационных процессов позволит повысить гибкость и адаптивность данных секторов экономики к по-

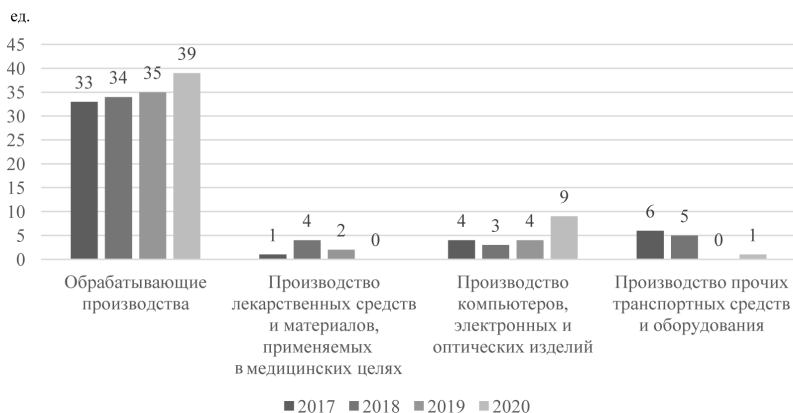


Рис. 6. Число принципиально новых разработанных передовых производственных технологий по ВЭД в целом по РФ, ед.



Рис. 7. Число разработанных передовых производственных технологий новых для России по ВЭД в целом по РФ, ед.

стоянно трансформирующимся факторам внешней среды за счет их способности быстро перестраивать производственно-технологические процессы и принимать на себя часть рисков, сопутствующих реализации инновационных проектов.⁴

⁴ Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В. Современные технологии распространения инноваций в промышленности северных регионов России. Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 3 (54). С. 179–191; Дли М.И., Какатунова Т.В., Скуратова Н.А. Интеллектуальная система управления сложными объектами с использованием нечетких когнитивных карт. Научное обозрение. 2013. № 9. С. 491–495.

Кроме того, наличие налаженных коммуникаций малых инновационных предприятий с образовательными и научными учреждениями может способствовать вовлечению последних в решение проблем предприятий наукоемких отраслей промышленности.

Рассматриваемые виды экономической деятельности отличаются достаточно высокой долей малых предприятий в общем числе организаций (для организаций ВЭД «производство лекарственных средств и материалов, применяемых в медицинских целях» значение данного показателя в 2019 г. составило 22,54%, для организаций, относящихся к ВЭД «производство компьютеров, электронных и оптических изделий», — 18,05%, для организаций, относящихся к ВЭД «производство прочих транспортных средств и оборудования», — 8,5%). При этом значение показателя «удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг малых предприятий» по указанным ВЭД в 2019 г. находилось в диапазоне от 2,23% до 7,07% (рис. 8).



Рис. 8. Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг малых предприятий, по ВЭД, %

Однако, несмотря на определенные положительные результаты деятельности малых предприятий, относящихся к наукоемким отрас-

лям промышленности, в настоящее время вопросам взаимодействия крупных предприятий с организациями малого и среднего бизнеса, как необходимого условия повышения гибкости инновационной деятельности, уделяется недостаточное внимание. Также следует отметить, что с каждым годом увеличивается число факторов внешней среды, характеризующихся высоким уровнем неопределенности и способных оказывать существенное негативное влияние на функционирование данных предприятий.⁵

В таких условиях важнейшим фактором, определяющим конкурентоспособность крупных наукоемких промышленных предприятий, является обеспечение их стратегической чувствительности к изменению характеристик внутренней и внешней среды. Представляется, что в качестве базовой модели при формировании системы стратегического управления крупными наукоемкими промышленными предприятиями может быть использована модель, предложенная сотрудниками Гаагского центра стратегических исследований (HCSS) С. Спиегелеиром и Ф. Беккерсом и позволяющая на основе анализа «стратегической чувствительности» обеспечить набор вариантов возможных действий при различных сценариях изменения рыночной конъюнктуры.⁶

В рассматриваемом контексте под стратегической чувствительностью будем понимать возможность предприятий в долгосрочной и среднесрочной перспективах реализовывать открывающиеся рыночные возможности при одновременном нивелировании воздействий неблагоприятных внешних факторов на базовые элементы стратегического потенциала.

При разработке стратегии развития крупных наукоемких предприятий, в первую очередь, относящихся к базовым видам экономической деятельности, необходимо, с одной стороны, обеспечить устойчивость их функционирования при возникновении неблагоприятных факторов внешней среды, с другой стороны, создать условия, способствующие гибкости реализуемых бизнес-процессов при осуществлении иннова-

⁵ Курнышева И.Р. Конкурентный фактор структурной модернизации российской экономики. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 3. С. 16–25; Гаврилова Т.А., Кубельский М.В., Кудрявцев Д.В., Гринберг Э.Я. Типологизация и систематизация подходов к разработке стратегии компании: модели и методы из смежных наук. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 3 (87). С. 99–118.

⁶ Spiegeleire S., Bekkers F. Who says generals can't dance: Strategic agility and defence capability options. True-Nederland: Ministerie van defensie, 2010, pp. 427–463.

ционных проектов по разработке новой или усовершенствованной продукции.⁷

Сказанное позволяет рассматривать такое понятие как стратегическая чувствительность с точки зрения определенной стабильности направлений развития «стержневых» компетенций и производственных технологий, а также возможности быстрой адаптации даже к оперативному изменению рыночной среды. В этой связи представляется целесообразным формирование структур стратегического управления крупными наукоемкими промышленными предприятиями, например, предприятиями двигателестроения (безусловно относящимися к указанному выше классу предприятий), которые используют в полной мере механизмы государственной поддержки и координации их деятельности как фундамента долгосрочной стабильности.

Для обеспечения стратегической чувствительности к изменению конъюнктуры рынка с целью использования потенциала предприятия для реализации инноваций представляется целесообразным привлечение малых предприятий (в т.ч. создаваемых при вузах и НИИ), либо для реализации отдельных работ в рамках крупного инновационного проекта либо при организации производства отдельных (возможно мелкосерийных) партий узлов и комплектующих наукоемкой продукции.

Очевидно, что скорость адаптации бизнес-процессов наукоемких промышленных предприятий, связанных кооперацией с малыми предприятиями, значительно выше, чем процессов, обеспечивающих взаимодействие с государственными структурами. В то же время характер и величина рисков, связанных с взаимодействием с малым бизнесом и системой государственного управления, существенно различаются. На рисунке 9 представлена структура системы взаимодействия наукоемких промышленных предприятий с государством и малым бизнесом, обеспечивающая стратегическую устойчивость некоторой «базовой части» их бизнес-процессов и в то же время, позволяющая на основе использования преимуществ малого бизнеса обеспечить высокую чувствительность деятельности указанных предприятий при реализации стратегических и оперативных планов.

⁷ Астахов В.В., Хабаров В.И. Определение эффективной стратегии повышения конкурентоспособности наукоемкого предприятия. Современная конкуренция. 2019. Т.13. № 2 (74). С. 120–129; Орехова С.В. Ресурсная стратегия фирмы: инвестиционные модели и российская специфика. Современная конкуренция. 2016. Т. 11. № 3. С. 65–76.

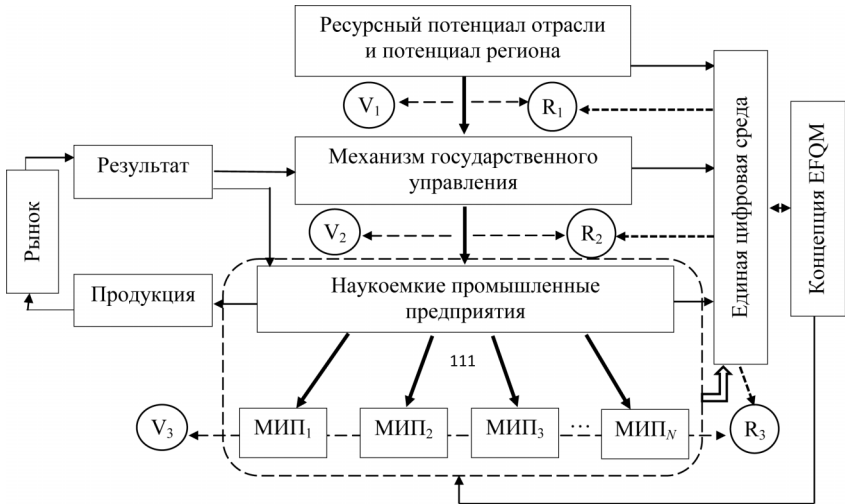


Рис. 9. Структура системы взаимодействия наукоемких промышленных предприятий с государством и малым бизнесом, где V_N — степень вариативности, R_L — риски, сопутствующие реализации инновационных проектов

На рисунке 9 V_1-V_3 отражают возможные вариации производственно-технологических процессов структур, участвующих в реализации стратегий развития наукоемких отраслей промышленности, которые, в свою очередь, влекут за собой соответствующие риски R_1-R_3 .

При этом совокупный риск (рассматриваемый как произведение вероятности возникновения благоприятной ситуации на ущерб, вызванный этой ситуацией), обусловленный взаимодействием наукоемкого промышленного предприятия с малым бизнесом, может быть рассчитан как:

$$R_3 = \sum_{n=1}^N R_{3n},$$

где R_{3n} — это риск взаимодействия с n -м малым предприятием, N — число малых предприятий, с которым взаимодействует наукоемкое промышленное предприятие.

Для обеспечения координации всех участников реализации бизнес-процессов разработки и вывода на рынок новых видов конкурентоспособной наукоемкой продукции целесообразно построение системы менеджмента качества на основе модели делового совершенства

EFQM (European Foundation for Quality Management). Указанная модель обеспечивает диагностирование качества продукции и систем управления предприятием, а также включает такие элементы, как «результаты», «подход», «развертывание», «оценка и улучшение».

Для уточнения форм и процедур взаимодействия рассматриваемых предприятий с малым бизнесом, а также государственными структурами можно использовать методы имитационного моделирования, а также интеллектуальные методы анализа сложных систем.⁸

Формирование приведенной на рисунке 9 системы взаимодействия наукоемких промышленных предприятий с государством и малым бизнесом связано с передачей больших объемов информации (в т. ч. ограниченного доступа). Для обеспечения координации, передачи, накопления, обработки и хранения данных о реализации стратегии наукоемкого промышленного предприятия необходимо сформировать единую цифровую среду соответствующей отрасли промышленности с учетом различных видов прав доступа к ее ресурсам.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]: URL: <https://www.gks.ru/>.
2. Мешалкин В.П., Дли М.И., Какатунова Т.В. Современные технологии распространения инноваций в промышленности северных регионов России. Север и рынок: формирование экономического порядка. 2017. № 3 (54). С. 179–191.
3. Дли М.И., Какатунова Т.В., Скуратова Н.А. Интеллектуальная система управления сложными объектами с использованием нечетких когнитивных карт. Научное обозрение. 2013. № 9. С. 491–495.
4. Курнышева И.Р. Конкурентный фактор структурной модернизации российской экономики. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 3. С. 16–25.
5. Гаврилова Т.А., Кубельский М.В., Кудрявцев Д.В., Гринберг Э.Я. Типологизация и систематизация подходов к разработке стратегии компа-

⁸ Дли М.И., Пучков А.Ю., Лобанева Е.И. Анализ влияния архитектуры входных слоев свертки и подвыборки глубокой нейронной сети на качество распознавания изображений. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 1 (85). С. 113–122; Дли М.И., Булыгина О.В., Козлов П.Ю. Применение нечетких деревьев решений для рубрицирования неструктурированных текстовых документов небольшого размера. Прикладная информатика. 2019. Т. 14. № 5 (83). С. 129–139; Дли М.И., Салов Н.А. Управление жизненным циклом экономической информационной системы с применением теории децентрализованных приложений. Прикладная информатика. 2018. Т. 13. № 1 (73). С. 5–12.

- нии: модели и методы из смежных наук. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 3 (87). С. 99–118.
6. Spiegeleire S., Bekkers F. Who says generals can't dance: Strategic agility and defence capability options. True-Nederland: Ministerie van defensie, 2010, pp. 427–463.
 7. Астахов В.В., Хабаров В.И. Определение эффективной стратегии повышения конкурентоспособности наукоемкого предприятия. Современная конкуренция. 2019. Т. 13. № 2(74). С. 120–129.
 8. Орехова С.В. Ресурсная стратегия фирмы: инвестиционные модели и российская специфика. Современная конкуренция. 2016. Т. 11. № 3. С. 65–76.
 9. Дли М.И., Пучков А.Ю., Лобанева Е.И. Анализ влияния архитектуры входных слоев свертки и подвыборки глубокой нейронной сети на качество распознавания изображений. Прикладная информатика. 2020. Т. 15. № 1 (85). С. 113–122.
 10. Дли М.И., Булыгина О.В., Козлов П.Ю. Применение нечетких деревьев решений для рубрицирования неструктурированных текстовых документов небольшого размера. Прикладная информатика. 2019. Т. 14. № 5 (83). С. 129–139.
 11. Дли М.И., Салов Н.А. Управление жизненным циклом экономической информационной системы с применением теории децентрализованных приложений. Прикладная информатика. 2018. Т. 13. № 1 (73). С. 5–12.

References

1. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki [Elektronnyi resurs]: URL: <https://www.gks.ru/>.
2. Meshalkin V.P., Dli M.I., Kakatunova T.V. Sovremennye tekhnologii rasprostraneniya innovatsii v promyshlennosti severnykh regionov Rossii. Sever i rynek: formirovanie ekonomicheskogo poriyadka. 2017. № 3 (54). S. 179–191.
3. Dli M.I., Kakatunova T.V., Skuratova N.A. Intellektual'naya sistema upravleniya slozhnymi ob'ektami s ispol'zovaniem nechetkikh kognitivnykh kart. Nauchnoe obozrenie. 2013. № 9. S. 491–495.
4. Kurnysheva I.R. Konkurentnyi faktor strukturnoi modernizatsii rossiiskoi ekonomiki. Sovremennaya konkurentsia. 2019. Т. 13. № 3. S. 16–25.
5. Gavrilova T.A., Kubel'skii M.V., Kudryavtsev D.V., Grinberg E.Ya. Tipologizatsiya i sistematizatsiya podkhodov k razrabotke strategii kompanii: modeli i metody iz smezhnykh nauk. Prikladnaya informatika. 2020. Т. 15. № 3 (87). S. 99–118.
6. Spiegeleire S., Bekkers F. Who says generals can't dance: Strategic agility and defence capability options. True-Nederland: Ministerie van defensie, 2010, pp. 427–463.

