

---

**ВЕСТНИК  
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ  
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

---

ISSN 1818-4057

**№ 7 2021**

**Часть 1**

---

Научный журнал

**«Вестник Алтайской академии экономики и права»**

**ISSN 1818-4057**

Журнал издается с 1997 года.

Издание включено в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (Перечень ВАК).

Официальный сайт журнала – [www.vaael.ru](http://www.vaael.ru).

Доступ к электронной версии журнала бесплатен. e-ISSN 2226-3977.

Издание официально зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 45458.

Учредитель – Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Алтайская академия экономики и права». 656038, Алтайский край, город Барнаул, Комсомольский проспект, 86.

Шифры научных специальностей

08.00.00 Экономические науки

12.00.00 Юридические науки

Все публикации рецензируются.

Журнал индексируется в Российском индексе научного цитирования РИНЦ и научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

Номерам и статьям журнала присваивается Цифровой идентификатор объекта DOI.

Выпуск подписан в печать 19 июля 2021 года

Распространение по свободной цене

Усл. печ. л. 13,25.

Тираж 500 экз.

Формат 60×90 1/8.

---

## СОДЕРЖАНИЕ

---

### ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

---

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АРКТИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ <i>Гагиев Н. Н., Шестакова А. А.</i> .....	4
СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ СЕКТОРЕ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ <i>Грицунова С. В., Седых Ю. А., Михненко Т. Н.</i> .....	10
СПОСОБЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА <i>Губарьков С. В., Ким А. Г., Губарьков А. С.</i> .....	17
ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ: МЕТОДОЛОГИЯ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ <i>Данилова И. В., Резепин А. В.</i> .....	24
СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ <i>Заярная И. А., Кадырова Л. Н.</i> .....	33
АНАЛИЗ СТЕПЕНИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНОВ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА <i>Касаева Т. В., Каптушева А. Р.</i> .....	37
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ПРИЕМОВ НА ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ РЕАКЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ <i>Медведева О. С., Левкина В. Н.</i> .....	43
ОЦЕНКА УГРОЗ В ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СФЕРЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ <i>Минаков А. В., Иванова Л. Н.</i> .....	52
ПОСТРОЕНИЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Родионов Д. Г., Дмитриев Н. Д., Дубаневич Л. Э.</i> .....	61
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА <i>Симарова И. С., Алексеевичева Ю. В., Близнецов Р. С., Жигин Д. В.</i> .....	72
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДА ДИСКОНТИРОВАННЫХ ПОТОКОВ И МЕТОДА РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ КАК ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ <i>Тяпкина А. С., Комова Н. Д., Лихвойнен А. В., Юхимец В. И., Александрова В. С.</i> .....	78
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ – СТРАТЕГИЧЕСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ РФ: АНАЛИЗ НОВОЙ СТРАТЕГИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ <i>Феофилова Т. Ю., Радыгин Е. В., Литвиненко А. Н.</i> .....	83
ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ <i>Шер М. Л., Миронов Л. В.</i> .....	89
ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ <i>Штриков А. Б., Штрикова Д. Б.</i> .....	99

УДК 331.5:332.1

*Н. Н. Гагиев*

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»,  
Москва, e-mail: gagievnn@yandex.ru

*А. А. Шестакова*

ООО «Аktion-МЦФЭР», Москва, e-mail: aashestakova@mcfr.ru

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АРКТИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ

**Ключевые слова:** арктические регионы, социально-экономическое развитие, прогноз, безработица, индекс валового регионального продукта, инвестиции.

Регионы Арктической зоны играют важнейшую роль в социально-экономическом развитии страны. На территории Арктики сосредоточено огромное количество полезных природных ископаемых, проходят важнейшие транспортные артерии, сохранилась уникальная биосистема. В статье представлен прогноз социально-экономического развития Арктических регионов, полностью относящихся к зоне Арктики: Мурманская область и три автономных округа – Ненецкий, Ямало-Ненецкий, Чукотский. Авторами были выбраны наиболее значимые показатели, характеризующие развитие регионов: уровень безработицы по методологии МОТ (%), индекс валового регионального продукта (ВРП) (%), доля инвестиций в основной капитал в ВРП субъекта (%). Анализ показал, что развитие регионов Арктики происходит неравномерно, однако прослеживается следующая тенденция: регионы, наименее зависимые от природных ресурсов могут продемонстрировать более «успешное» развитие и даже выйти на показатели роста социально-экономической сферы. При этом высокая безработица в Мурманской области и Ненецком АО остается серьезной угрозой социального развития регионов.

*N. N. Gagiev*

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, e-mail: gagievnn@yandex.ru

*A. A. Shestakova*

LLC «Action», Moscow, e-mail: aashestakova@mcfr.ru

## FORECASTING THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE ARCTIC REGIONS

**Keywords:** arctic regions, socio-economic development, forecast, unemployment, gross regional product index, investment.

The regions of the Arctic zone play an important role in the socio-economic development of the country. A huge amount of mineral resources is concentrated on the territory of the Arctic, the most important transport arteries pass through, a unique biosystem has been preserved. The article presents a forecast of the socio-economic development of the Arctic regions that are completely related to the Arctic zone: The Murmansk Region and three autonomous districts – Nenets, Yamalo-Nenets, Chukotka. The authors selected the most significant indicators characterizing the development of the regions: the unemployment rate according to the ILO methodology (%), the gross regional product index (GRP) (%), the share of fixed capital investment in the GRP of the subject (%). The analysis showed that the development of the Arctic regions is uneven, but the following trend can be traced: regions that are least dependent on natural resources can demonstrate more “successful” development and even reach the indicators of growth of the socio-economic sphere. At the same time, high unemployment in the Murmansk Region and the Nenets Autonomous District remains a serious threat to the social development of the regions.

### Введение

Сегодня развитие социально-экономического состояния Арктических территорий происходит, в первую очередь, благо-

даря обширной минерально-сырьевой базе. Регионы, полностью отнесенные к АЗРФ в соответствии с ФЗ от 13.07.2020 N 193-ФЗ «О государственной поддержке предпри-

нимательской деятельности в Арктической зоне Российской Федерации» [1], являются зависимыми от природных ресурсов, а наибольшее развитие происходит в тех регионах чьи ресурсы еще не истощены. Среди регионов, чьи территории полностью относятся к арктическим, выделяют: Мурманскую область, Ненецкий автономный округ, Ямало-Ненецкий автономный округ и Чукотский автономный округ.

Процесс прогнозирования дает возможность увидеть развитие социально-экономических процессов в будущем периоде. Так как регионы Арктики на сегодняшний день являются одними из наиболее значимых регионов России, прогнозирование их социально-экономических показателей даст возможность оценить эффективность нынешней региональной политики в области социально-экономического развития.

**Целью** исследования является оценка социально-экономического развития Арктических регионов к 2022 году с учетом построенного прогноза. Построенный прогноз позволит определить наиболее уязвимые к 2022 году сферы и отрасли, а также выявить причины возможных негативных последствий для регионов.

#### Материал и методы исследования

Для прогноза социально-экономических процессов регионов Арктики, на основании проведенного анализа нормативно-правой

базы в области обеспечения экономической безопасности, а также региональных Стратегий социально-экономического развития регионов Арктики нами были отобраны наиболее значимые показатели из 3 групп (рис. 1).

Для социально-экономического прогноза регионов Арктики нами был применён метод экспоненциального сглаживания. Преимуществом данного метода является то, что он позволяет выявить наметившиеся тенденции, которые сложились к моменту последнего наблюдения. Кроме того, данный метод позволяет достаточно точно оценить параметры модели и тренд, сформированный в конце базисного периода. Метод «...адаптируется к меняющимся во времени условиям, а не просто экстраполирует действующие зависимости в будущее» [8].

Таким образом, при экспоненциальном сглаживании учитываются все предшествующие наблюдения – предыдущее учитывается с максимальным весом, предшествующее ему – с несколько меньшим, самое раннее наблюдение влияет на результат с минимальным статистическим весом. Наиболее важной характеристикой в этой модели является  $\alpha$ , по величине которой практически и осуществляется прогноз. Чем значение этого параметра ближе к 1, тем больше при прогнозе учитывается влияние последних уровней ряда динамики.

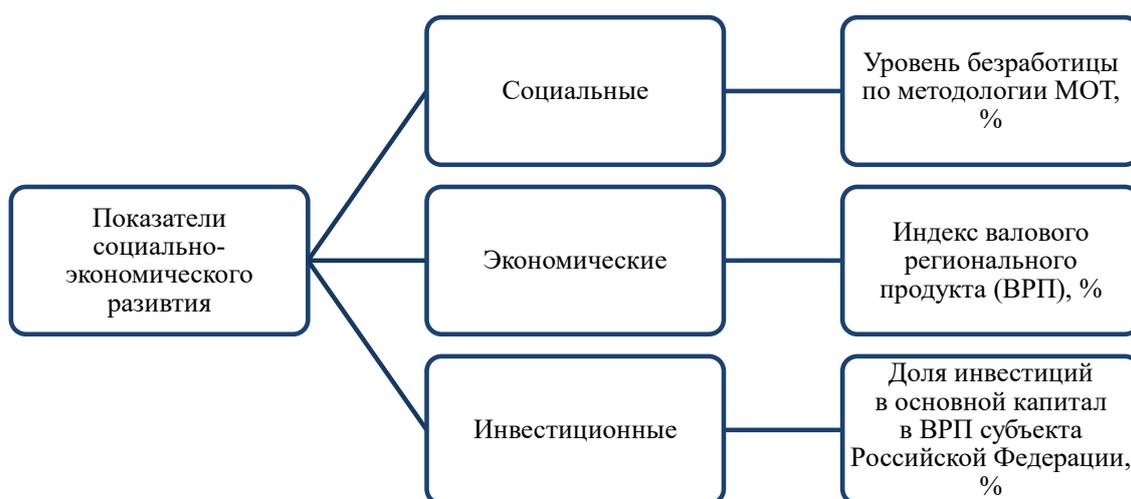


Рис. 1. Группы социально-экономических показателей для составления прогноза

Источник: составлено автором

Вычисление прогноза можно записать следующей формулой [8]:

$$S_t = \alpha x_t + (1 - \alpha) \times S_{t-1}, \quad (1)$$

где  $S_t$  – текущее сглаженное значение;  
 $\alpha$  – коэффициент сглаживания (0;1);  
 $x_t$  – фактическое значение периода;  
 $S_{t-1}$  – предыдущее сглаженное значение/  
 Расчет коэффициента  $\alpha$  произведем по следующей формуле [8]:

$$\alpha = \frac{2}{n + 1} \quad (2)$$

где  $n$  – число наблюдений, входящих в интервал сглаживания.

**Результаты исследования и их обсуждение**

На основании этого спрогнозируем первый показатель, уровень безработицы на 5-летний период, так как данная модель прогнозирования хорошо подходит для краткосрочных и среднесрочных прогнозов. При этом выделим в качестве целевого значения показатели из Стратегий социально-экономического развития каждого региона Арктики (рис. 2).

На основании построенного прогноза, показанного на рис. 2, можно заметить, что только Чукотский АО, согласно прогнозу, превысит целевое значение, которое согласно «Стратегии социально-экономического развития Чукотского АО» [2] в 2020 году должно составлять 2,7%. Однако согласно Прогнозу социально-экономического развития России на период до 2030 года [7], прогнозируемый уровень безработицы для РФ составляет 4,6%, тем самым за весь прогнозируемый период Чукотский АО не превышает данный показатель.

Ямало-Ненецкий АО в своей «Стратегии социально-экономического развития» [3] прогнозирует в 2020 году уровень безработицы 3,1% согласно сформированному в нашем исследовании прогнозу уровень безработицы в ЯНАО будет также 3,1%, кроме того, показатели данного региона не превышают общероссийский прогноз в 4,6% что говорит об отсутствии угроз в прогнозируемом периоде.

Согласно «Стратегии социально-экономического развития Мурманской области» [4] целевое значение уровня безработицы в 2020 году составляет 7,9%, а прогнозируемый в нашем исследовании показатель составит 6,9%.