7. Astakhov V.V., Khabarov V.I. Opredelenie effektivnoi strategii povysheniya konkurentosposobnosti naukoemkogo predpriyatiya. Sovremennaya konkurentsia. 2019. T.13. № 2(74). S. 120–129.
8. Orekhova S.V. Resursnaya strategiya firmy: investitsionnye modeli i rossiiskaya spetsifika. Sovremennaya konkurentsia. 2016. T. 11. № 3. S. 65–76.
9. Dli M.I., Puchkov A.Yu., Lobaneva E.I. Analiz vliyaniya arkhitektury vkhodnykh sloev svertki i podvyborki glubokoi neironnoi seti na kachestvo raspoznavaniya izobrazhenii. Prikladnaya informatika. 2020. T. 15. № 1 (85). S. 113–122.
10. Dli M.I., Bulygina O.V., Kozlov P.Yu. Primenenie nechetskikh derev'ev reshenii dlya rubritsirovaniya nestrukturovannykh tekstovykh dokumentov nebol'shogo razmera. Prikladnaya informatika. 2019. T. 14. № 5 (83). S. 129–139.
11. Dli M.I., Salov N.A. Upravlenie zhiznennym tsiklom ekonomicheskoi informatsionnoi sistemy s primeneniem teorii detsentralizovannykh prilozhenii. Prikladnaya informatika. 2018. T. 13. № 1 (73). S. 5–12.



А. С. Путин

Бакалавр,

andrey.putin.00@mail.ru

*Институт механики и энергетики им. В.П. Горячкина,
Москва, Российская Федерация*

Рыночная позиция онлайн фитнеса на рынке физкультурно–оздоровительных услуг

***Аннотация:** В статье раскрывается специфика онлайн фитнес–услуг, исследована их позиция на рынке физкультурно–оздоровительных услуг. Определено содержание, оценена стоимость данного вида услуг, а также потребительские выгоды от их приобретения.*

***Ключевые слова:** онлайн фитнес, физкультурно–оздоровительные услуги, рыночная позиция.*

Благодарности. Работа выполнена при поддержке к.э.н. доцента кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта РЭУ им. Г.В. Плеханова Гончаровой Н.Ю.

A. S. Putin

Bachelor's Degree,

andrey.putin.00@mail.ru

*V.P. Goryachkin Institute of Mechanics and Power Engineering,
Moscow, Russian Federatin*

The market position of online fitness in the market of sports and wellness services

***Annotation:** The article reveals the specifics of online fitness services, examines their position in the market of sports and wellness services. The content is determined, the cost of this type of services is estimated, as well as the consumer benefits from their acquisition.*

***Keywords:** online fitness, fitness and wellness services, market position.*

Acknowledgements. The work was carried out with the support of the Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of Hospitality Industry, Tourism and Sports of the Plekhanov REA, Goncharova N. Yu.

Современный рынок физкультурно-оздоровительных услуг представлен широким спектром организаций, которые борются за потребителя. Однако основной тенденцией развития данного рынка в связи с эпидемиологической ситуацией прошлого года является развитие онлайн фитнеса как альтернативы традиционным участникам рынка.

Традиционными участниками рынка физкультурно-оздоровительных услуг являются:

- предприятия по производству и продаже спортивно-оздоровительных товаров и услуг;
- образовательные организации, центры, курсы и учреждения;
- потребители спортивно-оздоровительных услуг и товаров;
- спортсмены и тренеры;
- государство.

На рынке спортивно-оздоровительных услуг основными объектами осуществляемых сделок выделяют:

1. Спортивно-оздоровительная услуга. В неё входят самостоятельные занятия в фитнес-центре, групповые и индивидуальные тренировки, уроки физической культуры, оздоровительные процедуры, занятия в спортивных секциях и школах и др.

2. Спортивно-зрелищные мероприятия, являющиеся традиционной формой массового досуга населения, в частности соревнования.

3. Интеллектуальные продукты: технологии тренировок, комплексы упражнений и питания, технологии оздоровительных процедур, реализуемые в том числе посредством цифровых каналов.

4. Продукты, используемые для оказания услуг, проведения мероприятий.

У каждого из указанных выше видов товаров рынка спортивно-оздоровительных услуг есть свой потребитель, имеющий свои особенности и характеристики.

Онлайн фитнес-услуги относятся к спортивно-оздоровительным услугам и интеллектуальным продуктам одновременно. Онлайн фитнес-услуга представляет собой услугу платного характера, которая включает набор общих или индивидуальные рекомендации по организации тренировок и/или питанию, формированию здоровых привычек и т.д., которая потребляется посредством передачи данных с помощью цифровых устройств.

Необходимость представления полного портрета типичной организации, предоставляющей онлайн фитнес-услуги, потребовала проведение дополнительного исследования представителей рынка онлайн фитнес-услуг. В целях осуществления исследования было выбрано 20 организаций, являющихся действующими игроками рынка, исследование проводилось в декабре 2020 года.

В результате проведения исследования были получены первичные данные выражающиеся в специфических характеристиках онлайн фитнес-услуг:

- Рекомендации могут быть общими; учитывающими потребности, цели и особенности; или полностью индивидуальными.
- Рекомендации могут быть представленные в аудио-, видео-, медийном, текстовом, текстово-медийном формате.

Онлайн фитнес-услуги можно разделить на 2 основные категории:

- Разовые — включают в себя единичные рекомендации по проведению тренировок или питанию.
- Пакетные — включают в себя комплекс услуг, в том числе программу тренировок и /или питания с общими или индивидуальными рекомендациями, кураторской поддержкой или без неё.

Более распространенными на рынке онлайн фитнес-услуг являются пакетные услуги, которые имеют деление (рис. 1) на:

- индивидуальные программы тренировок и /или питания;
- общие программы тренировок и /или питания.

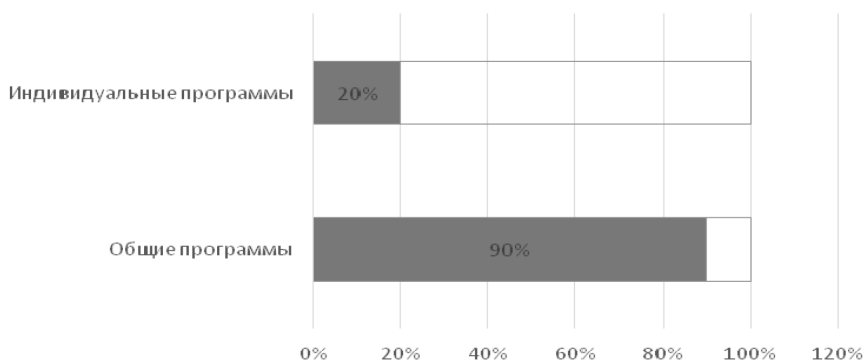


Рис. 1. Процентное соотношение видов услуг к 100% исследуемых организаций ¹

¹ Разработано автором.

Самыми распространенными являются пакетные услуги — общие программы тренировок и/или питания. Они встречаются у 90% исследованных организаций, в то время, как составление индивидуальных программ предлагают лишь 20% онлайн фитнес-школ. Отметим, что количество участников рынка, которые предлагают составление индивидуальных программ может быть больше, если учитывать фитнес-тренеров, которые продают своим клиентам программы тренировок и/или питания. Представим фитнес-тренера, предоставляющего свои услуги в одном из местных фитнес-центров. Его попросили составить программу тренировок. Если он подготовил данную программу, отправил её клиенту в мобильном мессенджере или на почту (благодаря чему, использование данной программы будет возможно через цифровое устройство), и взял за свои услуги деньги, он автоматически стал поставщиком онлайн фитнес-услуг. Отследить и посчитать, подобных участников рынка практически невозможно, в связи с тем, что чаще всего они не ведут активной маркетинговой деятельности, не имеют своего сайта и даже не продвигают подобного рода услуги на своих страницах в социальных сетях.

Обратим внимание, что именно такой тип продукта онлайн фитнеса, как индивидуальные программы, наиболее похож на классические фитнес-услуги — персональные тренировки.

Большинство игроков рынка онлайн фитнеса продают общие программы тренировок и/или питания. Данный тип программ широко распространен и имеет стоимость ниже, чем индивидуальные. Общие программы онлайн фитнеса не учитывают индивидуальных особенностей и потребностей покупателя. Потребителей общих программ объединяют в чаты для общения с другими участниками и куратором. По своему формату данный тип услуг больше всего похож на групповые занятия в фитнес-центрах.

К категории продуктов «общие программы тренировок и/или питания», относятся «фитнес-игры» и отдельные рекомендации по питанию и/или тренировкам.

Отдельными рекомендациями по питанию или тренировок могут выступать меню на один день, видео-лекция по основам рационального питания и т.п.

Фитнес-игры — программы тренировок и питания, содержащие задания, за невыполнение которых, потребителю могут ограничить доступ к данной программе и участию в розыгрыше призов.

Данная категория услуг подразумевает в своей фитнес-программе общие рекомендации по организации тренировок и/или питанию, и не учитывает пожелания, особенности и цели конечного потребителя. Важным отличием подобного рода услуг от других программ тренировок является геймификация процесса. Покупатель приобретает даже не саму тренировочную программу, а возможность участия в фитнес-игре. Покупателю направляются материалы или открывается доступ к рекомендациям по питанию и тренировкам, а в конце установленного срока выдаётся задание, за невыполнение которого участника могут исключить из игры.

Отметим, что помимо предоставления самой тренировочной программы и/или программы питания, организации могут оказывать консультационные услуги, включенные в стоимость пакета услуг. То есть, на протяжении заданного организацией промежутка времени, вы можете обращаться за помощью, советом и мотивацией к тренеру/диетологу/куратору.

Онлайн фитнес-продукты имеют отличия по способу/форме представления рекомендаций. Материалы программы могут передаваться в текстовом, медийном, текстово-медийном, видео и аудио формате. Самым распространенным форматом среди рассмотренных нами участников рынка является видео-формат.

Уместно обратить внимание на то, что реализация онлайн фитнес-услуг чаще всего не подразумевает, что потребителю будет предоставлен бессрочный доступ к программам тренировок. По результатам проведенного нами исследования 70% организаций, продают не саму программу тренировок или питания, а лишь доступ к ней (рис. 2). Это позволяет фирмам иметь доход от повторных покупок (продления).

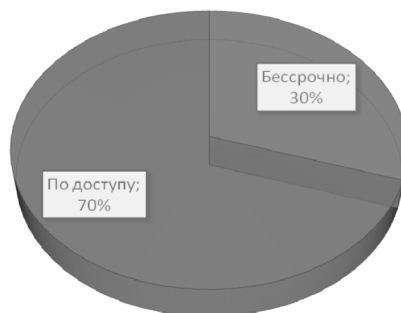


Рис. 2. Соотношение организаций, предоставляющих онлайн-фитнес-услуги на бессрочной основе и по доступу ²

² Разработано автором.

Организации различаются по используемым площадкам для реализации услуг. Одни компании размещают свои программы тренировок на сайте, другие используют сторонние сервисы и конструкторы для создания онлайн школ, некоторые разрабатывают собственные приложения для мобильных устройств. Но есть на рынке и те представители, которые не создают свои платформы, и не используют сторонние сервисы, а лишь высылают вам программы тренировок и питания в мессенджерах, социальных сетях и на почту. На рисунке 3 представлены различные способы получения потенциальным клиентом онлайн фитнес-услуги. Как мы можем видеть большинство компаний предоставляют свои услуги с использованием специализированных платформ, разработанных для их сайта.



Рис. 3. Популярность использования различных платформ для реализации онлайн фитнес-услуг ³

Определив основные характеристики и виды онлайн фитнес-услуг, перейдём к рассмотрению **ассортименту** товаров, представленных на рынке. Набор услуг формируется организацией в зависимости от конечных целей потенциального потребителя, его гендера и уровня подготовки.

Существуют следующие ассортиментные группы услуг, разделяющиеся по конечным целям потребителя:

- онлайн фитнес-программы, направленные на похудение;
- онлайн фитнес-программы, направленные на набор мышечной массы;
- онлайн фитнес-программы, направленные на развитие физических качеств (сила, выносливость, гибкость, ловкость).

³ Разработано автором.

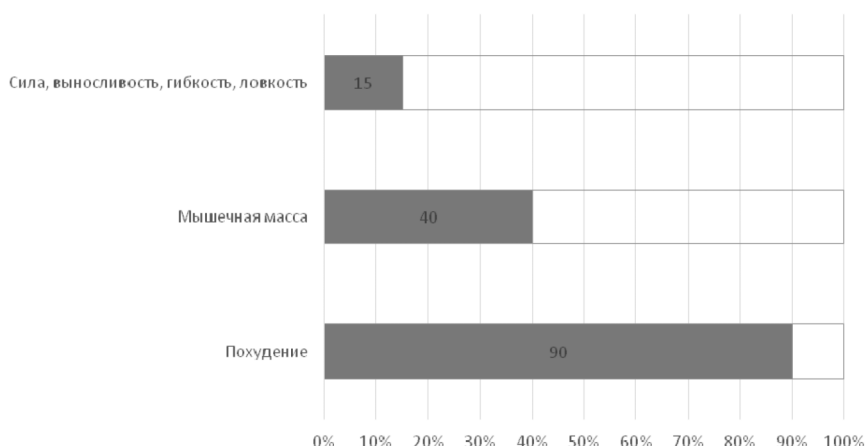


Рис. 4. Популярность различных ассортиментных групп среди организаций на рынке спортивно-оздоровительных услуг ⁴

Наиболее часто встречаемыми услугами на рынке онлайн фитнеса выступают программы тренировок, направленных на похудение, у 90% исследуемых организаций. Специфическими и редко встречаемыми являются онлайн фитнес-программы, направленные на развитие определенных качеств и навыков, например, силы или гибкости.

В ходе исследования было обнаружено, что ассортимент онлайн фитнес-услуг разделяется по гендерному признаку. То есть, для мужчин и женщин существует различное позиционирование для схожих групп услуг. На мужскую аудиторию таргетируются 30% из исследуемой выборки, большинство организаций позиционируют свои услуги только как женские. Они обращаются к своей аудитории с использованием прилагательных и глаголов в женском роде.

Таким образом, ассортимент предоставляемых на рынке онлайн фитнес-услуг, включает в себя следующие товарные группы:

- онлайн фитнес-программы для мужчин и женщин;
- онлайн фитнес-программы, направленные на похудение;
- онлайн фитнес-программы, направленные на набор мышечной массы;

⁴ Разработано автором.

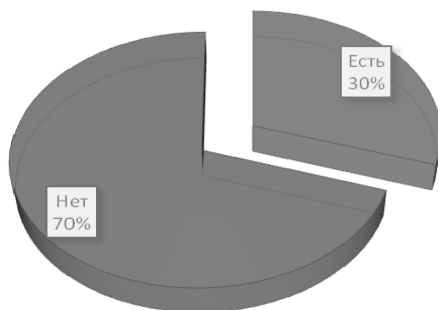


Рис. 5. Наличие гендерного разделения тренировочных программ среди организаций на рынке онлайн фитнес-услуг ⁵

· онлайн фитнес-программы, направленные на развитие физических качеств (сила, выносливость, гибкость, ловкость).

Достаточно интересными представляются результаты исследования, которые показали среднюю стоимость онлайн фитнес-услуг. Так, средняя стоимость продукта составляет около 3360 руб. в месяц (табл. 1).

Таблица 1

Стоимость онлайн-фитнес-услуг

	Средняя стоимость (в руб.)	Минимальная стоимость (в руб.)	Максимальная стоимость (в руб.)
Стоимость полного пакета	5450	300	12 000
Стоимость в месяц	3360	2000	7000

Однако, принимая в расчет, что на рынке онлайн фитнес-услуг также представлены разовые услуги или услуги с длительностью доступа от 1 недели и до 6 месяцев, то важным представляется определить среднюю стоимость продукта без привязки к месячному интервалу.

Таким образом, в результате осуществленного исследования рынка онлайн фитнес-услуг было выявлено, что существует 2 основных типа товаров: общие программы тренировок и/или питания и индивидуальные программы тренировок и/или питания. Они конкурируют на рынке спортивно-оздоровительных услуг с персональными и групповыми

⁵ Составлено автором.

тренировками, оказываемыми в традиционных фитнес-центрах. Ассортимент онлайн фитнес-услуг, включает в себя такие товарные группы, как онлайн фитнес-программы для мужчин и женщин; онлайн фитнес-программы, направленные на похудение или набор мышечной массы; а также онлайн фитнес-программы, направленные на развитие физических качеств (сила, выносливость, гибкость, ловкость). Средняя стоимость онлайн фитнес-услуг составляет 3360 рублей в месяц, или 5450 рублей за полный пакет. Отметим, что онлайн фитнес-услуги имеют широкий диапазон цен от 300 рублей до 12 000 рублей за приобретение полной программы тренировок.

Список литературы

1. Закон Российской Федерации «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 № 329-ФЗ. Собрание актов Президента и Правительства Российской Федерации. с изм. и допол. в ред. от 02.08.2019.
2. Билук А.А., Гончарова Н.Ю. использование одного из инструментов SMM для продвижения онлайн фитнес-услуг. Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. 2019. № 2. С. 45–55.
3. Гончарова Н.Ю. Коммуникационный аудит и освещение спортивно-зрелищных мероприятий Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2018. Т. 17. № 4. С. 182–186.
4. Новаторов Э.В., Маркетинг услуг: теория и технология: Монография / Э.В. Новаторов. — СПб.: ИП Петров Д.А., 2017. 200 с.
5. Починкин, А.В. Менеджмент в сфере физической культуры и спорта: учебное пособие: [12+] / А.В. Починкин. — Москва: Спорт, 2017. 385 с.: ил. — Режим доступа: по подписке. (дата обращения: 19.05.2020). — Библиогр.: с. 368–371. ISBN 978-5-906839-55-8. — Текст: электронный.
6. Jobber David. Principles and practice of marketing. — Aidenhead: McGraw-Hill, 2013. 688.

References

1. The Law of the Russian Federation «On Physical Culture and Sports in the Russian Federation» dated 04.12.2007 № 329-ФЗ. Assembly of Acts of the President and Government of the Russian Federation. with ism and dock. ed. From 02.08.2019.
2. Bilyuk A.A., Goncharova N.Y. using one of the SMM tools to promote online fitness services. Bulletin of Moscow State Regional University. Series: Economics. 2019. № 2. S. 45–55.

3. Goncharova N.Y. Communication audit and coverage of sports and entertainment events Scientists notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2018. T. 17. № 4. С. 182–186.
4. Innovators E.V., Service Marketing: Theory and Technology: Monograph / E.V. Novatorov. – St. Petersburg: IP Petrov D.A., 2017. 200 s.
5. Pochinkin, A.V. Management in the field of physical culture and sports: textbook: [12 +] / A.V. Pochinkin. – Moscow: Sport, 2017. 385 p.: il. – Access mode: by subscription. (circulation date: 19.05.2020). – Bibliogr.: pp. 368–371. ISBN 978-5-906839-55-8. Text: electronic.
6. Jobber David. Principles and practice of marketing. – Aidenhead: McGraw-Hill, 2013. 688.

М. Н. Смагина

*Кандидат экономических наук, доцент,
smagina78@mail.ru*

*Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

М. В. Крюкова

*Магистрант,
79622331432@yandex.ru*

*Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

В. А. Комарова

*Магистрант,
veronika-kom@bk.ru*

*Тамбовский государственный технический университет,
Тамбов, Российская Федерация*

Анализ и контроль кредиторской задолженности на предприятиях малого бизнеса

***Аннотация:** Крупные компании могут себе позволить содержать штат финансовых аналитиков, которые изучают финансовые показатели наиболее современными оценочными и прогностическими методиками. Малый бизнес, как правило, испытывает финансовые затруднения и не имеет такого рода возможностей. Для него в связи со сказанным существует острая необходимость разработки обоснованных и достаточно простых методик оценки результатов управленческой и экономической деятельности. Аналитическое исследование сложившейся кредиторской задолженности и ее соотношения с дебиторской задолженностью позволяют оценить реальное состояние финансов. Изучение в целях управления обязательств компании, и в первую очередь кредиторской задолженности, имеет особую значимость. Оптимальным считается не полное отсутствие задолженностей у рыночного субъекта, а наличие у нее оптимального размера кредиторской задолженности. Основным показателем является своевременность ее погашения. В таком случае заемные средства способствуют развитию производства. Просроченная кредиторская задолженность порождает неликвидность, неплатежеспособность рыночного субъекта.*

Ключевые слова: анализ, контроль, кредиторская задолженность, малый бизнес, управление задолженностью.

M. N. Smagina

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
smagina78@mail.ru
Tambov state technical University,
Tambov, Russian Federation*

M. V. Kryukova

*Masterstudent,
79622331432@yandex.ru
Tambov State Technical University,
Tambov, Russian Federation*

V. A. Komarova

*Masterstudent,
veronika-kom@bk.ru
Tambov State Technical University,
Tambov, Russian Federation*

Analysis and control of accounts payable at small business

Annotation: *Large companies can afford to maintain a staff of financial analysts who study financial indicators using the most modern estimation and predictive methods. Small businesses usually experience financial difficulties and do not have such opportunities. For him, in connection with the above, there is an urgent need to develop reasonable and fairly simple methods for evaluating the results of managerial and economic activities. Analytical research of the existing accounts payable and its ratio to the accounts receivable allows us to assess the real state of finances. The study of the company's obligations, and primarily accounts payable, is of particular importance for the purpose of management. The optimal one is not the complete absence of debts from a market entity, but the presence of an optimal amount of accounts payable. The main indicator is the timeliness of its repayment. In this case, borrowed funds contribute to the development of production. Overdue accounts payable generates illiquidity, the insolvency of a market entity.*

Keywords: *analysis, control, accounts payable, small business, debt management.*

Анализ обязательств и, прежде всего, сложившейся кредиторской задолженности выступает как неотъемлемая часть в оценивании финансового состояния любой коммерческой компании. Рациональная организация бухгалтерского учета кредиторской задолженности позво-

ляет малым рыночным субъектам в полной мере оценить ее динамику, состав, структуру и качества. Анализ кредиторской задолженности позволяет руководству малого предприятия обосновать наиболее оптимальные формы расчетов с контрагентами, определять достаточный уровень ее платежеспособности и целенаправленно вырабатывать меры по улучшению ее финансового положения.

Категория кредиторской задолженности применительно к бухгалтерскому учету означает подлежащую отражению в учете задолженность рыночного субъекта перед другими лицами; на него возлагается обязанность по своевременному погашению задолженности [1]. В современных экономических условиях не собственные средства, а кредитные денежные средства выступают как главный источник формирования оборотного капитала российских товаропроизводителей. Соответственно, более 85% всех источников приходится на долю кредиторской задолженности, при этом около 10% — на задолженность по полученным кредитам и займам [2].

Учет кредиторской задолженности осуществляется на основе Федерального закона «О бухгалтерском учете» [3], Приказа Минфина РФ от 06.10.2008 № 106н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» ПБУ 1/2008 [4] и других нормативных актов.

Наличие кредиторской задолженности означает, что имело место привлечение в хозяйственный оборот коммерческой организации денежных средств кредитных или иных организаций, отдельных лиц посредством получения кредита или займа. Эти действия являются правомерными в том, что данные денежные средства используются в пределах действующих сроков оплаты счетов и обязательств.

Возникновение кредиторской задолженности зачастую обусловлено результатом нарушений расчетных операций, из-за этого у организации или предприятия появляется задолженность перед поставщиками товаров, работ и услуг, которые не были своевременно оплачены. Если нарушаются сроки уплаты налоговых платежей, то возникает просроченная задолженность перед налоговыми органами, а несвоевременные выплаты органам социального страхования также приводят к образованию кредиторской задолженности. Кредиторская задолженность за товары, работы и услуги имеет наибольшую долю в своевременные сроки из-за взаимных неплатежей.

Кредиторская задолженность связана с формированием дебиторской задолженности и выступает как основной источник ее покрытия. Поэтому может сложиться мнение, что кредиторская задолженность должна быть не меньше дебиторской задолженности, что принципиально неверно. Взаимосвязь этих элементов такова, что несвоевременное погашение дебиторской задолженности рыночного субъекта ведет к его неспособности своевременно погашать собственные обязательства по кредитам, т.е. порождает нежелательный рост кредиторской задолженности, в том числе просроченной [5].

Как представляется, для малых предприятий, которые созданы в форме хозяйственного общества (имея в виду прежде всего акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью), анализ состояния и использования кредиторской задолженности, а также вычисление соотношения кредиторской и дебиторской задолженностей имеют большое значение, позволяя оценить финансовую устойчивость данной категории рыночных субъектов.

В рамках настоящего исследования сопоставим результаты такого анализа на примере двух организаций, относящихся к малому бизнесу: ООО «Инвест-Сервис» и АО «МХЗ» (данные о балансах за 2017–2018 гг. опубликованы [6], за 2019 г. — предоставлены руководством компаний).

Анализ проводился за период 2017–2019 гг., в рамках привлеченных средств каждого хозяйственного общества с целью оценки их влияния на его оборотный капитал. Результаты данного сравнительного анализа отражены в таблице 1.

Таблица 1

**Сравнительная динамика кредиторской задолженности
ООО «Инвест-Сервис» и АО «МХЗ» (тыс. руб.)**

Компания, год	Кредиторская задолженность / просроченная	Задолженность перед поставщиками / просроченная	Задолженность по платежам в бюджет / просроченная	Задолженность во внебюджет- ные фонды / просроченная
<i>2017</i>				
ООО «Инвест- Сервис»	95 440 / 26 123	74 254 / 15 827	0	0
АО «МХЗ»	60 279 / 5759	54 435 / 5734	241	0
<i>2018</i>				
ООО «Инвест- Сервис»	15 735 / 5755	12 812 / 4294	249	2 / 0

Продолжение таблицы 1

Компания, год	Кредиторская задолженность / просроченная	Задолженность перед поставщиками / просроченная	Задолженность по платежам в бюджет / просроченная	Задолженность во внебюджет- ные фонды / просроченная
АО «МХЗ»	61 128 / 7420	56 428 / 6817	0	0
2019				
ООО «Инвест- Сервис»	68 419 / 4591	65 398 / 5743	312	443 / 3
АО «МХЗ»	74 303 / 6354	66 429 / 5928	0	0

Сопоставляя тенденции, которые имеют место для обеих компаний, представляется возможным сделать вывод, что в 2019 году имел место рост всех видов кредиторской задолженности, при этом АО «МХЗ» смогло избежать просроченной кредиторской задолженности, а ООО «Инвест-Сервис» последовательно ее снижает, что указывает на понимание руководством малых компаний важности своевременности выполнения кредитных обязательств.

Представим для большей наглядности полученные данные в графической форме (рис. 1).

Представленные графики также наглядно демонстрируют, что основной объем кредиторской задолженности составляет задолженность перед поставщиками.

Это свидетельствует о двух важных моментах. Во-первых, изучаемые малые компании сумели выстроить отношения с поставщиками, которые им доверяют и предоставляют возможность оплаты поставляемого сырья в рассрочку, предоставляя товарный кредит. Во-вторых, низкий уровень банковской закредитованности указывает на отсутствие доступных кредитов для малого бизнеса.

Сопоставим также соотношения размера дебиторской и кредиторской задолженностей изучаемых компаний (таблица 2).

Анализ представленных данных показывает, что за три года динамика компаний различалась. Положение АО «МХЗ» более стабильно, имеет место рост как кредиторской, так и дебиторской задолженности.