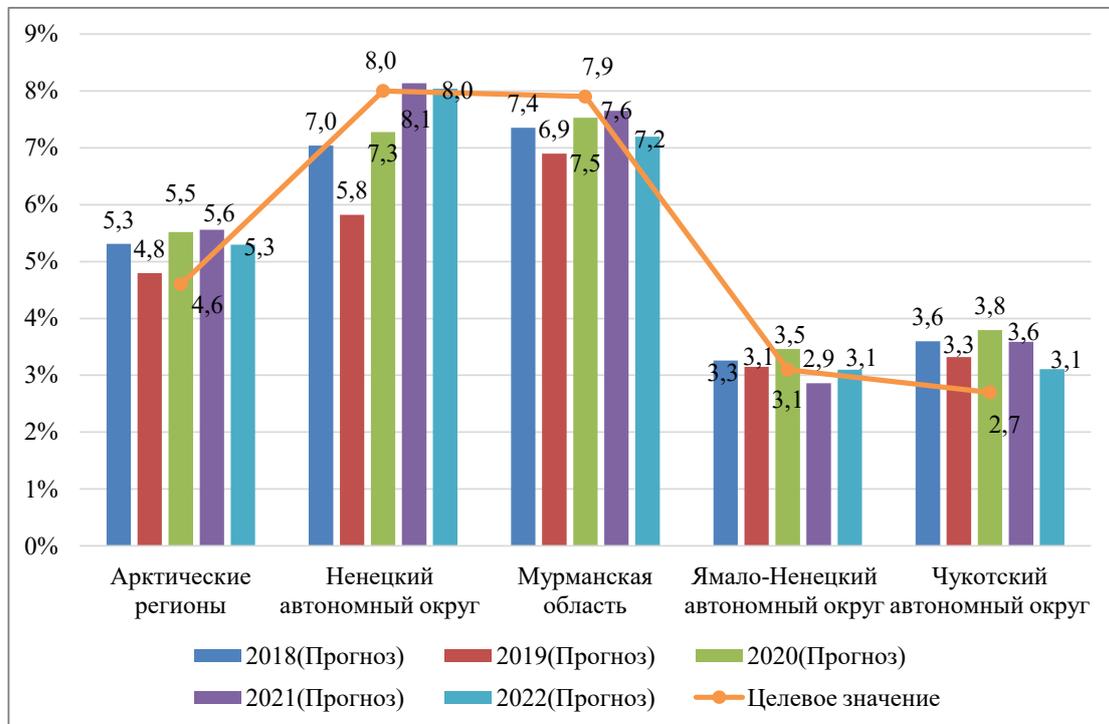


Рис. 2. Прогноз уровня безработицы по методологии MOT, %  
 Источник: рассчитано авторами на основе [10]

С одной стороны, прогноз можно назвать положительным, так как сокращение показателя безработицы говорит о выравнивании социального развития региона, однако стоит упомянуть о том, что прогнозируемый показатель в среднем по России в 2020 году составляет 4,6% и за весь прогнозируемый период показатели безработицы региона сильно превышают данное значение, что говорит о формировании угроз для региона, таких как: сокращение доходов населения, повышения уровня бедности, ухудшение качества жизни и криминализацию региона.

Аналогичная ситуация сложилась в Ненецком АО [5], где прогнозируемая безработица к 2021 году будет самой высокой среди всех регионов Арктики и составит 8,1%. Все это связано с тем, что в структуре экономики этого региона преобладает промышленное производство, малая доля развития иных отраслей экономики формирует некую застойность региона, где нужны только специалисты промышленного профиля и сложно найти работу специалистам вне промышленности.

Главным показателем устойчивого регионального развития является ВРП. Прогноз валового регионального продукта покажет, будет ли устойчивым состояние экономики регионов Арктики при сегодняшних тенденциях и смогут ли регионы достичь тенденции к росту ВРП (рис. 3).

На основании данных рис. 3 стоит отметить стабильность динамики ВРП во всем прогнозируемом периоде. Из четырех анализируемых регионов только Мурманская область согласно своей Стратегии социально-экономического развития до 2025 г. [4] не достигнет темпа прироста ВРП в 100,1% к 2020 году согласно прогнозу. Остальные регионы на основании прогнозируемых данных достигнут установленных целевых значений, что говорит о стабильности развития этих регионов. Однако согласно «Прогнозу социально-экономического развития на период до 2024 года» [6] средний тем прироста по России с 2020 по 2024 год будет составлять от 104,8 до 108,8%, среди регионов Арктики в этот диапазон попадут только два региона – Мурманская область и Чукотский АО, все это говорит о том, что в структуре ВРП регионов ЯНАО и НАО значительно преобладает газ и нефть, а сложившаяся ситуация на мировом рынке энергоресурсов отразится на прогнозируемых показателях. А вот обрабатывающие производства (наукоемкие отрасли и высокотехнологичные производства, металлургия, машиностроение) Мурманской области и Чукотского АО позволят регионам достичь положительной динамики ВРП и целевого диапазона, установленного в целом по Российской Федерации.

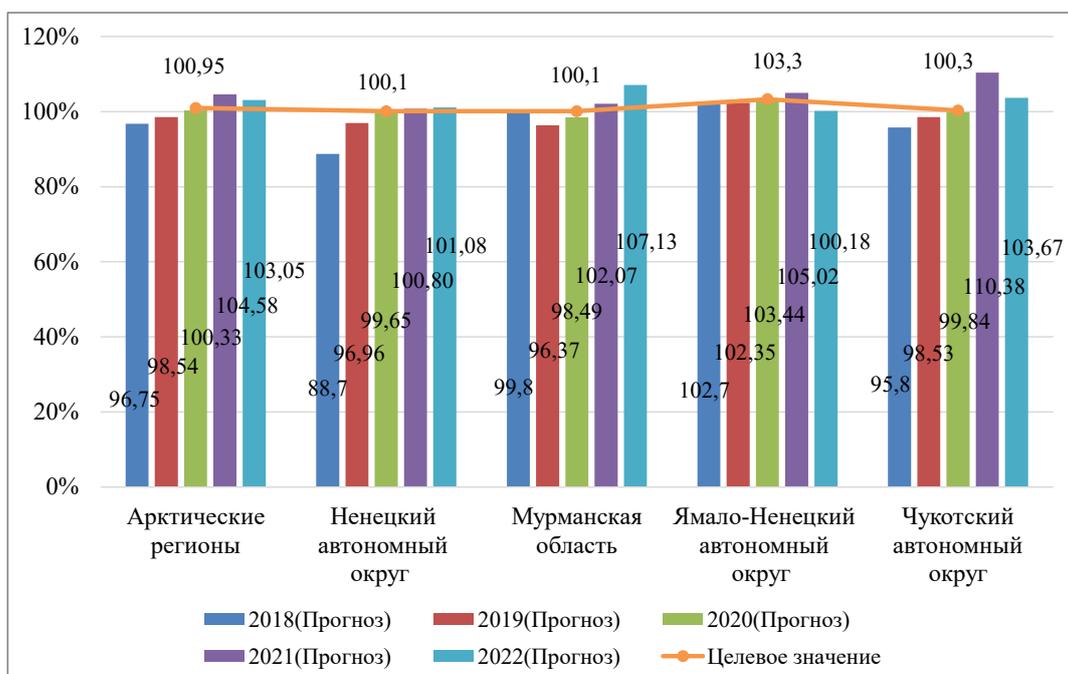


Рис. 3. Прогноз индекса валового регионального продукта, %

Источник: рассчитано авторами на основе [9]

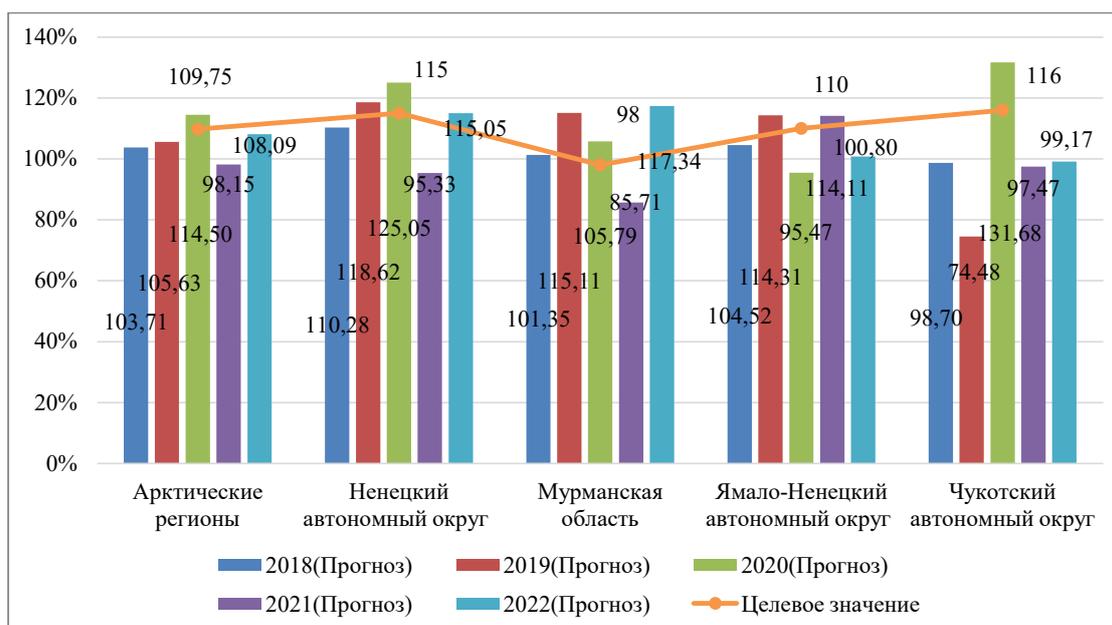


Рис. 4. Прогноз инвестиций в основной капитал, %  
\*Источник: рассчитано автором на основе [9]

За последние годы привлечение инвестиций стало особенно важно в контексте экономического развития региона. Стабильный приток инвестиций говорит о создании крупных производственных мощностей в регионе, строительстве инфраструктуры и развитии малого и среднего предпринимательства. Нами был построен прогноз инвестиций в основной капитал на период с 2018 по 2021 года (рис. 4).

На основании прогнозных данных можно увидеть неоднозначную тенденцию притока инвестиции в основной капитал. Согласно прогнозу, только Ямало-Ненецкий АО не сможет достичь целевого показателя, установленного собственной Стратегией социально-экономического развития до 2020 г. [3], а именно 110%. На эту ситуацию влияет ряд факторов.

Во-первых, высокие риски проектов. Здесь хочется отметить не только финансовую сторону рисков (а именно: дороговизну проектов, высокий риск долгой окупаемости), но и риски, связанные с технической оснащённостью проектов, так как большинство проектов ЯНАО направлены на добычу углеводородных ресурсов, а для этого необходимо соответствующее оборудование, способное не только эффективно работать, но и отвечать мировым стандартам качества (например, иметь высокую экологичность).

Во-вторых, ресурсная зависимость. Как ранее было отмечено, большинство проектов ЯНАО связаны с добычей углеводородов, поэтому привлечение инвестиций идет только в одну отрасль, что существенно сокращает возможность увеличения объёмов инвестиций.

В остальных трех регионах Арктической зоны РФ стоит отметить, что установленные собственными Стратегиями целевые значения, согласно сформированному нами прогнозу, будут достигнуты, что является положительным фактором. Однако согласно «Прогнозу социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2024» года темп прироста инвестиций в прогнозируемый период с 2020 по 2024 года составит от 106 до 116,9%, в этот диапазон попадают только Ненецкий АО и Мурманская область, что говорит о благоприятном инвестиционном климате. В дальнейшей перспективе это даст возможность регионам реализовывать крупномасштабные инвестиционные проекты.

### Выводы

Таким образом, на основании сформированного прогноза можно сделать вывод, что развитие регионов Арктики происходит неравномерно, однако прослеживается следующая тенденция: регионы, наименее

зависимые от нефти и газа в прогнозируемых периодах, могут продемонстрировать более «успешное» развитие и даже выйти на показатели роста социально-экономической сферы (как это было продемонстрировано на примере ВРП). Тревожным фактором остаётся высокая безработица

Ненецкого АО и Мурманской области, которая в прогнозируемом периоде сохраняет тенденцию к росту и, если не изменить вектор развития этих территорий сегодня, то в дальнейшей перспективе высокая безработица станет угрозой социального развития регионов.