В ООО «Инвест-Сервис» наибольший размер кредиторской задолженности имел в 2017 году, после резкого снижения в 2018 году в следующем, 2019 году ее размер снова вырос, но не достиг первоначального

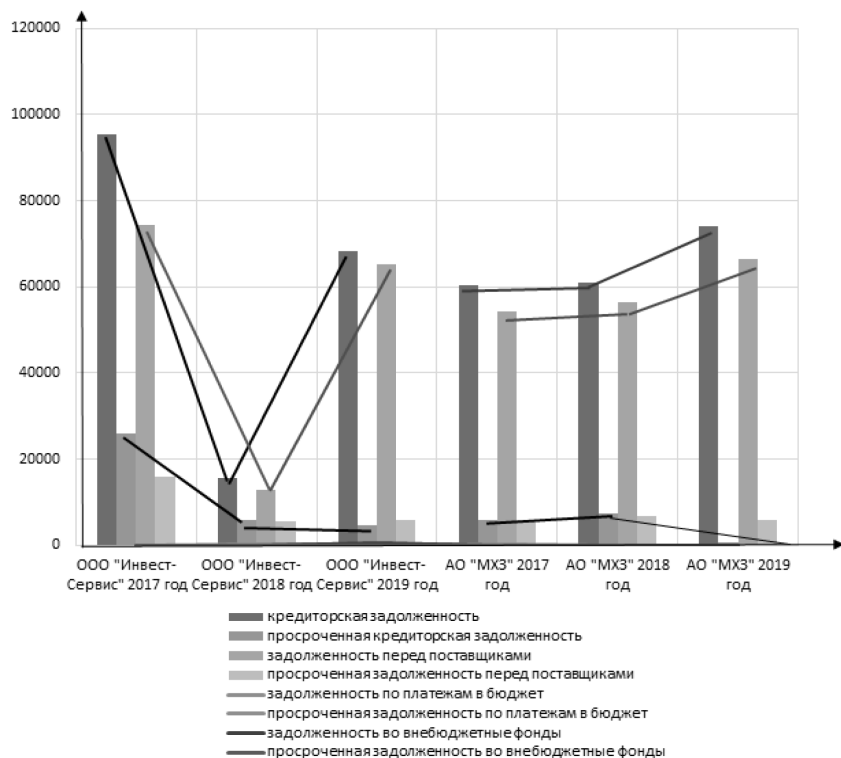


Рис. 1. Сравнительная динамика кредиторской задолженности ООО «Инвест-Сервис» и АО «МХЗ» за период 2017–2019 гг.

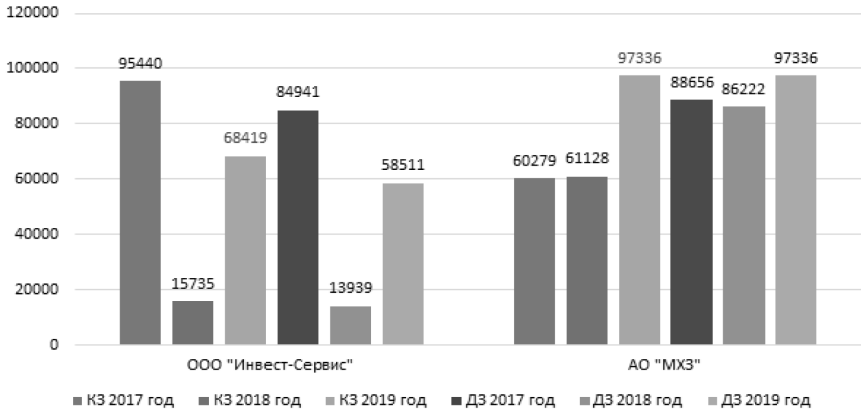
Таблица 2

Динамика соотношения размера дебиторской задолженности к размеру кредиторской задолженности ООО «Инвест-Сервис» и АО «МХЗ» (тыс. руб.)

Компания, год	Кредиторская задолженность	Дебиторская задолженность	Соотношение размера дебиторской задолженности к размеру кредиторской
<i>2017</i>			
ООО «Инвест-Сервис»	95 440	84 941	0,890
АО «МХЗ»	60 279	88 656	1,4708
<i>2018</i>			
ООО «Инвест-Сервис»	15 735	13 939	0,8859
АО «МХЗ»	61 128	86 222	1,4105
<i>2019</i>			
ООО «Инвест-Сервис»	68 419	58 511	0,8552
АО «МХЗ»	74 303	97 336	1,310

значения. Аналогичным образом происходила и динамика дебиторской задолженности.

Представим полученные данные на диаграммах (рисунок 2 и 3).



* здесь КЗ — кредиторская задолженность, ДЗ — дебиторская задолженность

Рис. 2. Сравнительная динамика размера дебиторской задолженности и кредиторской задолженности ООО «Инвест-Сервис» и АО «МХЗ» в период 2017–2019 гг.

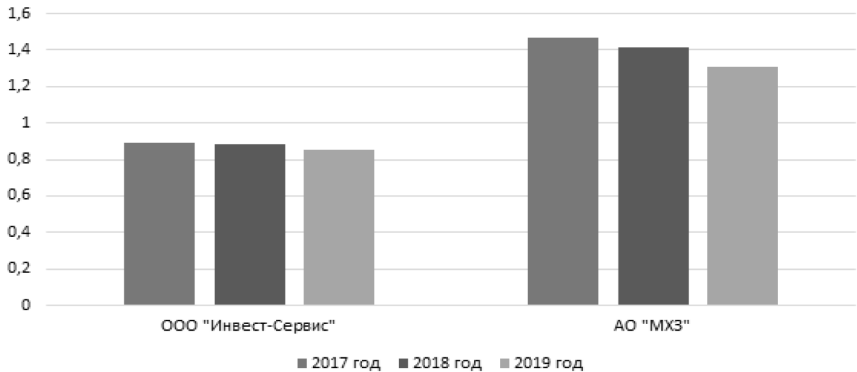


Рис. 3. Сравнительная динамика соотношения размера дебиторской задолженности к размеру кредиторской задолженности ООО «Инвест-Сервис» и АО «МХЗ» в период 2017–2019 гг.

Анализ представленных диаграмм показывает постепенное снижение значения соотношения дебиторской задолженности к размеру кредиторской задолженности изучаемых организаций. Это указывает на активный рост размера кредиторской задолженности.

Сравнительный анализ дебиторской и кредиторской задолженности АО «МХЗ» показал, что в этой организации кредиторская задолженность в 2019 году выросла в 1,21 раза, а дебиторская в 1,13 раза. Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности снизился на 0,1005 и составил к концу 2019 года 1,310, при нормативе 1,2, что может быть оценено в целом позитивно.

Сравнительный анализ дебиторской и кредиторской задолженности ООО «Инвест-Сервис» показал, что в этой организации кредиторская задолженность выросла в 2019 году 4,35 раза, а дебиторская — в 4,2 раза. Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности снизился на 0,0307 и составил к концу 2019 года 0,8552, при нормативе 1,2. Данная ситуация должна быть оценена негативно, т.е. потенциально может привести к снижению платежеспособности ООО «Инвест-Сервис». В перспективе руководству ООО «Инвест-Сервис» за счет снижения размера дебиторской задолженности данное соотношение необходимо привести к нормативному.

Расчет долгосрочной платежеспособности ООО «Инвест-Сервис» показал, что финансовая устойчивость организации стабилизируется, так как привлеченные средства составляют к концу 2019 года 77,2% в общей сумме хозяйственных средств, что на 18,7% меньше чем 2018 году. За анализируемый период этот коэффициент снизился, что свидетельствует об увеличении доли собственных средств в общей сумме капитала, что с точки зрения текущей платежеспособности малого предприятия может быть оценено позитивно.

В 2019 году финансовый цикл обеих компаний сократился, что свидетельствует о положительной тенденции в их финансовой деятельности, поскольку уменьшается время, в течение которого денежные средства отвлечены из оборота.

Несмотря на то, что в целом ситуация может быть оценена удовлетворительно, существует необходимость продолжить работу по повышению эффективности использования кредиторской задолженности.

В частности, обеим компаниям можно предложить следующие направления деятельности:

- тщательно контролировать своевременность и правильность оформления расчетно-платежных документов и не допускать просроченной кредиторской задолженности, что позволит сформировать позитивный имидж в глазах настоящих и потенциальных кредиторов;

- с целью оптимизации структуры кредиторской задолженности по данным внутреннего учета ежемесячно составлять таблицу, в которой отражать кредиторскую задолженность по срокам образования в разрезе кредиторов;
- следить за соотношением кредиторской и дебиторской задолженности, стремясь достичь нормативных значений. Значительное превышение кредиторской задолженности (как это имеет место для ООО «Инвест-Сервис») угрожающе отражается на финансовой устойчивости компании и создает необходимость для погашения возникающей кредиторской задолженности привлекать дополнительные источники финансирования;
- своевременно выявлять недопустимые виды дебиторской и кредиторской задолженности;
- контролировать состояние расчетов по просроченным задолженностям и вовремя списывать не подлежащую взысканию дебиторскую задолженность.

Подытоживая сказанное, следует сделать вывод, что проведенный анализ работы компаний с кредиторской задолженностью позволяет сделать выводы о финансовом состоянии малого предприятия и выработать меры, позволяющие повысить его платежеспособность.

В целях достижения нормативного соотношения размера дебиторской задолженности к кредиторской задолженности компании малого бизнеса должны, прежде всего, стремиться к снижению уровня дебиторской задолженности, что касается размера кредиторской задолженности, то он может быть насколько угодно велик, если у компании имеется реальная возможность не допускать просрочки по ее уплате.

Список литературы

1. Кондраков, Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет: учебное пособие. — М.: ИНФРА-М, 2016. 487 с.
2. Финансы: учебник для академического бакалавриата / А.М. Ковалева [и др.]; под редакцией А.М. Ковалевой. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2019. 443 с.
3. Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (ред. от 26.07.2019). СПС «Консультант Плюс». URL: <http://www.consultant.ru/>.
4. Приказ Минфина России от 06.10.2008 № 106н «Об утверждении положений по бухгалтерскому учету» (вместе с «Положением по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008)», «Положе-

нием по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» (ПБУ 21/2008)» (Зарегистрировано в Минюсте России 27.10.2008 № 12522) (ред. от 07.02.2020). СПС «Консультант Плюс». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_81164/.

5. Зуй Н.П. Влияние дебиторской и кредиторской задолженности на финансовые результаты предприятия и методы управления ею. Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. Т. 4. С. 133–141. URL: <https://e-koncept.ru/2017/770324.htm>.
6. Сетевое издание Synapse. URL: <https://synapsenet.ru/searchorganization/organization/1027739845550-ao-mhz/buhgalterskaya-otchetnost>.

References

1. Kondrakov, N.P. Accounting (financial, management) accounting: training manual. – M.: INFRA-M, 2016. 487 pages.
2. Finance: textbook for academic undergraduate /A.M. Kovalev [and others]; edited by A.M. Kovaleva. – 6th ed., Redesign. and additional. – M.: Ewright, 2019. 443 pages.
3. Federal Law of 06.12.2011 No. 402-FZ «On Accounting» (ed. From 26.07.2019). SPS «Consultant Plus».URL: <http://www.consultant.ru/>.
4. Order of the Ministry of Finance of Russia No. 106n «On Approval of Accounting Regulations» (together with the «Accounting Regulation» Organization Accounting Policy «(BBU 06.10.2008)», «Accounting Regulation» Changes in Estimated Values «(BBU 1/2008)» (Registered with the Ministry of Justice 21/2008 No. 27.10.2008) (ed. from 12522). SP 07.02.2020 consultant URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_81164/.
5. Zuy N.P. Impact of accounts receivable and payable on financial results of the enterprise and methods of its management. Scientific and methodological electronic journal «Concept». 2017. T. 4. Page 133–141. URL: <https://e-koncept.ru/2017/770324.htm>.
6. Synapse Online Edition. URL: <https://synapsenet.ru/searchorganization/organization/1027739845550-ao-mhz/buhgalterskaya-otchetnost>.

Социокультурные аспекты предпринимательской деятельности / Socio-cultural aspects of entrepreneurship

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2021-14-3-153-162>



Samrat Ray

Research Fellow,
samratray@rocketmail.com

Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University,
Saint Petersburg, Russian Federation

Dossou Yedehou Leandre

segnor2@yahoo.fr

Peter the Great Saint Petersburg Polytechnic University,
Saint Petersburg, Russian Federation

How Entrepreneurial University Model is changing the Indian COVID-19 Fight?

Annotation: It is indeed a great misnomer to analyze the dimensions of academic capitalism with the steady rise of entrepreneurial university in lines with Western educational policies. It is indeed a long treaded journey in emerging underdeveloped economies which has given the notion of a dream of the next superpower wherein entrepreneurial universities are a very recent concept post liberalization of economy and change in governmental practices and loosing hold over bureaucratic affairs which has led more stronger the innovation landscape of industry-education-government nexus in building the nation. Recent years have seen the great crisis of COVID pandemic which has changed the ideologies and theoretical models underlying economic welfare states and the velocity of money running through society. Amidst huge literature in entrepreneurial university studies, very little work has been done which answers the very pertinent question and research gap of how the triple helix model arrived in India and how the central government in India changed its beliefs globally by inheriting such model in its innovation practices to champion the cause of bringing new products, economic welfare, product development; which transformed India's idea of being an importer of healthcare facilities to an expert and exporter of medical facilities thus completely reversing the cycle of trade and global logistics in healthcare economic practices. This paper works on such exploratory case study concerning India's success story in employing triple helix model of innovation in national policy practices and world economy.