*Библиографический список*

1. Федеральный закон от 13.07.2020 N 193-ФЗ (ред. от 11.06.2021) «О государственной поддержке предпринимательской деятельности в Арктической зоне Российской Федерации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_357078/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_357078/) (дата обращения: 05.07.2021).
2. Распоряжением Правительства Чукотского автономного округа от 13 мая 2014 года N 192-рп «О проекте Стратегии социально-экономического развития Чукотского автономного округа до 2030 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW442;n=13634#013617896490000891> (дата обращения: 06.07.2021).
3. Постановление Законодательного Собрания ЯНАО от 14.12.2011 N 839 «О Стратегии социально-экономического развития Ямало-Ненецкого автономного округа до 2020 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc&base=RLAW906&n=46602&dst=100899#09127739981727> (дата обращения: 06.07.2021).
4. Постановление Правительства Мурманской области от 26 августа 2010 г. N 383-ПП «О Стратегии социально-экономического развития Мурманской области до 2025 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://base.garant.ru/16976883/#ixzz6E3cZhjSd> (дата обращения: 06.07.2021).
5. Постановление Собрания депутатов Ненецкого автономного округа от 7 ноября 2019 г. N 256-сд «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Ненецкого автономного округа до 2030 года». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://base.garant.ru/33603322/> (дата обращения: 06.07.2021).
6. Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2024 года (разработан Минэкономразвития России). [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_308166/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_308166/) (дата обращения: 06.07.2021).
7. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года (разработан Минэкономразвития России). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=144190&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.2078390225406268#06102992171743837> (дата обращения: 06.07.2021).
8. Методология научно-технологического прогнозирования Российской Федерации в современных условиях / С.С. Голубев, С.С. Чеботарев, А.М. Чибинев, Р.М. Юсупов. Москва: Креативная экономика, 2018. 282 с.
9. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2020: стат. сб. / Росстат. М., 2020. 1242 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/LkooETqG/Region\\_Pokaz\\_2020.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/LkooETqG/Region_Pokaz_2020.pdf) (дата обращения: 02.07.2021).
10. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. ФСГС. Режим доступа: <https://fedstat.ru/indicator/43062> (дата обращения: 02.07.2021).

УДК 338

*С. В. Грицунова, Ю. А. Седых, Т. Н. Михненко*ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет»,  
Ростов-на-Дону, e-mail: svetlana-06-84@yandex.ru**СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ  
РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ  
В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ СЕКТОРЕ  
В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ****Ключевые слова:** предпринимательский сектор, цифровизация, цифровая экономика, зарубежные страны, широкополосный интернет, ERP системы, RFID технологии.

В статье проводится сравнительная оценка уровня распространения цифровых технологий в предпринимательский сектор России со странами ЕС, некоторыми скандинавскими и азиатскими странами. Выявлено, что передовые позиции в этом направлении занимают скандинавские страны и ряд европейских государств. Рассмотрены модели цифровой экономики некоторых зарубежных стран, занимающих передовые позиции в этом направлении. Обосновывается необходимость при решении вопросов цифровизации предпринимательского сектора учитывать состояние страны в целом, цифровые навыки населения, меры, принимаемые со стороны органов власти страны, научной деятельности образовательных организаций и многие другие факторы.

*S. V. Gritsunova, Yu. A. Sedykh, T. N. Mikhnenko*

Rostov State University of Economics, Rostov-on-Don, e-mail: svetlana-06-84@yandex.ru

**COMPARATIVE ASSESSMENT OF THE LEVEL  
OF DIGITAL TECHNOLOGY DIFFUSION  
IN THE BUSINESS SECTOR IN RUSSIA  
AND FOREIGN COUNTRIES****Keywords:** business sector, digitalization, digital economy, foreign countries, broadband Internet, ERP systems, RFID technology.

The article makes a comparative assessment of the level of diffusion of digital technologies into the business sector of Russia with EU countries, some Scandinavian and Asian countries. It was revealed that Scandinavian countries and a number of European states occupy advanced positions in this direction. Models of digital economy of some foreign countries occupying advanced positions in this direction are considered. The need to take into account the state of the country as a whole, the digital skills of the population, measures taken by the authorities of the country, the scientific activities of educational organizations and many other factors are justified when solving issues of digitalization of the entrepreneurial sector.

**Введение**

Деятельность современной организации в современных условиях хозяйствования трудно представить без широкого использования цифровых технологий. Они играют ключевую роль и являются неотъемлемой частью деятельности бизнес-структур. От того широко или нет развито использование цифровых технологий организацией во многом зависит результативность, продуктивность, успешность деятельности бизнеса. Высокий уровень цифровизации обычно свидетельствует о высоком уровне конкурентоспособности предпринимательской структуры.

При этом цифровые технологии играют ключевую роль в повышении произво-

дительности труда, уменьшении издержек и росте доступности информации бизнеса [4]. Использование цифровых технологий предпринимательским сектором ведет к значительному снижению барьеров входа на новые рынки и в целом стимулирует экономический рост конкурентоспособности государства. Интересным представляется проведение сравнительного анализа уровня распространения цифровых технологий в предпринимательском секторе в России и некоторых зарубежных странах.

**Материалы и методы исследования**

С целью интегральной оценки уровня распространения цифровых технологий в предпринимательском секторе Институтом

статистических исследований и экономики знаний разработан индекс цифровизации бизнеса. Данный индекс рассчитывается на базе пяти показателей: уровень использования оболочных сервисов, широкополосный интернет, RFID-технологий, ERP-систем и включенность в электронную торговлю.

Методы и приемы исследования базируются на анализе и обобщении изученного материала об исследованиях уровня распространения цифровых технологий в предпринимательском секторе, а также на систематизации и группировке данных исследований. Решение поставленных в исследовании задач осуществлялось на основе применения общенаучных методов исследования в рамках сравнительного, логического, статистического анализа и графической интерпретации.

### Результаты исследования и их обсуждение

С целью сравнительной оценки интенсивности и результативности внедрения цифровизации в предпринимательский сектор

представим индекс цифровизации бизнеса в России и ряде зарубежных стран (рис. 1).

По уровню распространения цифровых технологий в предпринимательском секторе Россия занимает последние места, с индексом цифровизации бизнеса 31% в 2018 году. Передовые позиции по этому показателю занимают Финляндия – 50%, Бельгия – 49%, Дания – 47%, Нидерланды – 48%, Швеция – 46%.

Отмечен рост удельного веса организаций предпринимательского сектора использующего широкополосный интернет в России с 82% в 2017 году до 86% в 2018 году. Интенсивность использования широкополосного интернета предпринимательским сектором в России в сравнении с рядом зарубежных стран не высока (рис. 2).

В Финляндии, Бельгии, Дании, Нидерландах, Литве, Латвии 100% организаций предпринимательского сектора используют широкополосный интернет. На протяжении последних 9 лет особого роста в использовании широкополосного интернета предпринимательским сектором не наблюдалось (рис. 3).

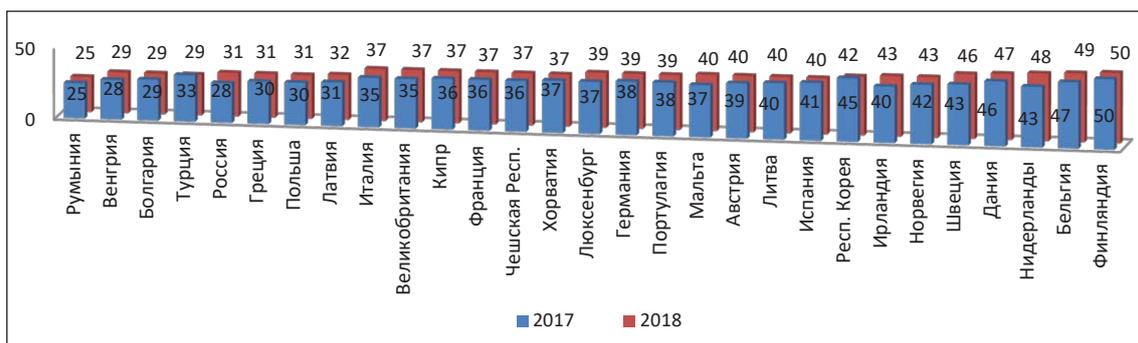


Рис. 1. Индекс цифровизации бизнеса в РФ и ряде зарубежных государств, 2017-2018 гг. Источник: рассчитано автором на основании данных [3; 9]

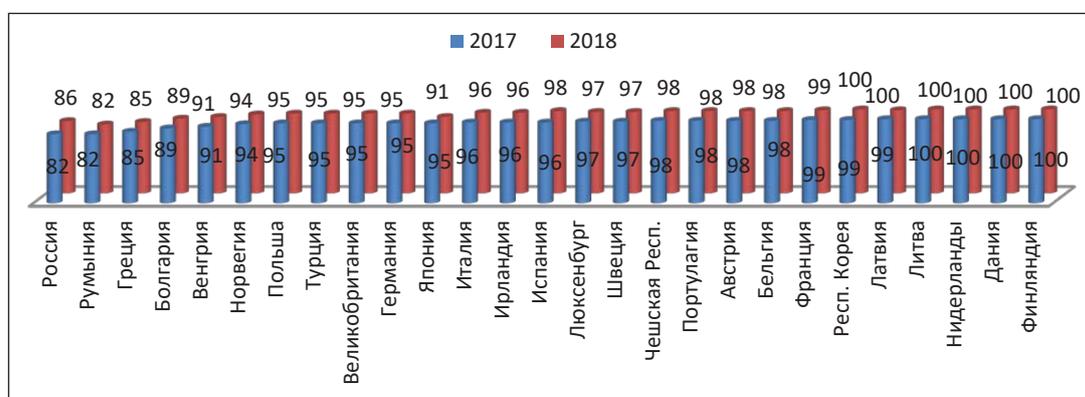


Рис. 2. Интенсивность использования широкополосного интернета предпринимательским сектором в РФ и ряде зарубежных государств, 2017-2018 гг. Источник: рассчитано автором на основании данных [3; 9]

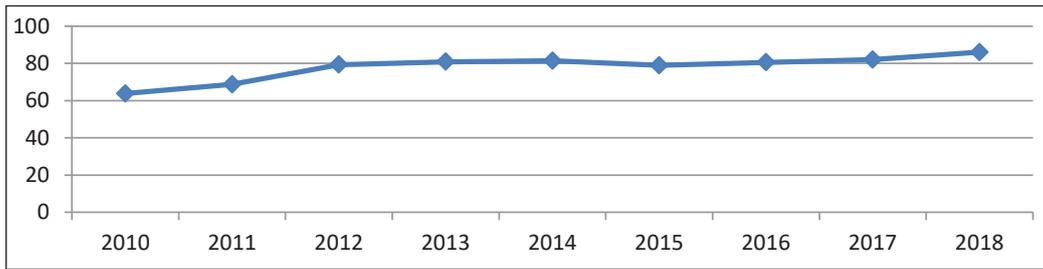


Рис. 3. Динамика интенсивности использования широкополосного интернета предпринимательским сектором в РФ  
 Источник: рассчитано автором на основании данных [3; 9]

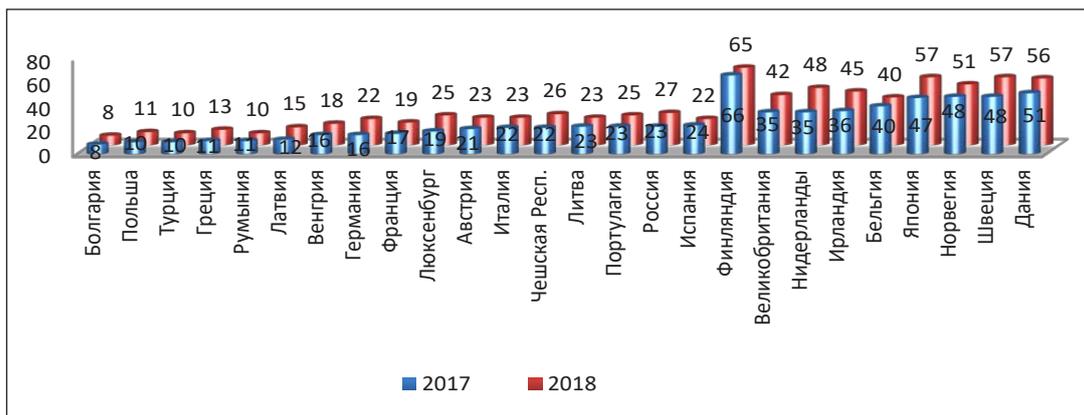


Рис. 4. Сравнительный анализ интенсивности использования облачных сервисов предпринимательским сектором в РФ и ряде зарубежных государств, 2017 г.  
 Источник: рассчитано автором на основании данных [3; 9]

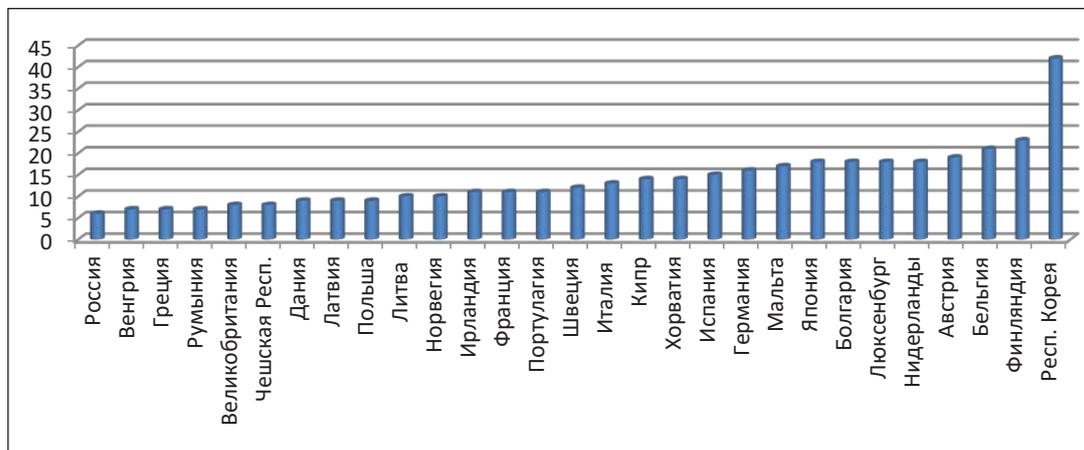


Рис. 5. Интенсивность использования RFID технологий предпринимательским сектором в РФ и ряде зарубежных государств, 2017 г.  
 Источник: рассчитано автором на основании данных [3]

Интенсивность использования облачных сервисов в России и ряде зарубежных стран представлена на рисунке 4.

По данному направлению Россия занимает весьма не плохие позиции. 27% организаций использовали облачные сер-

висы в 2018 г., что на 17,4% выше, чем в 2017 году.

Среди проанализированных стран в России значительно меньше организаций предпринимательского сектора используют RFID технологии, только около 6% (рис. 5).

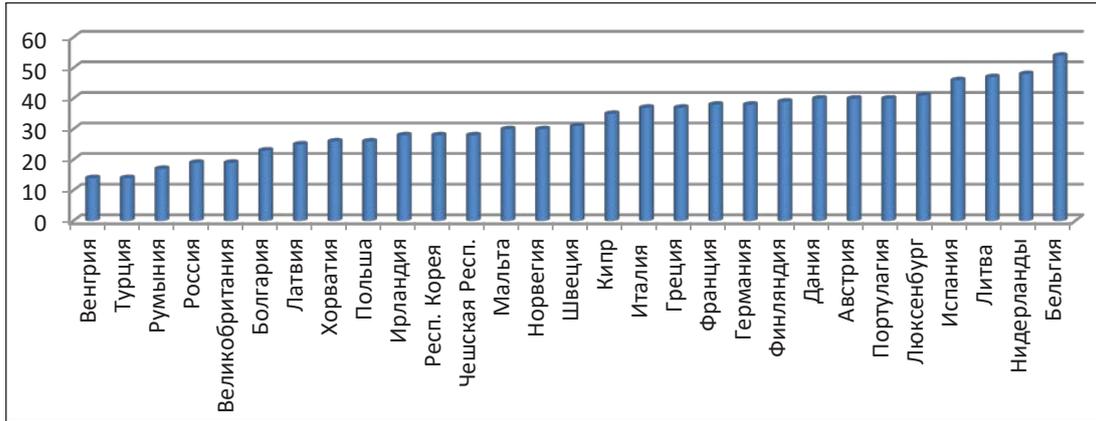


Рис. 6. Интенсивность использования ERP систем предпринимательским сектором в РФ и ряде зарубежных государств, 2017 г.  
Источник: рассчитано автором на основании данных [3]

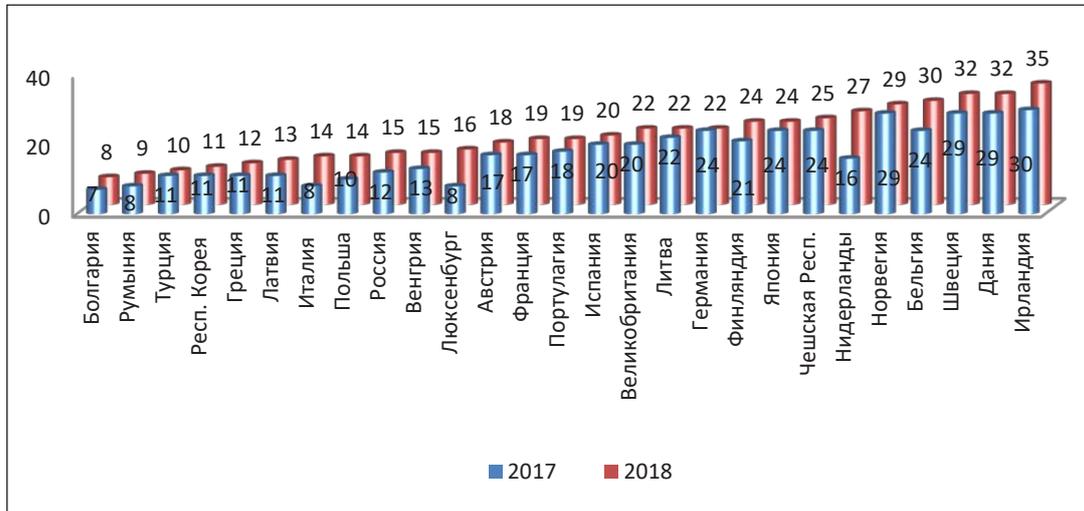


Рис. 7. Интенсивность использования электронных продаж предпринимательским сектором в РФ и ряде зарубежных государств, 2017 г.  
Источник: рассчитано автором на основании данных [3; 9]

На рисунке 6 продемонстрирована интенсивность использования ERP систем в России в сравнении с некоторыми другими зарубежными странами.

Интенсивность использования электронных продаж предпринимательским сектором в большинстве государств нарастает (рис. 7).

В таблице приведем интенсивность использования интернета населения в зависимости от целей.

Лидером с точки зрения распространения цифровых технологий в предпринимательском секторе является Финляндия. Ее индекс цифровизации бизнеса составляет 50, причем страна имеет 100-% й охват организаций, пользующихся широкополосным интернетом. Более половины организа-

ций страны используют оболочные сервисы, более трети ERP системы, около ¼ организаций страны используют электронные продажи и RFID технологии. Финляндия считается одним из лидеров в области финансирования научных исследований со стороны государства и инвесторов. В качестве основного элемента политики в области науки и технологий Финляндия одной из первых среди развитых государств, приняла концепцию национальной инвестиционной систем. В стране функционирует Министерство торговли и промышленности и Министерство образования. К числу их основных функций относится научно-технологическая политика. В стране действует Академия Финляндии и Teknologian Keskus (Центр развития технологий),

университеты, которые занимают центральное место в области финансирования НИ-ОРК. К числу наиболее серьезных проектов этого центра относится создание стратегических центров компетенций, а именно Metsaklustery Oу (лесная промышленность), Tivit Oу (промышленность и т.п.), Fimes Oу (металлообработка) и другие.

Дания является одним из лидеров среди стран членов ЕС по индексу цифровизации бизнеса (47%). По четырем из пяти проанализированных показателей Дания опережает РФ более, чем в 2 раза, за исключением использования широкополосного интернета. При этом в Дании обеспечивается 100-й охват широкополосным интернетом предпринимательского сектора. Кроме того почти все население Дании используют интернет для онлайн-услуг, банковских операций, интернет-покупок и т.п. Дания является лидером по подключению 4G и NGA связи и охвата территории фиксированной широкополосной сетью [6].

В Дании принята новая Стратегия цифрового роста «Strategy for Denmark’s Digital Growth». Государство Дании активно поддерживает цифровой сектор, в частности, за счет бюджетного финансирования в 2017 году только в инновационный фонд «Small broadband fund», занимающейся финансированием разработки 5G проектов, было выделено около 27 миллионов евро. В стране широко используются налоговые вычеты в предпринимательском секторе, в частности, в 2016 г. в Дании представля-

ется налоговый вычет на затраты, связанные с установкой или модернизацией широкополосной связи. Страна активно привлекает частные инвестиции со стороны региональных и местных компаний. В стране уже около 10 лет реализуется единая стратегия цифрового развития. Онлайн сервисы выполняют функции связующего звена между населением, бизнесом и государством – около 98% такого рода запросов осуществляется онлайн, что привело к высвобождению около 136 млн. долл. ежегодно [8].

Индекс цифровизации бизнеса в Норвегии составляет 43% в 2018 году. В Норвегии государство принимает активное участие в поддержке инновационной активности предпринимательского сектора. Затраты на инновационные разработки в стране ниже, чем в среднем в ЕС. Однако, государство инвестирует в инновационный бизнес 55% всего объема инвестиций [5]. В сравнении, в Германии, Франции и Нидерландах вклад государства составляет 30%, Великобритании и Италии – 20%. Интересна структура затрат на инновационные разработки в стране. 90% расходов приходится на инновационные разработки в обрабатывающей промышленности и сфере услуг. Это происходит с целью снижения зависимости от традиционных отраслей для Норвегии. В стране действует кредитная система налоговой поддержки «Skattefunn», с 2002 года для малого и среднего предпринимательства, а с 2003 для предприятий различных масштабов деятельности [2].

Интенсивность использования интернета населением страны (в процентах от общей численности населения страны), 2017 г.

Государства	Использование интернета населением для осуществления финансовых операций	Использование интернета населением для заказа товаров	Использование интернета населением для личных целей
Великобритания	72	82	55
Япония	16	48	51
Финляндия	93	71	30
Республика Корея	66	58	50
Эстония	90	58	43
Франция	72	67	30
Чешская Республика	67	56	42
Германия	62	75	34
Швеция	90	81	50
Россия	31	29	32
Италия	43	32	31

Источник: рассчитано автором на основании данных [3]

В России уже 86% организаций используют широкополосный интернет. Чуть больше ¼ используют оболочные сервисы, всего 7% RFID технологии, меньше четверти ERP системы. Отметим, что в России в сравнении с другими зарубежными странами очень низкий уровень использования электронных продаж. Наша страна находится в одном ряду с Грецией, Польшей, опережая Болгарию и Румынию.

Не высокий вклад цифровых технологий в экономику страны ярко демонстрирует вклад цифровых технологий в ВВП России, который составил в 2016 году 3,9%. Вклад цифровых технологий в ВВП России в 2016 году составил 3,9%. Для сравнения в США этот показатель составил 10,9%, в Китае 10%, странах ЕС 8,2%, Бразилии 6,2%, Индии 5,5%. А по оценкам экспертов, даже если в России объем инвестиций в цифровые технологии увеличится до уровня, являющегося средним по выборке среди стран – лидеров, то к 2025 году доля цифровой экономики может составить около 10% ВВП. Для сравнения в Китае планируемый рост к 2025 году составляет по прогнозным оценкам до 22% ВВП [7].

Интенсивность внедрения цифровых технологий в предпринимательский сектор серьезно зависит от цифровых навыков населения страны. В России 42% населения страны свободно работают с текстовым редактором, для сравнения в Великобритании – 65% населения, Швеции – 70%, Чешской Республике – 58%. Использовать программы для редактирования фото и видео и аудиофайлов умеют около 21% населения России, что более чем в 2 раза ниже, чем в большинстве европейских стран. Переда-

чу файлов между компьютером и периферийным устройством умеют осуществлять только 27% населения, что в 2 раза ниже, чем в Европе. Не высока доля населения РФ, использующих интернет для осуществления финансовых операций (31%), поиска работы (10%), осуществления интернет-покупок (29%) в 2-3 раза ниже, чем в большинстве европейских государств.

### Выводы

Проведенный сравнительный анализ интенсивности и результативности внедрения цифровизации в предпринимательский сектор в России и некоторых других странах демонстрирует серьезные перспективы и горизонты, которые российским предпринимателям еще предстоит осваивать в сфере цифровизации бизнеса. Индекс цифровизации бизнеса в РФ в 2018 году (31%) был значительно ниже, чем в большинстве зарубежных странах. Чтобы занять передовые позиции в этом направлении РФ необходимо удвоить этот показатель.

На уровень развития цифровых технологий оказывает влияние состояние в целом экономики страны, цифровые навыки населения, меры, принимаемые со стороны органов власти страны, научной деятельности образовательных организаций и многие другие факторы. Решение вопросов цифровизации предпринимательского сектора без формирования системы экономических отношений и институтов, четко обоснованных и проработанных направлений государственной экономической политики невозможно. Но это стоит осуществлять с учетом специфики государства и регионов, тем не менее, с учетом уже имеющегося передового зарубежного опыта.