Keywords: *World Economy, Triple Helix Model, Entrepreneurial University, COVID-19, Indian Economy.*

1. Introduction: Knowledge management in its nascent form has been a miracle for quite a long time now. It has been a wonder for both advanced as well as emerging economies to dive into the various facets of academic maneuvers and educational management. There have been disputable measures pertaining to control over educational involvement arising out of regional imbalances and cultural transformation. Whereas the east has seen a more conservative approach to education and academic enlightenment capitalism saw a faster growth in the Western economies. Trade and commerce was integral to academic capitalism from a long time with the opening of the borders and sea shores with travelers across Asia plunging into multifarious trade and dialectical shifts. It is imperative to point out that the very term of Academic capitalism is quite a newer one to poorer countries like India as well as Africa (1). Though there has been a rise of multipolar domain in global economic spheres such countries were caught in post colonial stress and traditions which were deeply influenced by the colonial rulers. As Britain transferred its educational practices to a more industry specific curricula and looked more liberal as universities like London School of Economics and Oxford which were the builders of Modern day university structures in India post independence which saw rise of colonial built university structures at state levels like Delhi (2), Kolkata and Mumbai; the flavors of British Raj still haunted the very corridors of public policies and governance with a missing out of nationalism in educational flora and fauna. Post independence (3), the then Prime minister of India, Nehru realized that liberal policies towards national growth is necessary for human development in India which saw the rise of autonomy in educational institutes with the birth of premier institutes like IIM, IIT, ISI which still enjoys comparative advantages and autonomy in relation to industry-academic built up and policy making. With the opening up of markets, inflow of foreign investments and favorable balance of payments saw change in national monetary policy which also was reflected in the national government's agenda of educational policy and subsequent privatization in India giving rise to the impetus of academic capitalism which can contribute effectively to national income and economic benefits. In India, such political discourses saw rise of socialist blended political economy which pushed forward the license raj and bureaucratic hurdles which put it at second to Western dominance in liberal education and economics of knowledge management. Such Western dominance

was obvious with USA championing the goal of industry led academic initiatives in land grant universities across its borders with the built up of innovation hubs and institutes of higher learning which contributed to technological progress across the national hinterland during the World War years. In Indian subcontinent early educational discourses too saw higher enlightenment believed to be much faster than even French and Scottish schools wherein the advent of modern day education platform was laid by the travelers from Far East and China; rise of university structures like Nalanda where it saw the utilization of practical knowledge too. There were indeed vast exchanges of scholarly dialects and schools of thoughts where trade and commerce got interlinked to educational progress and created sustainability with development of novel science and technology in scholarly pursuits. Thus was born the internationalization of educational purposes. Though substantial jolt was felt during the great depression of 1932 when FDR went forward with the Keynesian policies of governmental intervention, post Keynesian neoclassical discourses and national planning saw the birth of liberal thoughts and free markets dominating the education industry at large. Examples of such knowledge spillovers were born out of Silicon Valley where MIT led educational practices saw the rise of nexus between industry and academic pursuits with the growth of innovation pockets en-route 218 where BELL labs and the likes donned over the cooperative movements. In emerging senses too, India was not long behind as with the opening up of the market post 1991, the government decided to move towards a public-private partnership in skill development targeting grassroots levels and including social inclusion within its technology gambit. Whereas the MIT university industry championed over many facets in development of new technology with patenting options, Stanford's Technology Venture Program showcased the involvement of different structures in the rise of scientific pursuits to solve global discrepancies by producing solutions which can be implemented in real life situations through university led incubation mechanisms (4). The evolution of national intelligentsia is quite a distant one wherein the concept of the «Can Subaltern Speak» highlighted in the writings of Derrida and professor add initials Spivak has hit upon the concept of post colonial political economy which rocked the very foundation of national built up of India. Countries with high heterogeneity like India saw a steady rise of market economic structure with growth amidst destitution and national wellbeing saw the rise of Elites in educational dimension born out of colonial educational structures. Infact the term Knowledge Economy rose to prominence

with the seminal works of Austrian born economist Machlup relating to production as well as distribution of knowledge in USA. By the year of 1958, as the economist relates to that such knowledge economy amounted to 30% of GNP. He is subsequently credited with knowledge measurements with respect to distribution of research and developmental issues. Machlup propounded few theses relating to (5):

- Knowledge being part and parcel of national budget and income.
- Social welfare relating to economics of knowledge.
- Knowledge being relativity to communication technology.
- Rise of modern day brain workers.
- Knowledge being a unit of economic growth and sustainability.

In knowledge management, the philosophical dialects of Gilbert Ryle saw cognitive aspects in knowledge which put humans at a beneficial status over everyday animals with respect to cognition and cultural inputs (6). Thus in knowledge management rose two schools of thoughts as Acceleration school which propounds the utility and innovation cycle whereas retardation school which limits the scope of innovation cycle (Machlup). OECD Framework of entrepreneurial university model propounds its definition over seven charters like (7):

1. Leadership as well as Governance.
2. Organisation as well as People.
3. Entrepreneurial thought process in teaching activity.
4. Path openings to entrepreneurs.
5. University-Industry relation as basis for knowledge exchanges.
6. Internationalization.
7. Measuring impacts of entrepreneurial university structure.

The concept of educational delivery (8) has changed over few years with rise of economic engines and education being taken as catalysts for regional as well as social developments across various nations which are moving towards creating more and more entrepreneurial universities (Kirby 2001)(9). According to Etzkowitz (2004) (10), the academic revolution is twofold with one fold moving to research output as a result of teaching endeavors whereas the second revolution has economic pursuits added to academic pursuits (11). According to Etzkowitz, entrepreneurial university can be defined as an organization which reflects patenting and funding of its projects based activities linked to teaching. Whereas, Clark and Kirby reflects a shift in definition to entrepreneurial university as an innovation hotspot taking risks and jumping

into ideas. North propounds another vibrant theory of institutions as being game changers in a society. Such notion is well reflected in the Indian Case study analysis too. In 1995 Drucker stated that idea, mission, actions and productivity lay at the foundation of institutional innovation mechanism (12). Middlehurst and later McKay has propounded that bureaucracy, corporate practices evolved and university functioning changed over time (13) further Etzkowitz in 2004 stated and found that capitalism; autonomy is proportional to positive functioning of entrepreneurial university structure. Krueger and Brazeal. Later stated in 2001 that with increase in graduate involvements in entrepreneurship education, the more is the chance of the entrepreneurial university concept succeeding (14). Subsequently the Entrepreneurial Event Model of Shapero reflects on the environmental impacts on entrepreneurial decision impulses and thereof. Another important getaway from the conceptual so called helix formation is the Timmons model of entrepreneurship wherein opportunity plays a critical role in driving success (15). Indian scenario portrays a textbook opportunity through the pandemic situation creating a national emergency situation looking for innovation and creativity.

2. Materials and Methods: This research paper is formulated on exploratory case analysis and few interviews conducted in cooperation with local medical colleges and vaccination centers in Eastern Indian facility of Kolkata. Various Indian government agencies relating to economic restructuring which were evident to triple helix adaptation has been reviewed such as NITI Ayog, All India Medical Sciences, Health Ministry of Government of India which were the pillars of vaccine creation and deployments across the nation.

Case Study Analysis:

Serum Institute of India: One of the best biotechnological company specializing in vaccine deployments with the record number of vaccine delivered till date. It expanded its global ambit by acquiring Netherland based Bilthoven Biologicals thus improving on its vaccine production capacity (6). Particularly this institute has been selected amidst a range of research institutes which has successfully worked hand in hand with government agencies in India in its fight against COVID-19. Recently this institute has tied up with Merck to produce advanced monoclonal antibodies which is proving to be a global innovation footprint with wide accessibility in global vaccination drive. AstraZeneca, in nexus with Serum Institute propounded COVISHIELD vaccine has been granted permission to be implemented on 18 years and over by WHO led strategic expert group. This is in fact a success on part of Government of India

initiative to create sustainable resistance to the virus. The vaccine has in fact been readied for global shipments, first of its achievements in Made in India campaign of the government. Shipments were carried out by foreign ministry to Bangladesh as well as Canada under its umbrella program of «VaccineMaitri».

Key takeaways:

1. The proposed studied case reflects Triple Helix cooperation in growth and development with government playing a distinct role of vigilance.
2. The case reflects Timmons Model of Entrepreneurship with greater focus on resource allocation and opportunity building measures rather than mere business plan.
3. The institute rightly portrayed its technology transfer mechanism through knowledge spillover through tacit knowledge building apparatus (15).
4. Though there was chance of another Helix build up towards vaccine deployment and logistics, but nevertheless resilient actions were shown by strategic cooperation indulging in careful observance of international bodies.
5. N-helix build up was seen through the internationalization approach of development but neglected through nationalistic approaches [16].

Analysing the case of vaccine drive, Government of India called on startups as well as SMEs to fasten vaccine deployments thus creating a Triple Helix foundation to fight COVID-19. In its second stage it roped in medical facilities and research centers regionally in consultation with state led governments to conduct feasibility studies and clinical trials for several vaccines to be administered. Regional crisis points, morbidity rates and clusters of risk was formed and studied by NITI Ayog, a national level planning organization with aid from leading medical research institutes in New Delhi to chart out vaccination drive (10). This rightly displays how entrepreneurial university structure can effectively and economically create innovation funnels. Thus India jumped into World's largest vaccination drive even praised by World Health Organisation.

The above case study out rightly demonstrates the foundations of research put into practice through Triple Helix Model of innovation (17).

3. Analysis: Wherein stability of governmental policy is highly linked to national investments and stability in currency fluctuations and devaluations, human knowledge also receives comparative advantages if nurtured through

innovation channels. There is substantial literature which is quite modest in its dialogues wherein colonial influences have been proved in university structures even after independence in countries like India but it required considerable boldness on the part of government to change its outlook towards knowledge practices (18). The central government with its various policy agencies as reflected changed their strategy towards health infrastructure during emergency situation like COVID wherein researchers as well as private as well as public industry players battled towards a triple helix foundation to develop and implement newer technologies with changing times. Such steps not only were necessary but again proved the changing dimensions of «Innovator» led innovation of Schumpeterian thoughts to a Neo Schumpeterian innovation base. The Indian concept is quite unique and is doomed to be transplanted for future utility and application in other emerging economies fighting with crisis. The concept of entrepreneurial university developed quite late post 1990 but such a concept though quite old but not justified scientifically rose to prominence in emerging countries quite late. Recent developments related to vaccine developments saw India's prominence in applying Triple Helix for technological transfer (19), knowledge spillovers as well as patenting taking prominence with the rise of entrepreneurial scientist. This case study explored therein has rightfully portrayed the emergence of the innovation strategy which is groundbreaking in its conception building upon established scientific facts and theories. Though there still lies a belief of unethical intervention in Triple Helix model as new innovation funnels can disrupt age old ethical practices in academic pursuits with involvement of industry players but nevertheless the COVID crisis proved beneficial and proved the positive sides of the model for national economy to prosper.

4. Deduction: It is imperative to point out that the behavioral and cognitive aspects of knowledge is wide and is quite different in Western countries with respect to emerging countries like India and Russia. Dialectical aspects of knowledge quite perfectly rotates around Austrian Economic school led Hayek's philosophy where human action is *prima face* to development and growth. Though it took quite some time for underdeveloped countries to tread the roads to liberal thoughts by imbibing the notion of Triple Helix in its innovation chain (20); thus bringing forth the concept that «Necessity is the mother of all creations», India rapidly learnt from failures of red tapes and involved entrepreneurial university structure calling researchers and scientists to create knowledge spillovers for national growth and prosperity. In a time

when the whole country with a billion population was aghast with sufferings and deaths arising due to the deadly virus (21), India treaded the paths to rapid mobilization of its frontline healthcare by involving industry and its research universities to create a global case study which can be used as reference for future generations and policy makers while dealing with crisis (22). At a time when death was tolling high, India changed its strategy from being an importer of health devices to an exporter of facilities which was highly praised by global agencies like WHO too. This research work portrays a global platform where India is projected as a model study where crisis was handled effectively by national policy makers by involving entrepreneurial university concept and building on innovation channels which starts a future prospect for other emerging countries to apply in its public policy structure as and when required. This research work is one of its kinds wherein it showcases the utility of nexus among government-industry-academic which can be effectively applied to emerging countries too. Such branch out of research and development once again put forth the advancement and utility of academic capitalism and how knowledge economy can be a boon to crisis management and governmental approach creation globally (23). The research opens up newer channels of thought regarding how effective the Triple Helix model is in fighting crisis like COVID by generating revenue through knowledge as well as creating a welfare function out of innovation.

5. Future Research Implications: This particular research work addresses the long pending research gap in evolution of Triple Helix Model in emerging economies like India where great heterogeneity lies amidst mass poverty and inequality. As the World Bank in its SDG charter fights for forging gap in knowledge management through sustainable development, the future looks brighter with academicians and policy makers making literature ready to create a blueprint for cooperation and build up to the Helix model of innovation. Moreover as crisis hits back poorer countries deprived of resources can start off the ladder of innovation and create resilient plans at national economic levels.

References

1. Etzkowitz, H. and Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix: university – industry – government relations. A laboratory for knowledge based economic development. EASST Review. European Society for the Study of Science and Technology, 14(1): 18–36.
2. Agrawal, A., (2001) University-to-industry knowledge transfer: literature review and unanswered questions. International Journal of Management Reviews, Vol. 3, Issue 4, pp. 286–300.

3. Verencia Winona Janice, Melia Famiola, (2018) «Perceived Risks in Entrepreneurial Process among Culinary SMEs». *International Journal of Management and Applied Science (IJMAS)* , pp. 21–27, Volume-4, Issue-11
4. Clark, B.R. (1998). *Creating entrepreneurial universities*. Oxford: Pergamon.
5. Altbach, P.G. (2005). *Globalization and the University: Myths and Realities in an Unequal World*. EPI, 2005. *Global Higher Education Rankings. Affordability and Accessibility in Comparative Perspective*. Washington: EPI, www.educationalpolicy.org.
6. Audretsch, D. B., Lehmann, E., & Warning, S. (2005). University spillovers and new firm location. *Research Policy*, 34(7), 110–1112.
7. Audretsch, D. (2007). *The entrepreneurial society*. Oxford: Oxford University Press.
8. Stake, R.E. (1995). *The art of case study research*. SAGE Publications.
9. Kirby, D.A. (2004) *Entrepreneurship education: Can business schools meet the challenge?*, Accessed 10 December 2020 at http://labsel.pesarosviluppo.it/docindexer/Uploads%5C178-Entrepreneurship%20education_Can%20business%20meet%20the%20challenge.pdf.
10. Etzkowitz, H., (2004). The evolution of the entrepreneurial university. *Int. J. Technology and Globalization*, Vol. 1, No.1, pp. 64–77.
11. Henry Etzkowitz, Loet Leydesdorff, The dynamics of innovation: from National Systems and «Mode 2» to a Triple Helix of university–industry–government relations, *Research Policy*, Volume 29, Issue 2, 2000, Pages 109–123, ISSN 0048-7333, [https://doi.org/10.1016/S0048-7333\(99\)00055-4](https://doi.org/10.1016/S0048-7333(99)00055-4).
12. Drucker, Peter F., *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles* (1985). University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1496169>.
13. Middlehurst, R. (2004). Changing internal governance: A discussion of leadership roles and management structures in UK universities. *Higher Education Quarterly*, 58(4), 258–279.
14. Krueger, N. (2009). Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In A. L. Carsrud & M. Brannback (eds.). *Understanding the entrepreneurial mind, international studies in entrepreneurship* (pp. 51–72), New York: Springer.
15. Bo Carlsson & Zoltán J. Ács & David B. Audretsch & Pontus Braunerhjelm, 2015. «Knowledge creation, entrepreneurship, and economic growth: a historical review», Chapters, in: *Global Entrepreneurship, Institutions and Incentives*, chapter 5, pages 71–107, Edward Elgar Publishing.
16. Sampath, P.G., & Ayitey, D. (2016). External opportunities, innovation and industrial growth: The case of GVCs in Africa. In: Sampath P.G., Oyelaran-Oyeyinka B. (Eds.), *Sustainable industrialization in Africa*. London: Palgrave Macmillan.