### Библиографический список

1. Buntova O.G., Fedulov S.V., Vvedeniye, ER Psistemy. SAP, «Galaktika ERP». Introduction in Enterprise resource planning. SAP, «Galaxy of ERP». Ural'skij gosudarstvennyj universitet im. A. M. Gor'kogo. 2007.
2. Михайлова А.А. Особенности инновационной политики развитых стран балтийского региона прогнозы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://ABFUND.ORG/OSOBENNOSTI-INNOVATIONNOJ-POLITIKI-RAZVITYI-H-STRAN-BALTIJSKOGO-REGIONA/>
3. Абдрахманова Г.И., Вишневецкий К.О., Гохберг Л.М. и др. Индикаторы цифровой экономики: 2019: статистический сборник. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2019. 248 с. URL: from: <https://www.hse.ru/data/2019/06/25/1490054019/ice2019.pdf> (дата обращения: 10.05.2020).
4. Грицунова С.В., Седых Ю.А., Высоцкая Т.А. Трансформация системы бизнес-администрирования предпринимательских структур в условиях диджитализации общества // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 9. Часть 1. С. 19-25.

5. Мамедьяров З.А. Норвегия: результаты государственной поддержки НИОКР прогнозы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.imemo.ru/news/events/text/norvegiya-rezulytati-gosudarstvennoy-podderzhki-niokr>.
6. Мельничук М.В. Международный опыт развития цифровой экономики в странах европейского союза // Экономика и право. 2019. № 6. С. 97-103.
7. Семерина С.А., Соломина И.В. Цифровая трансформация бизнеса: зарубежный опыт // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. 2018. Том 9. № 2. С. 25-31.
8. Санникова Т.Д., Богомолова А.В., Жигалова В.Н. Зарубежные модели цифровой трансформации и перспективы их использования в российской практике // Journal of international economic affairs. 2019. № 2. С. 481-494.
9. Тенденции развития интернета в России и зарубежных странах: аналитический доклад / Г.И. Абдрахманова, О.Е. Баскакова, К.О. Вишнеvский, Л.М. Гохберг и др.; Координационный центр национального домена сети Интернет. Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2020.

УДК 336.71

***С. В. Губарьков***

ФГАОУ ВО «Дальневосточный федеральный университет», Владивосток,  
e-mail: gsv20031973@mail.ru

***А. Г. Ким***

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,  
Владивосток, e-mail: angelina.kim@vvsu.ru

***А. С. Губарьков***

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»,  
Владивосток, e-mail: gubarkov99@mail.ru

## **СПОСОБЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ДЛЯ КОРПОРАТИВНЫХ КЛИЕНТОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА**

**Ключевые слова:** ценовая политика, корпоративные клиенты, коммерческие банки, модели ценообразования, кредитный продукт.

В статье рассмотрены вопросы формирования эффективной ценовой политики коммерческого банка. Выполнен анализ методов ценообразования кредитных продуктов для корпоративных клиентов коммерческого банка. Выделены преимущества и недостатки моделей ценообразования, предлагаемых российским банкам для совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов. Обоснованы предложения по совершенствованию ценовой политики кредитования корпоративных клиентов российских банков за счет использования преимуществ модели «стоимость-доходность» и модели целевого ценообразования. Обозначена потребность в смягчении денежно-кредитной политики, реализуемой государством, для формирования благоприятных условий развития бизнеса в стране.

***S. V. Gubarkov***

Far Eastern Federal University, Vladivostok, e-mail: gsv20031973@mail.ru

***A. G. Kim***

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok,  
e-mail: angelina.kim@vvsu.ru

***A. S. Gubarkov***

Vladivostok State University of Economics and Service, Vladivostok,  
e-mail: gubarkov99@mail.ru

## **WAYS TO IMPROVE PRICE POLICY FOR CORPORATE CLIENTS OF A COMMERCIAL BANK**

**Keywords:** pricing policy, corporate clients, commercial banks, pricing models, loan product.

The article deals with the formation of an effective pricing policy of a commercial bank. The analysis of pricing methods for credit products for corporate clients of a commercial bank is carried out. The advantages and disadvantages of pricing models offered to Russian banks to improve the pricing policy of lending to corporate clients are highlighted. Proposals for improving the pricing policy of lending to corporate clients of Russian banks by using the advantages of the cost-profitability model and the target pricing model have been substantiated. The need for easing the monetary policy implemented by the state is indicated in order to create favorable conditions for business development in the country.

### **Введение**

Эффективность функционирования коммерческих банков напрямую связана с используемой ими ценовой политикой. Вследствие учета всей совокупности расходов на оказание различных видов банковских

услуг и формирования обоснованных цен на них коммерческие банки получают возможность адекватно реагировать на изменяющуюся конъюнктуру рынка. В современных условиях процесс управления ценами приобретает очень важное значение для те-

кущей оперативной деятельности коммерческого банка, а зачастую и для стратегии его дальнейшего функционирования.

Коммерческие банки оказывают влияние на темпы экономического развития страны за счет предоставления финансовых ресурсов, удовлетворяя общество в необходимом объеме денежных средств. Объем ресурсов, предоставляемых банками, во многом определяется ценовой политикой кредитных организаций. Эта политика постоянно подвергается совершенствованию за счет внедрения новых моделей ценообразования в постоянно изменяющейся экономической среде. В этой связи, важно использовать зарубежный опыт в области ценообразования банковских продуктов.

**Цель исследования:** изучить методы ценообразования кредитных продуктов для корпоративных клиентов коммерческого банка и описать способы их совершенствования с учетом мирового банковского опыта.

#### **Материал и методы исследования**

В качестве основных методов исследования в работе использованы анализ, синтез, гипотетико-дедуктивный метод. Теоретическая основа работы включает труды российских ученых, направленных на исследование вопросов ценообразования кредитных продуктов для корпоративных клиентов коммерческого банка (Беспалова О.В., Говенько И.А., Губарьков С.В., Добыш Е.А., Зверев А.В., Исканджан С.О., Киселева И.А., Сорокин А.А. и др.). Эмпирической основой статьи являются результаты авторского исследования, направленного на изучение особенностей ценообразования кредитных продуктов для корпоративных клиентов в процессе разработки и внедрения новых банковских продуктов в российских банках (ПАО Сбербанк, ПАО ВТБ, АО Газпромбанк).

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Для разработки эффективной ценовой политики, направленной на рост доходности коммерческого банка необходимо владеть методиками маркетинговых исследований, анализа и оценки рынка, а также владеть методиками оценки конкурентоспособности, как банка в целом, так и услуги отдельно и соответственно иметь в своем арсенале высококвалифицированных маркетологов-аналитиков и экспертов.

Цель применения этих методик – обеспечение конкурентных преимуществ кредитной организации и обеспечение баланса между кредитной и депозитной политиками на долгосрочную перспективу, при этом увеличивая объемы привлеченных средств, размещая их в виде ресурсов при выгодной процентной ставке, обеспечивающей рост доходности кредитного портфеля банка, его финансовой устойчивости и платежеспособности [6].

При определении цены на кредитные продукты корпоративным клиентам в виде процентной ставки кредитным организациям необходимо учитывать получение максимально возможного дохода от данной сделки и при этом доступность данного кредитного продукта для самих клиентов. Данное соотношение вызывает проблемы при определении оптимальной цены на кредитные продукты юридических лиц, ввиду недостаточного объема финансовых ресурсов у клиента для обслуживания кредитов и других особенностей по использованию заемных средств банка. В этом и заключается основная сложность для коммерческих банков при установлении цен на кредитные продукты корпоративным клиентам: необходимость согласования своей выгоды и интересов корпоративного бизнеса.

Прежде чем совершенствовать ценовую политику кредитным организациям необходимо знать, какие факторы наиболее сильно оказывают на нее влияние и как можно повлиять на эти факторы. Для этого надо на постоянной основе проводить мониторинг уровня развития кредитной системы как в целом по стране, так и на уровне региона, в котором функционирует банк, при этом оценивая степень развития сектора корпоративного бизнеса, то есть, его возможности, проблемы и прочее.

Не менее важной задачей считается оценка темпов развития экономики региона и, соответственно, в целом страны по основным экономическим показателям: ВВП, уровень инфляции, экономическая ситуация по отраслям народного хозяйства и состояние на валютном рынке.

Совершенствуя ценовую политику кредитных продуктов для корпоративных клиентов, кредитная организация должна определить данные факторы, при этом целесообразно использовать различные методы, обеспечивающие обеспечение баланса интересов партнеров по кредитной сделке.

Так, для совершенствования ценовой политики кредитных продуктов для корпоративных клиентов необходимо использовать новые модели в системе ценообразования на данную услугу и для данного сегмента потребителей. Целесообразно использовать методики, которые прошли успешную апробацию за рубежом и активно применяются в ценообразовании при кредитовании корпоративного бизнеса в зарубежных банках. Наиболее эффективными и перспективными моделями ценообразования при кредитовании корпоративных клиентов считаются:

1. Модель «стоимость плюс»;
2. Модель ценового лидерства;
3. Модель установления ставки ниже «прайм-рейт»;
4. Модель установления максимальной ставки (ставки «кэп»);
5. Модель установления ставки по принципу «стоимость-доходность»;
6. Метод целевого ценообразования;
7. Договорной метод ценообразования [5].

Рассмотрим особенности указанных методов ценообразования с учетом открывающихся возможностей для совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов. Сущность метода установления процентной ставки на основе модели «стоимость плюс» заключается в прибавлении к процентной ставке по кредитным продуктам корпоративных клиентов расходов от операционной деятельности, а именно оплаты кредитных специалистов, консультантов и сотрудников службы безопасности, операционных расходов на содержание программного обеспечения и проведения документальных сделок, а также можно включить компенсацию за уровень кредитного риска по сопровождению и возврату обязательств корпоративных клиентов и суммы планируемой маржи от кредитования корпоративного бизнеса.

При этом каждый компонент в данной модели необходимо исчислять как годовой процент от суммы предоставляемых в долг денежных средств. Ставка и сумма процента в данном случае рассчитывается с учетом установленных процентов при определении степени риска для кредитной организации. Кредитная организация относит кредит к определенной категории риска, что ведет к установлению дополнительного процента к стоимости кредитного продукта корпоративных клиентов. Соответственно на размер добавочного процента оказывает влияние

срок предоставления кредита корпоративным клиентам, надежность его обеспечения, репутация и имидж юридического лица, его финансовое положение. При данной модели ценообразования необходимо провести большое количество расчетных операций при установлении цены на кредитный продукт, при этом информация для расчета должна быть высокого качества, достоверной и актуальной.

Следующий подход к ценообразованию при кредитовании корпоративных клиентов – это **модель ценового лидерства**. В основу данной модели заложен базовый процент в виде ставки под названием «прайм-рейт». Данная модель широко применяется в американских банках – величина ставки «прайм-рейт» публикуется центральным банком США и в ней учитываются: значение маржи в виде дохода от кредитования корпоративных клиентов, расходы по операциям, связанные с кредитованием юридических лиц, административные расходы, операционные расходы, надбавка, в которую входит премия за наступление рискованного события в рамках нарушения обязательств заемщика – корпоративного клиента и премии за риск, которая привязана к сроку предоставления денежных средств и финансовых ресурсов в долг.

«Прайм-рейт» признается самой низкой процентной ставкой и предлагается корпоративным клиентам, имеющим статус VIP – это клиенты с высокой кредитоспособностью, как по краткосрочным, так и по долгосрочным обязательствам, которые являются самыми надежными клиентами, приносящими наибольший доход в структуре кредитного портфеля корпоративных клиентов.

Если сравнить данную модель с предыдущей, то можно отметить, что при установлении процентной ставки «прайм-рейт» составные компоненты конечной цены кредита для корпоративных клиентов отражают те величины, которые кредитная организация считает достижимыми и именно они обеспечивают ей получение дохода на максимальном уровне. Всё это приводит к тому, что коммерческие банки при установлении цены на кредитные продукты корпоративных клиентов принимают ставку «прайм-рейт» за основу, как образцовую или, другими словами, идеальную.

Обострение конкурентной борьбы на рынке кредитных услуг для корпоративного бизнеса способствовала появлению

**модели установления ставки ниже «прайм-рейт».** В данном случае базовая процентная ставка рассчитывается с учетом процента, установленного на привлеченные кредитной организации средства, и ставки за кредитный риск по операциям кредитования корпоративных клиентов. Отличительной особенностью является то, что коммерческий банк идет на снижение компенсации по риску, соответственно, лишая себя дополнительного дохода, однако привлекая большее число корпоративных клиентов, что ведет к укреплению корпоративного портфеля банка.

На применение процентной ставки по кредитам корпоративных клиентов ниже ставки «прайм-рейт» оказывает влияние снижение процентных расходов, связанных с политикой привлечения денежных средств клиентов, и они зачастую ниже уровня расходов, входящих в базовую ставку, что и позволяет применять данный способ ценообразования, совершенствуя при этом ценовую политику в области кредитования корпоративного бизнеса.

В практике зарубежного банковского кредитования корпоративного бизнеса в рамках совершенствования ценовой политики многие кредитные организации вводят в виде базисной процентной ставки – ставку ЛИБОР (лондонская межбанковская ставка предложения). Данная процентная ставка имеет значение ниже ставки «прайм-рейт». Данный способ целесообразно применять при совершенствовании ценовой политики кредитования корпоративных клиентов в региональных банках на территории функционирования, где наблюдается обострение конкуренции, что дает банку достаточно сильное конкурентное преимущество в виде роста доли рынка в сегменте кредитования корпоративных клиентов, а также улучшение качества кредитного портфеля юридических лиц. При этом величина базовой справочной ставки применяется как максимально возможная.

Противоположным способом установления процентной ставки «прайм-рейт» является **модель установления максимальной ставки (ставки «кэп»)**, которая также достаточно успешно используется при совершенствовании ценовой политики при кредитовании корпоративных клиентов. Данный способ основывается на принятии кредитной организацией величины максимально возможной процентной ставки по кредитам корпоративных клиентов, на условиях согласованности с центральным банком,

то есть, посредством установления верхней границы, которую кредитная организация обязуется не превышать.

Данная модель достаточно эффективна и положительно отражается на росте прибыльности кредитной организации, которая обеспечивается ростом стоимости кредитных сделок с корпоративными клиентами. Следует отметить, что рост числа корпоративных клиентов с учетом использования данного способа ценообразования обусловлен прозрачностью кредитной сделки и ее достаточно понятным и простым механизмом применения. Рассматриваемый способ совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов особенно актуален в условиях неопределенности изменения процентных ставок, так как данная модель ценообразования приемлема как коммерческим банкам с государственным участием, так и региональным кредитным организациям [2].

Следующая модель, рекомендуемая как способ совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов, которая также успешно используется зарубежными банками, – это **модель установления ставки по принципу «стоимость-доходность».** Данная модель состоит из трех этапов:

1. Оценка совокупного дохода по кредитной сделке корпоративных клиентов при различных вариантах процентных ставок и прочего вознаграждения кредитной организации;

2. Оценка чистого дохода от предоставляемых в кредит средств корпоративным клиентам при вычете суммы дохода по привлеченным средствам, которые корпоративный клиент в обязательном порядке размещает на банковском счете и при учете требований резервирования;

3. Оценка дохода от кредитной сделки с корпоративным клиентом, не подлежащего налоговому вычету, путем деления оценочного дохода по кредиту на чистую сумму предоставленных в кредит средств, которыми будет фактически пользоваться заемщик – корпоративный клиент.

У данной модели есть специфическая особенность, которая проявляется в более тщательном разделении корпоративных клиентов – заемщиков по группам, по критериям их потребностей и возможностей при формировании различных кредитных продуктов, отличающихся по стоимости (цене). Еще

одной особенностью модели «стоимость-доходность» можно считать разграничение денежных средств на: средства, предоставляемые для использования; средства, предназначенные для накопления; средства, которые кредитная организация удерживает с суммы кредита в виде различных платежей. При этом процентная ставка устанавливается только на «действительные» средства, фактически используемые корпоративным клиентом кредитной организации [3].

Одним из способов совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов является **метод целевого ценообразования**. С помощью данного метода кредитная организация способна управлять своими доходами от кредитования корпоративных клиентов.

Так, для реализации данного подхода коммерческим банкам с определенной периодичностью необходимо проводить оценку расходов и рассчитывать безубыточность деятельности по банковским операциям в отдельности и по всей деятельности в целом. Особым требованием данной модели выступает получение дохода при сложении совокупной прибыли по депозитным и кредитным операциям с учетом уменьшения данной суммы на значение этих расходов. Необходимым условием при использовании метода целевого ценообразования является построение аналитических данных в табличной форме, посредством которых отражается зависимость номинальной прибыльности активов от темпов инфляции и коэффициента рентабельности активов (ROA) при заданной реальной рентабельности. Ключевая цель состоит в недопущении убыточной деятельности кредитной организации, обеспечении заданной величины маржи для выполнения поставленных задач.

Важным способом совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов является **договорной метод ценообразования**, который также успешно применим в западных банках. Появление этого метода связано с необходимостью ведения банком гибкой процентной политики в отношении стратегических, важных партнеров (вип-клиентов). Процедура установления цены банковского продукта включает согласование процентной ставки с заемщиком. Внимание сторон договора уделяется трем составляющим цены:

- основному кредитному проценту, представляющему среднюю цену кредитных

ресурсов для конкретного коммерческого банка, зависящую от ставки рефинансирования, уровня процента по межбанковским кредитам и от процентов, начисляемых по вкладам;

- надбавки по различным параметрам осуществляемой сделки;

- скидки, предоставляемой банком [1].

Договорной метод ценообразования направлен на привлечение и удержание корпоративных клиентов, которые являются ключевыми заемщиками, и обращаются в кредитную организацию с заявкой на крупные суммы денежных средств. Как правило, именно данный сегмент заемщиков устанавливает с коммерческим банком прочные связи на взаимовыгодных условиях сотрудничества и на долгосрочный период времени.

Таким образом, российским банкам для совершенствования ценовой политики при кредитовании корпоративных клиентов необходимо внедрять в свою маркетинговую деятельность новые модели ценообразования, которые нашли свое применение в зарубежных банках и успешно применяются в кредитовании корпоративного сектора. При внедрении рассмотренных методов ценообразования на российском рынке банковских услуг необходимо учитывать преимущества и недостатки, присущие этим методам (таблица).

Таким образом, рассмотрев преимущества и недостатки моделей ценообразования предлагаемых российским банкам для совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов можно сделать вывод о том, что модели при установлении конечной цены банковских продуктов основываются на некоторой расчетной базовой ставке, а также направлены на удовлетворение интересов в основном кредитной организации.

Следует отметить, что ни одна из моделей не содержит методики оценки внешних факторов на деятельность корпоративных клиентов, тогда как в настоящих условиях данная оценка должна быть отправной точкой при формировании эффективной ценовой политики. Невозможно определять совокупность мер и действий без учета ожидаемых изменений в поведении потребителей и контрагентов, государства и регуляторов. То есть, оценка данных параметров выступает важным инструментом при формировании эффективной ценовой политики коммерческого банка.

Преимущества и недостатки моделей ценообразования, предлагаемых российским банкам для совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов

Название модели, метода	Преимущества	Недостатки
1. Модель «стоимость плюс»	Позволяет составить калькуляцию затрат и установить необходимую величину маржи по кредитам.	Сложность расчетов, высокие требования к качеству исходной информации.
2. Модель ценового лидерства	Наличие четкого ориентира при установлении цены на кредитный продукт для корпоративных клиентов – ставка «прайм-рейт».	Модель не учитывает различия в затратах кредитных организаций.
3. Модель установления ставки ниже ставки «прайм-рейт»	Модель позволяет создавать конкурентоспособный банковский продукт с учетом интересов клиентов.	Модель ведет к снижению прибыли банка от депозитной и кредитной деятельности.
4. Модель установления максимальной ставки (ставки «кэп»)	Использование модели повышает лояльность клиентов к банковским услугам.	Модель не учитывает динамику рыночных цен на кредиты.
5. Модель установления ставки по принципу «стоимость – доходность»	Формирование кредитных продуктов с учетом нужд и возможностей групп клиентов.	Вероятность снижения совокупного дохода банка по депозитным и кредитным операциям.
6. Метод целевого ценообразования	Лучшее управление доходностью банка по депозитным и кредитным операциям.	Вероятность снижения спроса на кредитные продукты банка вследствие завышенных процентных ставок по ним.
7. Договорной метод ценообразования	Сохранение лояльности к банку со стороны наиболее важных клиентов.	Невозможность использования банком метода в отношении всех типов клиентов.

Анализ достоинств и недостатков выше-названных моделей, возможностей их применения в современных экономических условиях, показал необходимость разработки новой модели ценообразования кредитных продуктов для корпоративных клиентов, которая сочетала бы интересы всех взаимодействующих сторон.

Для совершенствования ценовой политики кредитования корпоративных клиентов российским банкам необходимо использовать положительные стороны модели «стоимость-доходность» и модели целевого ценообразования. Модель ценообразования «стоимость-доходность» позволит наилучшим образом управлять процессом формирования конечной цены банковского продукта, а модель целевого ценообразования – составить калькуляцию затрат и установить необходимую величину маржи по кредитам. Это позволит не только устранить недостатки каждого из методов, но и сгладить их негативное влияние на формирование цены кредитного продукта для корпоративных клиентов, что положительно отразится на ценовой политике всей банковской деятельности.

Так недостаток модели «стоимость-доходность» – снижение по некоторым категориям необходимых затрат, которое может привести к ухудшению качеств предлагаемых банковских продуктов, будет компенсирован преимуществом модели целевого ценообразования – составление такой калькуляции затрат, которая позволит установить гарантированную величину маржи. Такой подход к ценообразованию банковских продуктов позволит определять такие значения процентных ставок по кредитам корпоративных клиентов, которые обеспечат конкурентные преимущества коммерческим банкам в сегменте кредитования корпоративных клиентов.

Следует также помнить, что на процедуры совершенствования ценовой политики коммерческих банков прямое влияние оказывает разрабатываемая и реализуемая государством денежно-кредитная политика.

В условиях повышенной неопределенности на мировых рынках и нестабильности внешнего фактора как источника развития, необходимо развивать отечественную экономику. В частности, важно обеспечить благоприятные условия развития бизнеса

и внутреннего спроса в целом, что потребует более мягкой денежно-кредитной политики со стороны государства. При этом важно дополнить эти меры целенаправленными действиями по поддержанию инвестиционной активности в регионах. В этой связи, целесообразно способствовать расширению финансовой базы регионов и ее устойчивости. Для этого необходим комплексный подход, который будет вовлекать в процесс различные сферы экономики.

В целом можно отметить, что банковское ценообразование в России находится

в стадии становления, и процессы формирования цен на кредитные продукты корпоративным клиентам требуют дальнейшего развития и совершенствования. Многие российские коммерческие банки все больше ощущают потребность в применении на практике основных подходов банковского маркетинга, составным элементом которого является ценовая политика, позволяющая банку добиться эффективного функционирования и стабильного положения на рынке кредитования корпоративного сектора экономики.

*Библиографический список*

1. Беспалова О.В., Говенько И.А., Добыш Е.А. Кредитные операции коммерческих банков: проблемы и способы их решения // Финансовая экономика. 2018. № 4. С. 163-167.
2. Губарьков А.С., Губарьков С.В. Особенности поведения российских потребителей на рынке банковских услуг // Управление и экономика народного хозяйства России: сборник статей Межд. науч.-практич. конф. Пенза: РИО ПГАУ, 2021. С. 92-98.
3. Губарьков С.В., Егшин В.С. Технология создания новых банковских продуктов: актуальные проблемы и перспективы развития // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 5. Ч. 2. С. 175-180.
4. Зверев А.В., Сорокин А.А. Современные методы и модели ценообразования на банковские продукты при формировании эффективной процентной политики коммерческого банка // Управление социально-экономическими системами, правовые и исторические исследования: теория, методология и практика: сборник статей Межд. науч.-практич. конф. Брянск: Изд-во БГУ, 2018. С. 47-53.
5. Киселева И.А., Исканджан С.О. Методы оценки эффективности и степени риска маркетинговых стратегий // ИТпортал. Выпуск № 1. 2017. С. 18-25.

УДК 332.12

*И. В. Данилова, А. В. Резепин*Южно-Уральский государственный университет, Челябинск,  
e-mail: danilovaiv@susu.ru**ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ:  
МЕТОДОЛОГИЯ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ  
К ИССЛЕДОВАНИЮ****Ключевые слова:** пространственные экономические системы, новая экономическая география, новая локальность, мягкое пространство, новая нормальность, гистерезис, синергетический подход, связанность экономического пространства, VUCA, New Localities, Soft Spaces.

Статья посвящена формированию непротиворечивой конструкции методологических подходов к исследованию экономического пространства и пространственных экономических систем. На основе анализа разработанности проблемы содержания и характеристик пространственных экономических систем предложен синтез методологии новой экономической географии, методологии «новой локальности», системно-динамического подхода и синергетического подхода в контексте неравновесных систем и диссипативных структур. Это позволило определить совокупность характеристик функционирования и развития пространственных экономических систем: протяженность, плотность, комплиментарность, связанность, динамичность, конвергентность/дивергентность, гибкость и персистентность. Ключевой характеристикой экономического пространства, по мнению авторов, является связанность, как территориальная, структурная и историческая взаимообусловленность развития, модификации и трансформации свойств пространства, влияющих на его параметры, формы проявления и организацию. Предложенная в статье конструкция методологических подходов расширяет перспективы применения пространственного подхода в стратегическом развитии и управлении национальной экономикой.