17. Shenoy, M. (2016). Industrial ecology in developing countries. In R. Clift & A. Druckman (Eds.), *Taking stock of industrial ecology* (pp. 229–245). Switzerland: Springer Cham.
18. Quartey, S.H., Oguntoye, O. Understanding and Promoting Industrial Sustainability in Africa Through the Triple Helix Approach: a Conceptual Model and Research Propositions. *J Knowl Econ* (2020). <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00660-2>.
19. Etzkowitz, H. (2003) Research groups as «quasi-firms»: the invention of the entrepreneurial university. *Research Policy* 32, pp. 110–121.
20. «Can the Subaltern Speak?» In *Marxism and the Interpretation of Culture*, ed. Cary Nelson and Lawrence Grossberg. Urbana: University of Illinois Press, 1988, 271–313.
21. Samrat Ray et al. «IMPACT OF INNOVATION ON ECONOMIC GROWTH: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE ECONOMIC COMMUNITY OF WEST AFRICAN STATES AND INDIA. *International Research Journal*. № 6 (96) Part 4, (2020): 53. Tue. 23. Jun. 2020.
22. Samrat Ray. How COVID-19 changed dimensions of human suffering and poverty alleviation: economic analysis of humanitarian logistics. *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics*. 2020; 4: 98–104. (In Russ.) DOI: 10.24143/2073-5537-2020-4-98-104.
23. Galvao, A., Mascarenhas, C., Marques, C., Ferreira, J. and Ratten, V. (2019). «Triple helix and its evolution: a systematic literature review». *Journal of Science and Technology Policy Management*, Vol. 10 No. 3, pp. 812–833. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-10-2018-0103>.

Е. В. Лылова

Кандидат экономических наук,

lylova-ev@rudn.ru

Кафедра менеджмента,

Российский университет дружбы народов (RUDN University),

Москва, Российская Федерация

Концепция гуманизации управленческой деятельности

Аннотация: В статье автор рассматривают понятие гуманизации в контексте управления бизнес-структурами. В статье сделан акцент на вкладе ученых-классиков управления в развитие концепции гуманизации, а также приведены точки зрения различных современных авторов на раскрытие понятия гуманизации. Сделан вывод о том, что гуманизация лежит в основе процесса трансформации бюрократической организации в человекоцентрическую организацию.

Ключевые слова: Гуманизация, гуманократия, холакратия, человекоцентрическая организация, человекоориентированная организация, новая парадигма управления.

E. V. Lylova

Cand. Sci. (Econ.),

lylova-ev@rudn.ru

Department of Management,

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University),

Moscow, Russian Federation

The concept of humanising management

Annotation: In the article, the author considers the concept of humanization in the context of managing business structures. The article focuses on the contribution of classical management scientists to the development of the concept of humanization, and also presents the points of view of various modern authors on the disclosure of the concept of humanization. It is concluded that humanization is the basis of the process of transformation of a bureaucratic organization into a human-centered organization.

Keywords: humanization, humanocracy, holacracy, human-centered organization, human-oriented organization, a new management paradigm.

Гуманизация становится одной из самых значимых тенденций развития современных организаций. В самом общем виде гуманизацию

можно определить как процесс, который делает какое-либо явление более человечным, другими словами, синонимом гуманизации выступает очеловечивание. В Кэмбриджском словаре гуманизация определена как процесс, который направлен на уменьшение неприятного воздействия и создание чего-либо более подходящего для людей.¹

Другой взгляд на гуманизацию бизнеса представлен группой учёных и практиков, которые рассматривают, гуманизацию с философско-антропологических позиций, но через призму организационных процессов — какие ограничения и пределы существуют для гуманизации в организации и справедливо ли использовать этот термин в контексте бизнеса. Так, Суарес-Мюллер акцентирует внимание на том, что в основе гуманизации лежат такие ценности, как свобода, ненасилие, справедливость, ответственность и открытость.² Гуманизация бизнеса происходит тогда, когда организации расширяют возможности людей развивать эти ценности, углубляя понимание справедливости, в том числе и в организационном аспекте. Безусловно, и гуманизация, и справедливость в организационном контексте носит диалектический характер.

Кроме того, Суарес-Мюллер указывает на то, что «гуманизация может быть интерпретирована как исторический процесс, происходящий на разных уровнях общества», определяя современный подход через раскрытие понятия гуманизации как «деятельности субъектов, способствующих созданию более гуманного мира, где «мир» имеет более широкий смысл, чем «общество», и в этом широком смысле это означает, что человечество не может быть единственным объектом и конечным пунктом гуманизации, потому что другие живые существа и природные системы также могут занимать место объекта».³ Безусловно, и сам Суарес-Мюллер указывает на то, что гуманизация в широком смысле слова не может быть отделена от образа идеального общества, поэтому «гуманизация должна быть дополнена философским обоснованием социальных и нормативных идеалов того, что такое человечество», которое в свою очередь зависит от нашего восприятия человечества и той парадигмы управления, которая существует в настоящий момент времени.

¹ <https://dictionary.cambridge.org/ru/словарь/английский/humanizing>.

² Suarez-Muller F. The process of humanization. In «Organisations and Humanisation: Perspectives on organising humanisation and humanising organisations», Van de Klundert M., van Boeschoten, R. (Eds.). 2016. Routledge. PP. 1–10. DOI: 10.4324/9781315599076.

³ Там же.

Международная организация по стандартизации сделала первые шаги в этом направлении — подготовила стандарт ISO 27500:2017, в котором прописаны основные принципы человекоориентированной организации. К ним относятся ⁴:

- извлечь выгоду из индивидуальных различий как организационной силы;
- сделать эргономичность и доступность стратегическими целями;
- использовать системный подход;
- обеспечение здоровья, безопасности и благополучия — приоритеты бизнеса;
- ценить сотрудников и создавать конструктивную рабочую среду;
- быть открытым и заслуживающим доверия;
- действовать социально ответственно.

Однако, стоит помнить, что идеал тем и прекрасен, что недостижим, и насаждение гуманных ценностей может носить репрессивный характер. Кроме того, не все организации готовы к внедрению гуманистических принципов, поскольку сами сотрудники должны быть привержены определенным ценностям и культуре, чтобы не проявлять деструктивных черт.⁵

Существует другая точка зрения на гуманизацию организаций, которая заключается «в реструктуризации самой организации с целью создания более гуманной рабочей среды и более уважительного отношения к природе (поскольку не все правообладатели являются людьми).⁶ Часто принципы гуманизации упускаются в тех организациях, которые ориентированы только на экономическую эффективность и/или придерживаются только принципов научного менеджмента.⁷ В частности, такой ракурс на построение взаимоотношений «организация—

⁴ ISO 27500:2016. The human-centred organization — Rationale and general principles.

⁵ Гарина А.Д., Федяшов А.А. Гуманизация управленческой деятельности. Научный вестник МГТУ ГА. 2014. № 203. С. 131.

⁶ Kaulingfreks R. Let's dance: on humanizing and organisations. In «Organisations and Humanisation: Perspectives on organising humanisation and humanising organisations», Van de Klundert M., van Boeschoten, R. (Eds.). 2016. Routledge. PP. 11–19. DOI: 10.4324/9781315599076.

⁷ Augsten A., Geuy B., Jylkaäs T., Hollowgrass R., Maäkelä Klippi M. Humanizing Organizations — The Pathway to Growth. In A. Meroni, A. M. O. Medina, & B. Villari (Eds.). ServDes. 2018: Service Design Proof of Concept Proceedings of the ServDes. 2018 Conference. 2018. № 150. PP. 1229–1242.

клиент» позволяет преодолеть недостатки клиентоориентированного подхода (в бизнесе) и концепции New Public Management (в государственном управлении), когда клиент рассматривается только с позиции цели, как потребитель определенного товара или услуги, и приоритетом выступает достижение экономической эффективности, в связи с чем теряется социальная миссия организации и государства.

Другая группа учёных считает, что гуманизация продуктов, услуг и процессов в человекоориентированных организациях осуществляется с помощью дизайн мышления и дизайна услуг, определяя такой подход как человекоориентированный дизайн, подразумевая под дизайном в первую очередь структуру (конфигурацию) организации.^{8,9} Однако такой подход не является распространенным, поскольку дизайн мышления и дизайн услуг в первую очередь стали использоваться в связи с необходимостью стимулирования инноваций, а не упрочения идеи гуманизации. Авторы считают, что в основе современных организаций лежат человеческие отношения, влияя на которые можно трансформировать всю организацию в направлении гуманизации. Для этого необходимо осмыслить все отношения, которые складываются у организации с внутренними и внешними стейкхолдерами. Однако, в отличие от Суареса-Мюллера, авторы не указывают на то, что гуманизация также должна быть направлена вовне не только на людей (партнёры, клиенты и другие заинтересованные стороны) и общество в целом, но и на природу. Интересна позиция, в основе которой утверждение о том, что человекоориентированные организации невозможно спроектировать, так как они находятся в непрерывном процессе проектирования, так как дизайн организации воплощается в образе организаций как систем смысла.¹⁰

Эри Хэмел и Микеле Занини противопоставляют гуманистические организационные процессы бюрократическим, гуманократию — бюрократии, утверждая, что бюрократия изжила себя как форма орга-

⁸ Augsten A., Geuy B., Jylkaäs T., Hollowgrass R., Maäkelä Klippi M. Humanizing Organizations — The Pathway to Growth. In A. Meroni, A. M. O. Medina, & B. Villari (Eds.). *ServDes. 2018: Service Design Proof of Concept Proceedings of the ServDes. 2018 Conference*. 2018. №150. PP. 1229–1242.

⁹ Magalhães R. Human-Centred Organization Design. *The Design Journal*. 2018. DOI: 10.1080/14606925.2018.1426940.

¹⁰ Там же.

низации деятельности людей, фактически эксплуатирующая из труд.¹¹ На смену бюрократии должна прийти организация будущего, основанная на знаниях¹², человекоцентрическая организация, в которой «люди используют ее, чтобы сделать лучше жизнь — свою и тех, кому они служат».¹³

Безусловно, идея создания гуманократии имеет под собой существенное основание в виде трудов других учёных, которые внесли значительный вклад в развитие гуманистического направления в менеджменте. Так, Дуглас Макгрегор пишет о том, что человек работает эффективнее и увлеченнее, когда открыт для восприятия целей организации и разделяет ее ценности.¹⁴ Абрахам Маслоу и Фредерик Герцберг настаивают на том, что не только и не столько материальная мотивация лежит в основе трудовой активности человека и его приверженности ценностям организации, но в первую очередь удовлетворение потребностей более высокого уровня — в признании, принадлежности, возможности самореализации и самоактуализации.^{15, 16} Современные подходы к измерению организационной эффективности делают акцент на ее социальной составляющей. Таким образом, формируется новое представление о способе организации деятельности людей — организации гуманизируются.

Процесс гуманизации также можно отследить на практике. Во-первых, ценности организации отражают ее приверженность гуманизации. Так, некоторые организации могут реализовывать различные программы поддержки сотрудников или активно участвовать в благотворительных и волонтерских мероприятиях, но сама деятельность организации не соответствует гуманистическим принципам. Такие компании иногда называют компаниями противоречивой отрасли. Так, к примеру, компания, про-

¹¹ Хэмел Г., Занини М. Гуманократия. Как сделать компанию такой же гибкой, смелой и креативной, как люди внутри нее / Пер. с англ. Э. Кондуковой. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021.

¹² Владимирова И.Г. Компании будущего: организационный аспект. Менеджмент в России и за рубежом. 1999. №2. С. 58–72.

¹³ Хэмел Г., Занини М. Гуманократия. Как сделать компанию такой же гибкой, смелой и креативной, как люди внутри нее / Пер. с англ. Э. Кондуковой. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2021. С. 44.

¹⁴ McGregor D. The Human Side of Enterprise. — NY.: McGraw-Hill, 2006.

¹⁵ Маслоу А. Мотивация и личность. — СПб.: Издательство «Питер», 2014.

¹⁶ Herzberg F. One More Time, How Do You Motivate Employees? Harvard Business review. 2003.

изводящая алкогольную продукцию, выступает спонсором спортивных мероприятий, или компания-ресторан быстрого питания организует благотворительные акции. Именно поэтому приверженность компании этическим ценностям выступает ключевым признаком человекоцентрической организации. С ценностями организации тесно связаны ее миссия, видение и сильные стороны. Во-вторых, признаком гуманизации организации выступает корпоративная социальная ответственность, которая распространяется, как на сотрудников организации (дополнительное медицинское страхование, создание комфортных условий труда и рабочего графика, развитая организационная культура и т.д.), так и на внешнюю среду — потребителей, партнеров, поставщиков, общество, природу. В-третьих, культура организации определяют качество ее коммуникаций, взаимодействий с внешней средой, определяя характер КСО — как вынужденной меры (так называемая «добровольно-принудительная благотворительность») или как обычной рабочей практики.

Сто лет назад сложно было себе представить организацию, занимающуюся корпоративной социальной ответственностью в широком смысле слова. Зачастую крупные компании поступались или отношением к природе, загрязняя ее, или к человеку, эксплуатируя его труд и не создавая необходимых условий для раскрытия его потенциала (несмотря на нормирование труда и установление минимального уровня заработной платы). Организации были увлечены повышением продуктивности работников и экономической эффективностью организации буквально любой ценой. Некоторые организации до сих пор в своей деятельности руководствуются негуманными принципами ведения бизнеса, например, производя некачественный товар из сомнительного сырья; не задумываясь о последствиях своей производственной деятельности и ее влияния на общество и природу; не вникая в детали утилизации собственной продукции по истечении срока ее эксплуатации и ее упаковки; не представляя своим сотрудникам достойные условия труда и т. д.

Примечательно, что основные принципы построения гуманократии перекликаются с системой онтологических элементов государственного управления, где в теории, как известно, в основе процесса организации государственного управления, опирающегося на его природу, лежит человек (гражданин) и его потребности и только после этого формулируется цель, затем функции, далее — структуры (непосредственно

- справедливость проведения выборов, представительства и участия;
- отзывчивость;
- эффективность и действенность;
- открытость и прозрачность;
- верховенство закона;
- этические ценности;
- компетентность и качество;
- устойчивое развитие и долгосрочная ориентация;
- надежное финансовое управление;
- права человека, культурное разнообразие, социальная сплоченность;
- подотчетность.

Конечно, полностью отойти от бюрократических принципов в крупной организации не представляется возможным и это подтверждается рядом исследований (например, Фредерик Лалу говорит о том, что даже современные организации используют как бюрократические принципы, так и принципы холакратии, с той лишь разницей, что «бирюзовые» организации в гораздо большей степени открыты, гибки, доверительны по отношению к своим сотрудникам, их профессионализму и инициативам).¹⁸ Однако, невозможно отрицать и тот факт, что в современном обществе все больше утверждаются гуманистические принципы, формирующие организации будущего.