*I. V. Danilova, A. V. Rezepin*

South Ural State University, Chelyabinsk, e-mail: danilovaiv@susu.ru

**SPATIAL ECONOMIC SYSTEMS: METHODOLOGY  
AND THEORETICAL APPROACHES TO RESEARCH****Keywords:** spatial economic systems, new economic geography, new localities, soft spaces, new normality, hysteresis, synergetic approach, the connectedness of economic space, VUCA.

This article focuses on building a consistent construction of methodological approaches to the study of economic space and spatial economic systems. Synthesis of new economic geography, the New Localities methodology, the system-dynamic approach and the synergetic approach in the context of nonequilibrium systems is proposed in the article. This synthesis is based on the analysis of works on the content and characteristics of spatial economic systems. This synthesis made it possible to determine the totality of characteristics of spatial economic systems operation and development: length, density, complementarity, connectivity, dynamism, convergence/divergence, flexibility and persistence. The key characteristic of economic space, according to the authors, is connectedness. According to the authors, the key characteristic of the economic space is connectivity. Connectivity is a territorial, structural and historical intersectionality of the development and transformation of the particular area characteristics that affect its parameters and organization. The consistent construction of methodological approaches (proposed in the article) expands the possibilities of using the spatial approach in the strategic development and management of the national economy.

**Введение**

Исследования пространственных экономических систем являются перспективными направлением в экономической науке, так как направлены на активизацию внутренних эффектов организации хозяйственной деятельности, оперативную адаптацию экономики к изменяющимся условиям внешней среды, интенсивную и рациональную трансформацию потенциала страны и регионов по созданию эффективной отраслевой струк-

туры экономики. Стратегия пространственного развития Российской Федерации [1] стимулировала аналитику содержательных процессов территориальной организации и изменений в экономическом пространстве с учетом новых тенденций как в отечественной, так и зарубежной практике. Следует отметить, что фундаментом Стратегии явились принципы умного развития экономического пространства: необходимость трансформации с определением разной функциональ-

ности территориальных зон с ориентиром на специфику условий развития, темпы преобразований, форматы и масштабы центров роста, отличия в алгоритмах управления.

Проблема определения функционального места субъектов федеративного государства в системе пространственного разделения труда, стимулирование перехода к постиндустриальному этапу развития, необходимость современных подходов к интеграции территорий предопределяет необходимость учета сравнительных преимуществ регионов с тем, чтобы формировать новый облик экономики с дополняющими производственными компетенциями территорий исключая неэффективную межрегиональную конкуренцию и нерациональное распределение ресурсов. В связи с чем перед исследователями стоит задача продвижения теории пространственного развития с учетом как накопленного научного бэкграунда, так и создания новых направлений исследований. В этом контексте целесообразным является синтез адекватных современным условиям положений теории новой экономической географии, концепции умных специализаций и новой промышленной политики, теории эволюционной сложности с ориентирами на индивидуализацию подходов к развитию регионов (использование «локально-ориентированного», «территориально-ориентированного», «место-ориентированного» подходов к формированию стратегий экономики территорий).

Важность пространственных исследований и пространственной методологии в контексте анализа развития региона и его экономических специализаций в структуре национальной экономической системы [2] заключается в особом фокусе анализа, что позволяет получить дополнительную информацию о факторах роста, зонах качественных трансформаций, разработать своевременную поддержку, стимулировать аккумуляцию и кооптацию выгод от совместного размещения отраслей, территориальной кооперации производственных процессов технологий, внешних эффектов от локализации квалифицированной рабочей силы, инфраструктурной насыщенности. Проблема пространственного разделения факторов и отраслевого производства [3], как следствие связанности между различными видами экономической деятельности и территориями становится экономическим ресурсом и самостоятельным фактором развития производства в регионах, генератором

статических и динамических преимуществ (ограничений), определяющих конкурентоспособность территориального ареала в экономической системе. Актуальность проблемы и понимание перспективности пространственного подхода в стратегическом развитии и управлении экономикой предполагает уточнение категориального аппарата и фокусировку на приоритетных направлениях исследований.

### Материалы и методы исследования

Анализ разработанности проблемы содержания и теории экономического пространства показывает, что российские ученые используют многокритериальный подход и уделяют внимание характеристикам пространства, анализу структуры и исследованию механизмов трансформации пространственных систем. Следует заметить, что несмотря на достаточно разнообразный диапазон подходов, традиционно выделяют несколько: территориальный, ресурсный, процессный, информационный и институциональный [4]. Оценки качества экономического пространства связывают с: а) периодом времени анализа пространства; б) радикальностью изменения свойств; в) иерархией уровня экономического пространства (макро-, мезо- или микро-). При этом многие исследователи [5] подчеркивают вариабельность свойств экономического пространства: единство прерывности и непрерывности в уровнях и структуре; свойства самоорганизации, неоднородности, расширяемости, устойчивости; отмечается важность жизненного цикла экономического пространства.

В отечественной науке преобладают работы, в которых характеристики пространства не коррелируют непосредственно с позицией исследования и представлены перечислением неотъемлемых атрибутов (характеристик). Так, например, Н.Д. Родионова [6] концентрирует внимание на единстве, целостности, структуре, освоенности, доступности, емкости развитости информационных потоков и концентрации пространства. По мнению А.В. Суворовой [7] характеристиками пространства являются: многоуровневость, иерархичность, структурированность (подразумевающая наличие устойчивых взаимосвязей между отдельными элементами и их комплексами), фрактальность (структура, где части, подобны целому), функциональность, многослойность, высокая динамика изменений всех его составляющих и цикличность.

Авторский коллектив в составе И.В. Волчковой, Ю.В. Подопригоры, М.Н. Даниловой и др. [8] обращаясь к характеристикам пространства обобщает группу атрибутов термином «многомерность» пространства: целостность, неоднородность, связанность, фрактальность, емкость, сложность, динамичность, непрерывность, разреженность, гармоничность, самоорганизация, контрастность и пр. Авторы убеждены, что из всех свойств экономического пространства основное – «связанность социально-экономических взаимодействий», что измеряется интенсивностью, сбалансированностью, согласованностью и комплементарностью направлений развития.

Обратим внимание, что достаточно логичным является постановка вопроса о ключевой характеристике пространства. Так, например, Р.Ф. Гатаулин и А.Г. Каримов [9] выделяют категории гомогенность и гетерогенность, при этом гомогенность понимается как однородность свойств во всех частях пространства или «изменения без скачков», в то время как гетерогенность проявляется в качественно разнородных способах организации экономической и социальной жизни, несущих «значительный эвристический потенциал», такой подход представляется недостаточно системным, а отождествление нивелирования гетерогенности подсистем экономического пространства и создания оптимальных условий для социально-экономического развития недостаточно обоснованным.

А.И. Трейвиш [10] выделяет два ключевых свойства экономического пространства: неравномерность и разнообразие, в тоже время неравномерность разнообразна, а разнообразие неравномерно, поскольку «экономика включает в себя структуры, возникавшие в разное время и сохраняющие свои следы в пространстве на фоне постоянных изменений».

Существенным для понимания функционирования пространства является проблема идентичности понимания терминов «развитие» и «трансформации» экономического пространства. Так под «развитием» понимается не только пространственные изменения, но и обогащение пространства, формирование новых качеств как результата управленческих действий. О.И. Иванов [11] считает, что пространство не поддается развитию, а изменению подлежат его отдельные характеристики, отсюда настаивает на применении термина «трансформация

экономического пространства», как процесса, включающего объективные и субъективные компоненты, который, как правило, происходит спонтанно, но с косвенно управляемым форматом движения.

Обобщение рассмотренных публикаций показывает, что несмотря на широкий контекст анализа за гранью остается вопрос об обусловленности характеристик пространства методологическими позициями исследователя, определенным объектом и предметом анализа. А соответственно фокусировкой научной программы на ограниченном спектре свойств, позволяющих получить намеченные научные результаты.

В общем контексте, применение термина «пространство» является указателем, прежде всего, на значимость важных обстоятельств, а именно: географических факторов размещения, локализации ресурсов и процессов, концентрацию воспроизводственных условий и результатов деятельности субъектов с привязкой к конкретной территории. В то время как при анализе региональной экономики внимание концентрируется на отдельной территории, как автономной ячейки национальной экономики с приоритетным фокусом на внутренних факторах динамики, при этом внешние рассматриваются как фон, но не активный фактор развития. При анализе пространственной экономики акценты ставятся на оценке влияния связанности (производственной, научно-технической, логистической, коммерческой и пр.) региона (территории) с другими, а сами параметры взаимосвязи рассматриваются как равно значимые с эндогенными и экзогенными экономическими факторами, следовательно, помимо внутрирегиональных процессов в поле зрения исследователей попадают процессы взаимодействия, взаимовлияния в национальной экономической системе. То есть помимо региональных экономических систем самостоятельным объектом исследования должны являться пространственные экономические системы, которые не идентифицируются экономической наукой категориально.

Для формирования непротиворечивой конструкции исследования экономического пространства в части пространственных экономических систем ключевым моментом является вопрос о методологии анализа, определяющей принципы исследования, содержание, характеристики и формы проявления пространственных экономических систем. Позиция авторов и перспективное

поле теоретического продвижения видится в синтезе следующих подходов.

**1. Методология новой экономической географии**, которая опирается на географический аспект совместного размещения производств, пространственной концентрации, внутриотраслевых и межотраслевых связей между внутритерриториальными образованиями, территориальной связанности в рамках отраслевых, научных, инновационных и прочих сфер. Географический аспект учитывает выгоды, возникающие от территориально близкого внешнего окружения, совместной локализации занятости, производственных ресурсов, предприятий и взаимосвязей различных видов экономической деятельности и секторов экономики (I.F. Araújo, E. Gonçalves, E. Almeida [12]), за счет расширения поля выбора, обучения и инноваций, сетевых отношений за пределами региона через обмен знаниями и мобильность рабочей силы (R. Boschma [13]), что увеличивает производительность труда и капитала, приближает объем национального производства к границе производственных возможностей экономики территории. Пространственная близость и связанность производств играют центральную роль в укреплении конкурентных преимуществ регионов (J. Dube, C. Brunelle, D. Legros [2]). Эффект «близости» заменяет эффект «портфеля» с точки зрения промышленного состава. В зарубежных исследованиях (R. De Siano, M. D'Uva [14], A.J. Venables [15]) отмечают позитивные и негативные последствия экономической взаимозависимости и связанности между соседними регионами. Преимущества обеспечиваются за счет повышения эффективности специализации на основе кумулятивного эффекта базы знаний, институциональной среды, производственных и организационных инноваций. Недостатки связаны с накоплением отраслевых и пространственных экономических рисков.

С позиции новой экономической географии все пространственные экономические системы уникальны, что обуславливает особый принцип их анализа: каждая пространственная экономическая система неповторима, а национальная система есть интеграция пространственного разделения и взаимозависимости территорий с учетом роли и масштаба субнациональных пространственных экономических систем, что составляет специфику современного экономического развития (стремление сбалансировать и искусственно

выровнять динамику развития и ограничивает национальную пространственную экономическую систему). Экономический рост территориально неравномерен, но получить выгоды территории могут через экономическую кооперацию, межтерриториальное взаимодействие, потенциал межрегиональных связей. По мнению специалистов МБРР [16], каналами достижения экономического развития являются: усиление плотности экономического пространства (агломерационные процессы и урбанизация), сокращение экономических расстояний, через увеличение концентрации производства, мобильности, связанности и развитие инфраструктуры, что в целом приводит к интеграции внутри национальной пространственной экономической системы.

Пространство уже не является простым географическим понятием, оно может рассматриваться как экономический ресурс и самостоятельный фактор производства, являясь источником статических и динамических преимуществ или недостатков, определяющим конкурентоспособность местной производственной системы, обращает на себя внимание подходы, согласно которому с географических позиций экономическое пространство – это совокупность взаимоопыляемых территорий, и выравнивание лишь ограничивает развитие нивелируя потенциал и скрытые преимущества.

**2. Методология «новой локальности»** («New Localities» M. Jones, M. Woods [17]), согласно которой исследователь абстрагируется от жесткой привязки к административным территориям (территориализм, пересекающий границы, M.J. Corey [18]) и обращается к пониманию экономики любого масштаба, как: а) «дискретной» единицы пространства (по терминологии авторов «абсолютная локальность»), рассматривая с позиции уникальных ресурсных и производственных особенностей, экономико-географического размещения, функциональности в структуре экономической системы; б) связанности в структуре национальной экономики с учетом вертикальности территориального построения (встроенность и сцепленность с другими территориями меньшего и большего масштаба, то есть как «относительная» пространственная единица, границы которой не фиксированы и не тождественные административному делению; в) важным может выступать сама сеть, поток, в таком варианте на фоне терри-

ториальной топографии на первый план выдвигается связанность в ее реальных формах (транспортная, логистическая, научная кооперация и др.), реально базирующиеся на территориальных ареалах, но являющиеся факторами второго порядка, по сравнению с реляционным пространством.