¹⁸ Лалу Ф. Открывая организации будущего. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2020.

Список литературы

- [illegible]

References

1. Vladimirova I.G. Kompanii budushchego: organizatsionnyi aspekt. Menedzhment v Rossii i za rubezhom. 1999. № 2. S. 58–72.
2. Garanina A.D., Fedyashov A.A. Gumanizatsiya upravlencheskoi deyatel'nosti. Nauchnyi vestnik MGTU GA. 2014. № 203. S.128–132.
3. Lalu F. Otkryvaya organizatsii budushchego. – M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2020.
4. Maslou A. Motivatsiya i lichnost'. – SPb.: Izdatel'stvo «Piter», 2014.



С. С. Репин

*Кандидат экономических наук, доцент,
s.repin@customs-academy.ru*

*Кафедра экономической теории,
Российская таможенная академия,
Люберцы, Российская Федерация*

Экономическая теория: закономерности потребительского поведения

Аннотация: *С увеличением дохода его доля, расходуемая на товары первой необходимости, уменьшается, в то время как доля расходов на предметы роскоши и на духовное развитие увеличивается.*

Ключевые слова: *Экономическая теория, поведение потребителя, денежный доход, кривая Энгеля, изменяющиеся цены, парадокс Гиффена, эффект замещен и дохода.*

S. S. Repin

*Cand. Sci. (Econ.), Assoc. Prof.,
s.repin@customs-academy.ru*

*Department of Economic Theory,
Russian Customs Academy,
Lyubertsy, Russian Federation*

Economic theory: patterns of consumer behavior

Annotation: *As income increases, its share of spending on basic necessities decreases, while its share of spending on luxury goods and spiritual development increases.*

Keywords: *Economic theory, consumer behavior, monetary income, the Engel curve, changing prices, the Giffen paradox, the effect of substitution and income.*

Изменение денежного дохода оказывает большое влияние на поведение и на реакцию потребителя. Эрнст Энгель, немецкий статистик, проделывая статистическую работу над данными разных годов в разных странах о бюджете, отметил, что чем меньше доход, тем больший процент от этого дохода тратится на удовлетворение физических потребностей, и, следовательно, тем меньше в итоге остается на духовное развитие человека. В экономической науке, базируясь на исследованиях Эрнста

Энгеля, был введён «Закон Энгеля». Этот закон звучит так: с увеличением дохода его доля, расходуемая на товары первой необходимости, уменьшается, в то время как доля расходов на предметы роскоши и на духовное развитие увеличивается.

Необходимо отметить, что этот закон Энгель выявил в середине XIX века, исходя из окружающих его экономических общественных и социальных реалий. Основной проблемой в этом случае являлось то, что к этому моменту даже в наиболее развитой части мира обеспечить всё население государства достаточно уровнем питания для того, чтобы не было угрозы регулярного голода и даже голодной смерти было всё ещё недоступным в связи с недостатком производства продуктов. Это и привело к тому, что авторская трактовка закона в первую очередь увязывает уровень доходов семьи с тем, какая часть этих доходов тратится на обеспечение именно продуктами. Энгель показал, что по мере увеличения общей суммы доходов доля расходов на продукты постепенно снижается(1).

Закон является достаточно очевидным, и поддается логическому анализу. Не случайно к примерно таким же выводам приходили различные ученые в разных странах. Так, например, немецкий ученый А. Швабе, изучая статистические данные по рынку жилья выяснил, что при увеличении доходов семьи, абсолютная сумма, которая это семья расходует на обеспечение себя жильём увеличивается, но доля расходов на жильё в общем объёме расходов семьи снижается.

Интересным фактом является то, что советским ученым С.Г. Струмилиным практическая проверка функционирования закона Энгеля показано, что уровень расходов на питание зависит не столько от уровня благосостояния семьи, сколько от размеров семьи и возрастно-половой структуры каждого отдельного домашнего хозяйства. Тем не менее, исследование Струмилина не опровергают, скорее дополняют закон Энгеля, поскольку размер семьи так или иначе влияет на общую сумму дохода, приходящегося на каждого члена семьи. Интересно то, что именно законы Энгеля во многом предопределили кейнсианскую революцию в экономической теории, поскольку Джон Мейнард Кейнс использовал закон Энгеля для доказательства того, что растущая доля сбережения начинает воздействовать на экономику на макроуровне (2).

Важнейшим результатом исследования Энгеля стало понимание того, что структура доходов не является неизменной и зависит от уровня доходов, то есть, от уровня потребления.

В связи с воздействием изменения доходов на характер поведения потребителя и в связи с законом Энгеля появилась надобность в дальнейшем исследовании того, каким образом изменяются расходы, как количественно, так и по своей структуре, при изменении уровня доходов и потребления. Проведенный анализ привел к тому, что появилась необходимость в группировке товаров, которые по-разному реагируют на изменение уровня доходов потребителя и изменение структуры его расходов.

Важнейшей причиной такой группировки стало то, что выявилось различные поведения различных групп товаров при изменении уровня доходов покупателя. Собственно, это несовпадение является очевидным выводом из самого закона Энгеля.

В первую очередь рассмотрим товары, которые считаются нормальными, или качественными товарами. К товарам такого рода в соответствии с общепринятым определением относят товары, потребление которых увеличивается при росте доходов потребителя. Очевидно, что при увеличении доходов будет формироваться новая бюджетная линия, уровень потребления будет переходить на более высокую кривую безразличия. Если мы соединим все возможные уровни потребления для данного покупателя и группы товаров, увидим, что они формируют кривую, которая будет связывать потребление товара с уровнем доходов потребителя. Именно таким образом и формируется кривая Энгеля, фактически являющаяся производной от обычного анализа полезности потребляемых товаров в соответствии с ординалистской теорией (4).

Однако возможна и другая группа товаров, которые называют некачественными товарами. Под понятием некачественные товары понимают именно те товары, спрос на которые уменьшается при росте доходов домашнего хозяйства.

В этом случае кривая Энгеля приобретают совершенно иной вид. Она четко и однозначно показывает, что такие товары приобретаются как замена, заменитель при отсутствии возможности приобретения качественного товара, и как только такая возможность появляется потребление некачественных товаров начинает снижаться.

Таким образом, кривые Энгеля могут иметь как положительный наклон, так и отрицательный. Положительный наклон характерен для товаров качественных, потребление которых по мере увеличения доходов растет. Отрицательный наклон кривой Энгеля говорит о том, что

речь идёт о некачественном товаре, потребление которого по мере роста доходов будет снижаться.

До этого момента проводимый анализ осуществлялся исходя из условия о том, что цены являются неизменными. В реальной же экономике реальный уровень сил постоянно меняется, и, что еще более важно, меняется он неравномерно. Именно фактор неравномерности оказывает ключевое влияние на изменение ситуации, и требует дополнительного исследования. Действительно, если бы изменения цен была равномерно по всем видам и категориям товаров, то фактически это изменение цен была бы равноценной изменению уровня доходов покупателя, и не было бы необходимости в дополнительном анализе.

Однако постоянно возникают ситуации, когда меняется уровень цен на различные товары, независимо друг от друга или, наоборот, с наличием какой-то конкретной связи между различными группами товаров. В каждом из этих случаев будет изменяться сущность и структура потребления.

При этом получается, что кривая «цена-потребление» отражает зависимость изменения потребления того или иного товара в связи с изменением его цены, то есть фактически является иным, иначе выраженным представлением классической кривой спроса. Однако при анализе изменения структуры потребления собственных доходов важно не только понимает, каким образом меняется структура, но и выявить причины, в соответствии с которыми происходят такие изменения. По какой причине изменяется структура расходов при изменении доходов, является это причиной единственное, или имеет место целый комплекс причин — на эти вопросы отвечают эффекты дохода и замещения (5).

Эффекты рассматривались ещё при изучении формирования спроса.

Сущность эффекта дохода является то, что спрос изменяется при изменении цены товара. По существу, это простое действие закона спроса, которая говорит, что если снижается цена на один товар, то автоматически приводит к росту спроса на него. А значит, увеличение спроса на этот товар приводит к тому, что снижается необходимость в приобретении иных товаров, выполняющих ту же функцию. Это приводит к изменению структуры потребления.

Эффект дохода проявляется несколько иначе, он говорит о том, что изменяется объём спроса на товар при изменении дохода и стабильных ценах. В этом случае увеличение объема доходов приводит к тому, чтобы потребитель наращивает потребление товара, но только до

того момента, когда этот товар всё ещё приносит ему пользу. А в соответствии с теорией предельной полезности увеличение потребления товара приводит к снижению полезности каждой следующей приобретённой единицы товара, и в какой-то момент наступает ситуация, когда потребитель уже не видит необходимости приобретать новые единицы товара преувеличение своих доходов. В этом случае освобождённый доход может быть сбережен, а может быть потрачен на приобретение иных товаров, и это также изменяет структуру потребления.

Необходимо отметить, что взаимодействие эффектов дохода и эффектов замещения может быть разнонаправленными, и могут возникать ситуации, когда эффект дохода существенно превышает эффект замещения. Это приводит к парадоксальной ситуации, когда при росте цены на товар начинают расти его потребление. Это объясняется тем, что при общем росте товаров рост цен на некачественные товары отстаёт от общего роста цен. И при этом возникает ситуация, когда цена на такой товар выросла, но она выросла в относительной степени меньше, чем цена на более качественные товары, которые могли бы этот товар заменить. В результате получается, что эффект дохода оказывается сильнее чем эффект замещения, и несмотря на то что цена на товар выросла спрос на него также увеличился.

В этом случае возникает странная ситуация, когда эластичность товара по цене становится обратной. Такое поведение может быть связано с возникновением никаких особых условий. Так, при серьезных опасений в нестабильности государство может возникать ажиотажный спрос на круг и, соль и спички, и чем больше становится цена на эти товары, тем больше становится их ценность в глазах покупателя из-за ажиотажного спроса. Возникает ситуация, когда при росте цены растет потребление товара, опадение цены на товар вызывает, наоборот, снижение ажиотажа и снижение потребления.

Однако если говорить об эффекте, или парадоксе Гиффена в первую очередь можно говорить о том, что к товарам, которые подчиняются такой странной в системе ценообразования относят в первую очередь малоценные товары, которые с одной стороны, имеет значительную роль в бюджете, но при этом не имеют эффективного товара заменителя.

Основным способом организации экономического механизма в глобальном масштабе сейчас является рыночная экономика, способная к саморегулированию. Эту способность рынка открыли представители

классической экономической школы, она описана еще в 18-ом веке одним из величайших экономистов в истории — Адамом Смитом.

При этом принципы функционирования экономики, сформулированные им еще тогда, действуют до сих пор — в рамках неоклассической школы, являющейся дальнейшим развитием классической экономической теории.

Одной из составляющих социального поведения является рациональное поведение, которое состоит в том, что индивид-потребитель выбирает оптимальные цели в соответствии с его естественными и социальными нуждами, основательно рассчитывая наилучший путь к удовлетворению всех его потребностей.

В теории предельной полезности основными понятиями являются «благо» и «полезность», выделяют подход кардиналистский и ординалистский. Количественный, или кардиналистский подход к предельной полезности в общем виде принято понимать, как попытку выразить полезность благ через какую-то универсальную единицу полезности, получившую название «ютиль». Полезность того или иного блага измеряется в этих условных единицах, и они позволяют так или иначе сравнивать блага между собой.

Согласно ординалистскому подходу полезности блага, ценность его зависит не только количества, но и от взаимосвязи с другими благами. Целью потребителя уже является выбор не одного доступного блага, а набора благ с наибольшей общей полезностью, то есть происходит оптимизация состава

Изменение денежного дохода оказывает большое влияние на поведение и на реакцию потребителя. Эрнст Энгель, немецкий статистик, проделывая статистическую работу над данными разных годов в разных странах о бюджете, отметил, что чем меньше доход, тем больший процент от этого дохода тратится на удовлетворение физических потребностей, и, следовательно, тем меньше в итоге остается на духовное развитие человека

Таким образом, кривые Энгеля могут иметь как положительный наклон, так и отрицательный. Положительный наклон характерен для товаров качественных, потребление которых по мере увеличения доходов растет. Отрицательный наклон кривой Энгеля говорит о том, что речь идёт о некачественном товаре, потребление которого по мере роста доходов будет снижаться.

При этом получается, что кривая «цена-потребление» отражает зависимость изменения потребления того или иного товара в связи с изменением его цены, то есть фактически является иным, иначе выраженным представлением классической кривой спроса. Если говорить об эффекте, или парадоксе Гиффена в первую очередь можно говорить о том, что к товарам, которые подчиняются такой странной в системе ценообразования относят в первую очередь малоценные товары, которые с одной стороны, имеет значительную роль в бюджете, но при этом не имеют эффективного товара заменителя. Получается, что эффект дохода оказывается сильнее чем эффект замещения, и несмотря на то что цена на товар выросла спрос на него также увеличился.

Список литературы

1. Самуэльсон П.Э. Микроэкономика. Учебное пособие. — Киев: Вильямс, 2010. 744 с.
2. Лобачева Е.Н. Экономическая теория. Учебное пособие для бакалавров. — М.: Издательство «Юрайт», 2013. 516 с.
3. Репин С.С. Тенденции развития экономической теории и экономической науки. Путеводитель предпринимателя. 2021. Т. 14, № 2. 2021. С. 71–77.
4. Шишкин, А.Ф. Экономическая теория. В 2-х тт. Т. 1 / А.Ф. Шишкин, Н.В. Шишкина. — М.: КДУ, 2013. 816 с.
5. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник / К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю, Ш.М. Флинн; пер. с англ. — 19-е изд. — М.: ИНФРА-М, 2018. XXVIII, 1028 с.
6. Репин С.С. Основные проблемы экономической теории современного этапа развития. Ученые записки Российской академии предпринимательства. 2021. Т. 20. № 2. С. 83–88.

References

1. Samuelson P.E. Microeconomics. Training manual. — Kiev: Williams, 2010. 744.
2. Lobacheva N.N. Economic theory. Textbook for students. — M.: Publishing house «Yurayt», 2013. 516 p.
3. Repin S. C. Tenders for the development of emotional and cost-effective. Entrepreneur's guide. 2021. Vol. 14. N. 2. 2021. P. 71–77.
4. Shishkin, A. F. Economic Theory. In 2-h tt. T. 1 / A. F. Shishkin, N.S. Shishkina. — M.: KDU, 2013. 816 p.
5. Preservation: principles, problems and politics: textbook / K.R. McConnell, S.L. Bust, Page M. Flynn; trans. from English-19-or idiot. — Moscow: INFRA-M, 2018. XXVIII, 1028 p.
6. Repin S.S. The main problems of economic theory of the modern stage of development. Scientific notes of the Russian Academy of Entrepreneurship. 2021. T. 20. N. 2. P. 83–88.

Ш. А. Шовхалов

*Доктор экономических наук, профессор,
shovkhalov.shamil@gmail.com*

*Кафедра правовых дисциплин,
Чеченский государственный педагогический университет,
Грозный, Российская Федерация*

Взгляд исламской экономики на трудовые отношения

***Аннотация:** Ситуация, когда, сотрудникам не выплачивают заработную плату, встречается в наше время все чаще, а трудовые конфликты в основном связаны с этим. В исламской экономике задолженность по заработной плате и все вопросы, связанные с ней, имеют принципиальное значение, поскольку отношения руководителя с сотрудниками намного теснее, нежели с контрагентами или кредиторами. К тому же существуют специфичные аспекты, которые следует учитывать, анализируя подобного рода вопросы. Цель данной статьи — исследовать взгляд исламской экономики на трудовые отношения.*

***Ключевые слова:** исламская экономика, заработная плата, трудовые отношения, мусульмане, исламское право, конфессиональные особенности.*

Sh. A. Shovkhalov

*Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
shovkhalov.shamil@gmail.com*

*Department of Legal Disciplines,
Chechen State Pedagogical University,
Grozny, Russian Federation*

Islamic Economics' Perspective on Labor Relations

***Annotation:** The situation when employees are not paid wages is more common nowadays, and labor conflicts are mainly related to this. In the Islamic economy, wage arrears and all issues related to it are of fundamental importance, since the relationship between the manager and employees is much closer than with counterparties or creditors. In addition, there are specific aspects that should be taken into account when analyzing these kinds of questions. The purpose of this article is to explore the Islamic economics view of labor relations.*

***Keywords:** Islamic economy, wages, labor relations, Muslims, Islamic law, confessional characteristics.*

Потребности приверженцев мусульманской религии в отношении финансовых аспектов не всегда с легкостью могут реализовываться в странах, где они составляют меньшинство, что достаточно глубоко исследовано в научных работах [4]. В условиях продолжающихся демографических тенденций исламский мир развивается не только в количественном аспекте, но и в качественном [7, 8]. Вновь возникающие вопросы требуют определённых ответов, так как неэффективное их решение ведет к потерям в достижении различного рода экстенсивных и интенсивных показателей.

Одним из важнейших направлений в деятельности коммерческих организаций является анализ и аудит трудовых ресурсов. В России в ряде регионов, как Чечня, Дагестан, Ингушетия, Татарстан и др., ряд бизнесменов соблюдают институциональные ограничения конфессионального характера [5], что дает основания проверять соответствие исламскому праву трудовых отношений [2] на предприятии, актуализируя изучаемую тему в большей степени.

В теории исламской экономики соглашение о найме может быть заключено устно, письменно или посредством средств связи, например, видеосвязи. В договоре важно указать срок найма и общие характеристики работы. Дозволенность заработной платы зависит от 2 факторов: сама деятельность и источник заработной платы:

1. Сама деятельность.

Речь идет о том, что работа должна соответствовать исламскому праву [6], то есть запрещены:

- торговля и производство алкогольной продукцией;
- выдача процентных кредитов;
- торговля и производство запрещенным мясом;
- страховая деятельность;
- форвардные и фьючерсные контракты;
- сделки с бинарными опционами и облигациями и пр.

2. Источник заработной платы.

Здесь речь идет о ситуации, когда сама природа деятельности дозволена, но источник выплачиваемых денежных средств запрещен. Например, работа бухгалтера на заводе по производству пивной продукции запрещена из-за источника доходов, так как выручка такой компании не соответствует конфессиональным ограничениям [1, 3].

Рассмотрим ряд важных аспектов, связанных с оплатой труда работникам в исламской экономике:

1. Заработная плата может начисляться и выплачиваться в самой разной форме, в том числе дозволен и аванс:

а) Повременная — это форма оплаты труда, при которой заработная плата зависит от фактически отработанного времени и ставки (часовые, дневные и месячные) сотрудника, а не от количества выполненных работ.

При этом допустимы:

- простая повременная форма платы труда, когда заработок сотрудника — это произведение ставки и количества отработанного времени;
- повременно-премиальная — к сумме заработной платы прибавляют премию.

б) Сдельная форма — это форма оплаты труда, при которой труд оплачивается по сдельным расценкам в соответствии с количеством проданного товара, произведенной продукции или оказанных услуг. Выделяют следующие ее подвиды:

- прямая сдельная — труд оплачивается за число единиц проданного товара, исходя из сдельных расценок;
- сдельно-прогрессивная — оплата возрастает за выработку сверх нормы;
- сдельно-премиальная — оплата труда включает премирование в результате различных показателей;
- косвенно-сдельная — оплата труда обслуживающего персонала, определяемая от заработка основных рабочих.

В качестве критериев выплаты премии можно использовать самые разные показатели: производство без брака, доля от продаж и пр.

2. Заработную плату можно отдавать деньгами, товарами, услугами. Это зависит от формы соглашения. При этом можно договориться, что для последующих периодов заработная плата будет изменяться.

Работодатель не может ставить условие, что в случае задержки заработная плата будет увеличиваться. Но он может установить фиксированную заработную плату, которая будет выполнена в срок, и заплатить меньше — если в более длительный, чем в первоначально установленный. Если же в срок выполнена часть работы, и это выполнение не приносит ожидаемой пользы, а наниматель теряет интерес к работе после

истечения срока, тогда можно не платить вообще. Если выполненной частью можно воспользоваться, тогда наниматель должен отдать среднерыночную заработную плату за часть работы. Стоит заметить, что речь не о ситуации, когда предприятие находится в кризисной ситуации и просто не имеет финансовой возможности покрыть задолженность перед своими работниками. В таком случае сотрудник должен проявить терпение, или уволиться, или воспользоваться иными опциями, которые прописаны в договоре.

3. Исламское право обязывает выполнять договоренности, значит, очень важно выплатить заработную плату вовремя.

В хадисе сказано: «Отдавайте работнику заработанное прежде, чем высохнет его пот» (Ибн Маджа, № 2443). Конечно, это не означает, что работник должен сиюминутно получить заработную плату, все зависит от договоренности. К примеру, работник договорился получить оплату за труд после сдачи всего объекта, хотя его работа была связана лишь со слаботочными системами.

4. Запрещено давать работу тому, кто не в состоянии ее выполнить.

В данном случае речь о том, что важно установить методику отбора персонала, чтобы вакантное место не было занято тем, кто плохо разбирается в выполняемых функциях. Также сюда входит ситуация, когда работодатель умышленно перегружает сотрудника с целью его увольнения, что не соответствует принципам исламской экономики.

5. Недопустимо использовать штрафные санкции на работе.

В организациях часто применяют штрафы за опоздание или какие-то иные нарушения корпоративных правил. В целом это недопустимо в исламской экономике, но разрешается использовать неденежные штрафы. Например, если человек опоздает на работу на 1 час, нельзя взимать штраф в размере 1 000 рублей, но руководитель может потребовать отработать 1 час вне рабочего времени. Однако, если кто-то работает в компании, где такие штрафы действуют, а сотрудник согласился на такие условия, тогда нужно их оплатить. Впрочем, руководство просто вычитет необходимую сумму из заработной платы, даже если кто-то не согласен.

Отдельно отметим, что любой ущерб, который приносит сотрудник компании, должен быть покрыт сотрудником, но об упущенной выгоде речи быть не может, так как это понятие противоречит принципам исламской экономики.

6. Важно обеспечить работнику надлежащие условия, как:

- возможность выполнять религиозные акты поклонения;
- соблюдение норм отношений между мужчинами и женщинами;
- обеспечение условий труда общего характера, как гигиена;
- невозможность расторжения договора с работником в одностороннем порядке, кроме нарушения трудовой дисциплины или непредвиденных обстоятельств и пр.

Отмеченные условия помогут избежать спорных ситуаций с сотрудниками, а также улучшить внутренний климат, что способствует повышению производительности труда в целом.

7. У сотрудника существуют обязанности:

- сотрудник должен выполнять оговоренную работу в срок и не имеет права отсутствовать на рабочем месте;
- сотрудник должен лично выполнять работу, если договором не отражено иное;
- работодатель имеет право на гарантии в случае халатности и превышения полномочий сотрудником: залог, поручительство и пр.

8. Завершение трудового договора может быть в случае следующих обстоятельств:

- тяжелая болезнь;
- закрытие бизнеса;
- по согласию обеих сторон;
- вследствие невыполнения сотрудником функций;
- разрешено договориться о праве на одностороннее расторжение, например, при невыплате заработной платы.

Пролонгация трудового договора разрешена, в том числе автоматическая.

Таким образом, это основной перечень правил в отношении трудовой дисциплины в исламской экономике. Соблюдение данных норм должно обеспечиваться руководством и может помочь:

- в развитии имиджа компании, соблюдающей конфессиональные особенности [9];
- в привлечении соответствующего персонала, для которого важна подобная корпоративная культура;
- в получении высоких мест в рейтинге по соблюдению исламского права.

Список литературы

1. Десаи И. (2020). Краткое руководство по исламским финансам: монография. RIFC.
2. Организации бухгалтерского учета и аудита исламских финансовых учреждений (2017). Шариатские стандарты. — М.: Исламская книга.
3. Усмани Т (2016). Введение. Исламские финансы. — М.: Исламская книга.
4. Alam, I. (2019). Interacting with Muslim customers for new service development in a non-Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10 No. 4, pp. 1017–1036. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2018-0111>.
5. Christiansen B. *Handbook of Research on Effective Marketing in Contemporary Globalism* / B. Christiansen, S. Yıldız, E. Yıldız. USA: IGI Global, 2014. 463 p.
6. Hanefah, M.M., Kamaruddin, M.I.H., Salleh, S., Shafii, Z. and Zakaria, N. (2020). Internal control, risk and Sharī'ah non-compliant income in Islamic financial institutions. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, Vol. 12 No. 3, pp. 401–417. <https://doi.org/10.1108/IJIF-02-2019-0025>.
7. Memon, Y.J., Azhar, S.M., Haque, R. and Bhutto, N.A. (2019), «Religiosity as a moderator between theory of planned behavior and halal purchase intention».
8. Randeree, K. (2019). Demography, demand and devotion: driving the Islamic economy. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 2, pp. 301–319. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2018-0102>.
9. Tieman, M. (2019), «Measuring corporate halal reputation: A corporate halal reputation index and research propositions», *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 3, pp. 591–601.

References

1. Desai I. (2020). *Kratkoe rukovodstvo po islamskim finansam: monografiya*: RIFC.
2. Organizatsii bukhgalterskogo ucheta i audita islamskikh finansovykh uchrezhdenii (2017). *Shariatskie standarty*. — M.: Islamskaya kniga.
3. Usmani T (2016). *Vvedenie. Islamskie finansy*. — M.: Islamskaya kniga.
4. Alam, I. (2019). Interacting with Muslim customers for new service development in a non-Muslim majority country. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 10 No. 4, pp. 1017–1036. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2018-0111>.
5. Christiansen B. *Handbook of Research on Effective Marketing in Contemporary Globalism* / B. Christiansen, S. Yıldız, E. Yıldız. USA: IGI Global, 2014. 463 p.

6. Hanefah, M.M., Kamaruddin, M.I.H., Salleh, S., Shafii, Z. and Zakaria, N. (2020). Internal control, risk and Shari'ah non-compliant income in Islamic financial institutions. *ISRA International Journal of Islamic Finance*, Vol. 12 No. 3, pp. 401–417. <https://doi.org/10.1108/IJIF-02-2019-0025>.
7. Memon, Y.J., Azhar, S.M., Haque, R. and Bhutto, N.A. (2019), «Religiosity as a moderator between theory of planned behavior and halal purchase intention».
8. Randeree, K. (2019). Demography, demand and devotion: driving the Islamic economy. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 2, pp. 301–319. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2018-0102>.
9. Tieman, M. (2019), «Measuring corporate halal reputation: A corporate halal reputation index and research propositions», *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 11 No. 3, pp. 591–601.

ББК 65.9(2Рос)

УДК 330.35

УДК 340.1

П 90

П 90 **Путеводитель предпринимателя. Научно-практическое издание:** Сб. науч. трудов. Т. 14, № 3. — М.: Российская академия предпринимательства; Агентство печати «Наука и образование», 2021. — 188 с.

ISBN 978-5-6046759-0-8

Научно-практический журнал «Путеводитель предпринимателя» учрежден Российской академией предпринимательства в 2004 г. На его страницах представлены теоретические и научно-практические материалы, обзоры и статьи по актуальным вопросам и проблемам современной экономики и предпринимательства.

Журнал включен в Перечень ведущих российских рецензируемых научных журналов и изданий, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования России, в котором должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук по группе специальностей 08.00.00 Экономика (Экономическая теория; Экономика и управление народным хозяйством; Финансы, денежное обращение и кредит; Бухгалтерский учет, статистика; Мировая экономика). Журнал индексируется в РИНЦ.

Целевая авторская и читательская аудитория журнала включает научных работников, преподавателей, предпринимателей, а также студентов, магистров и аспирантов экономических специальностей.

Научно-практическое издание
www.pp-mag.ru

Серия
ПУТЕВОДИТЕЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
в Министерстве РФ по делам печати, телерадиовещания
и средств массовой коммуникации

ПИ № 77-17480 от 18 февраля 2004 года

Подписной индекс в Объединенном каталоге «Пресса России» — Е38941

Префикс DOI: 10.24182

Условия распространения материалов: Контент доступен под лицензией
Creative Commons Attribution 4.0 License

Подписано в печать 30.06.2021
Формат бумаги 60х90 ¹/₁₆. Гарнитура «Newton7С, TextBookС»
Объем 10,93 усл. печ. л. Тираж 1000 экз.
Издательство Агентство печати «Наука и образование»
109544, г. Москва, ул. Малая Андроньевская, д. 15
www.pp-mag.ru

Редакция — ООО «Агентство печати «Наука и образование»»
109544 Москва, ул. Малая Андроньевская, 14
(499) 678-03-30, info@rusacad.ru
Отпечатано в типографии «Канцлер»
150003, Ярославль, Полушкина Роща, 16 ст. 66а