Дискуссия о местности, как единице пространства (в зависимости от масштаба – национальное пространство может рассматриваться как единица глобального) стала актуальной, возобновив идеи работы «Пространственное разделение труда» (1984) относительно того, что экономический фон имеет решающее значение для развития экономики. Подходы с позиции новой локальности логично приводят и к изменению содержания пространственных экономических систем, как «мягких пространств» с нечеткими границами (пространственные объекты, такие как регионы) оставляют открытыми возможности относительно внешних границ этих мягких пространств, могут пересматриваться как потенциал для эволюционной пространственной формы за счет согласованности пространств друг с другом («мягкая пространственность», «Soft Spaces», P. Allmendinger, G. Haughton [19]). Такой подход значим для федеративных государств, имеющих изначальную дифференциацию и пространственную протяженность, пространственное разделение производства, что меняет представление о политике необходимости создания новой пространственной карты, представляющей собой межрегиональный и связанный пространственный формат иерархически дифференцированных мегаполисов, регионов «территориально встроенных» и «реляционные связанные» региональные пространства в качестве дополнительных альтернатив и основы для более прогрессивной и эффективной пространственной политики.

Новый взгляд и новый подход в политике требует обновления представлений относительно базовых категорий, а авторское обоснование пространственных экономических систем определяет необходимость расширения представлений. На наш взгляд, «новая локальность» [17] продуктивна, поскольку пространственные экономические системы целесообразно рассматривать одновременно как «абсолютно дискретную единицу» и как «относительную», в этом случае при исследовании механизма развития экономики исследователь фокусируется на процессах

качественного изменения, как «абсолютной единицы», прежде всего, экономической структуры, как фундамента экономики под воздействием эндогенных и экзогенных факторов, которые выделяют уникальность в системе экономического пространства в целом, вокруг которого может быть проведена линия, обладают стабильной и четко разграниченной материальностью, комплексом свойств, которые могут стать предметом традиционных, основанных на одном месте, или сравнительных тематических исследований. Относительное пространство – это концентрация на взаимоотношения и связи между подсистемами разных уровней (по вертикали) и подсистемами одного уровня (по горизонтали), а также связи по частным линиям взаимодействий. Первый закон географии (W.R. Tobler [20]) фиксирует что «все связано со всем остальным, но близкие вещи более связаны, чем далекие». Основой связанности (S.C. Bond-Smith, P. Mccann [21], P.D. Jensen [22]) является перетекание знаний, технологий и навыков, лежащих в основе различных видов деятельности. Населенные пункты идентифицируются по их ядрам, а не по краям, и не обязательно соответствуют формальному административному географическому положению. С этой точки зрения границы населенных пунктов являются относительными, нечеткими и иногда неопределенными, они зависят от наблюдаемых процессов и явлений и формируются под воздействием внутренних процессов и межтерриториальных связей.

**3. Системно-динамический подход,** направленный на оценку функционально-структурной организации, взаимосвязи между структурными компонентами, эволюцию систем в контексте этапов жизненного цикла, с учетом механизма движения и развития, в том числе движущие силы дисфункций, противоречий, смены этапов и качественного продвижения (Я. Корнаи [23]). В этом плане ключевым является аспект развития (эволюции), которое обусловлено не только отличиями и в исходном состоянии параметров (объеме и размещении ресурсов, организации производственных процессов и пр.), но и индивидуальном процессе формирования экономических систем, памяти экономики на предшествующее развитие, наследованием признаков, эффекта «насыщения» и отличиями в траектории развития (гистерезис), то есть масштабы реакции скорость, период адаптации и восстановления в текущем пе-

рию определяют процессами прошлого, тем как преодолевались последствия циклических нарушений и шоков. «Эффект памяти» выступает самостоятельным фактором развития экономических систем, детерминирует «экономический иммунитет», резерв устойчивости дискретных пространственных систем (объясняет отличия в уязвимости, устойчивости, неодинаковости траекторий развития даже при схожих стартовых позициях экономических параметров, разнообразие направлений и изломов линий тренда). В данном случае речь идет об эволюционной сложности процессов развития, а «зависимость от пути» на уровне пространственных экономических систем может объяснить не только стабильность системы, но и ее инерционность (Р. Сооке [24]), взаимозависимость приводит к непредвиденным изменениям с учетом «родственного разнообразия» многорежимного взаимодействия и связанности (F.W. Geels, R. Kemp [25]), где экономические траектории пересекаются в пространстве.

Применение системно-динамического подхода (учет эффекта гистерезиса) позволяет объяснить: а) отличия траекторий развития однородных пространственных экономических систем; б) разнообразие структурных сдвигов и рисунков линий тренда в ответ на общие изменения внешней среды; в) отличия в степени устойчивости и взаимосвязи с другими системами и разнообразии экономических последствий. Практическая значимость оценки гистерезиса состоит в том, что идентификация отличий пространственных экономических систем позволяет скорректировать адекватную поддержку как превентивного характера, так и антикризисных мер.

**4. Синергетический подход в контексте неравновесных систем и диссипативных структур.** Современная экономика функционирует в ситуации «новой нормальности» [26] перманентных экономических потрясений, что связано с действием комплекса причин: а) с усилением открытости, «критического уровня» связанности, трансляцией «шоков» и кризисов между странами; б) технологическими, индустриальными, энергетическими сдвигами, системными процессами цифровизации и диффузии инноваций; в) стрессовым изменением конъюнктуры мировых рынков (финансовых, сырьевых и пр.); г) реформированием институциональных правил (санкций, анти-санкции, и др.); д) неэкономическими форс-мажорными событиями (пандемия и др.).

Турбулентность характеризует текущую глобальную экономическую экономику, отсюда невозможно не учитывать положения теории неравновесных и необратимых состояний сложных систем, теоретико-методологического подхода VUCA (volatility, uncertainty, complexity, ambiguity – нестабильность, неопределенность, сложность и неоднозначность), которые накладывают значительные ограничения на возможности управления социально-экономическим развитием пространственных систем (N. Bennett, G.J. Lemoine [27], S. Evans, H. Bahrami [28]).

В рамках синергетического подхода пространственные экономические системы обладают свойствами варибельности и нестабильности, именно в силу структурной сложности, включающей элементы, развивающиеся с учетом местных факторов, факторов устроенности и окончательный результат от совместного взаимодействия непредсказуем, итоговый вектор развития неидентифицируем (по природе, скорости, продолжительности, активных факторов, динамике). Для придания устойчивости важны стратегии развития, где есть набор целей, которые в совокупности обеспечат направления, а соответственно потенциальные реакции для снижения влияния дестабилизирующих факторов, отклоняющих от цели (то есть избежать хаотичных реакций). Неопределенность функционирования пространственных экономических систем определяется высокой зависимостью от внешнеэкономической ситуации, научно-технологических изменений, изменений обусловленных интенсивностью сетевых взаимосвязей, ускорения транзакций, цифровизацией, это не позволяет планировать и прогнозировать с высокой степенью точности, что доказывается постоянной корректировкой стратегий социально-экономического развития регионов, важным является оценка наработанных компетенций и возможность развития новых специализаций и форматов пространственного развития, что расширяет границы понимания ситуации и увеличивает гибкость реакции на изменения внешней среды. Сложность, в силу мультикомпонентной структуры, экзогенных и эндогенных факторов, многообразия интересов субъектов территорий, и потребностей подразумевает ситуации, где много взаимосвязанных элементов и огромный объем информации. Такое большое количество факторов значительно усложняет про-

цесс принятия решения и планирования. Например, выход на международные рынки предполагает следование многочисленным правилам и нормам. Предполагается структурированность и фокусировка деятельности на приоритетах, чтобы избежать хаоса. Зависимость от институциональных правил и их институциональное запаздывание и нечеткость (институциональные ловушки)

создает неоднозначность результатов принятых действий и необходимость постоянных быстрых решений и корректировок, которые становятся реальностью благодаря цифровым технологиям.

Резюме по методологическим подходам, принципам исследования и характеристикам пространственных экономических систем представлено в таблице.

Методологические подходы к исследованию пространственных экономических систем

Методологический подход	Методологические принципы исследования пространства	Характеристики пространственных экономических систем
Методология новой экономической географии	Географический аспект совместного размещения производств, пространственной концентрации, внутриотраслевых и межотраслевых связей между внутритерриториальными образованиями, территориальной связанности в рамках отраслевых, научных, инновационных и прочих сфер, пространство рассматривается как экономический ресурс и самостоятельный фактор производства, являясь источником статических и динамических преимуществ	<b>Протяженность</b> как характеристика пространственного размера, рядоположенность и взаиморасположение элементов пространства. <b>Плотность</b> как характеристика насыщенности экономического пространства, локализации ресурсов, производства, технологий, инфраструктуры и пр. <b>Комплиментарность</b> экономического пространства как характеристика взаимодополняемости экономической деятельности и ее соответствия территории
Методология «новой локальности»	Территория как «абсолютная» (носитель уникальных ресурсных и производственных особенностей, экономико-географического размещения и функциональности в структуре экономической системы) и «относительная» (как элемент множества «мягких пространств» с нечеткими границами, согласованных реальными формами связей: транспортной, логистической, научная кооперацией и др.) пространственная единица	<b>Связанность</b> экономического пространства как направление и сила взаимовлияния пространственных единиц, обусловленные масштабom экономической деятельности, отраслевым сходством и разнообразием, технологичностью производства, инфраструктурной насыщенностью, технологической и инновационной кооперацией и пр.
Системно-динамический подход	Пространство как развивающаяся система, характеристики которой обусловлены не только отличиями и в исходном состоянии параметров, но и индивидуальном процессе формирования, памяти на предшествующее развитие, наследованием признаков, эффекта «насыщения» и гистерезиса. Пространственная экономическая система рассматривается в контексте этапов жизненного цикла, с учетом механизма движения и развития	<b>Динамичность</b> пространственных экономических систем как характеристика исторического эволюционного развития, наследования признаков, эффекта насыщения и гистерезиса. <b>Дивергенция/конвергенция</b> развития пространственных экономических систем как характеристика сближения/расхождения траекторий развития систем, обусловленное внутренними объективными сложившимися свойствами пространства
Синергетический подход	Пространственная экономическая система как сложная система, пребывающая в неравновесном необратимом состоянии. Неопределенность функционирования пространственных экономических систем определяется высокой зависимостью от внешнеэкономической ситуации, научно-технологических изменений, изменений, обусловленных интенсивностью сетевых взаимосвязей, ускорением транзакций, что усложняет процесс планирования и принятия решений	<b>Гибкость</b> пространственных экономических систем как способность и способ адаптации системы к изменениям условий внешней среды, достижения динамического равновесия. <b>Персистентность</b> пространственных экономических систем как степень устойчивости динамики развития и внутренней структуры пространства под воздействием изменения условий внешней среды

### Выводы

Пространственные экономические системы, это один из типов экономических систем, в которых помимо структурных элементов экономики территорий разного масштаба самостоятельным системообразующим компонентом выступают взаимосвязи (связанность), совокупность характеристик которых обеспечивает функционирование и развитие пространственных экономических систем: протяженность, плотность, комплиментарность, связанность, динамичность, конвергентность/дивергентность, гибкость и персистентность. Ключевой характеристикой экономического пространства является его связанность в широком смысле как территориальная, структурная и историческая взаимообусловленность формирования свойств пространства и результатов его развития.

Как любая система, пространственная экономическая система имеет структуру и включает элементы большего и меньшего масштаба, ее можно рассматривать на разных уровнях агрегирования, но все они имеют локальную привязанность и территориальную основу: а) глобальные пространственные экономические системы, как совокупность стран; б) национальные системы территориально локализируются в границах государств; в) экономические системы макрорегионов – официальными в границах федеральных округов; г) макрзоны – на несколько регионов, например граничных и естественно взаимодей-

ствующих и связанных по разным экономическим направлениям; д) региональные пространственные экономические системы; ж) внутрорегиональные экономические системы, формирующиеся под воздействием агломерационных эффектов; з) пространственные экономические системы муниципальных образований. Системность придают производственные, товарные, транспортные связи, потоки ресурсов, технологий и информации.

Пространственные экономические системы также классифицируются в зависимости от анализируемых линий взаимосвязей (отраслевые, территориальные, исторические), каждая из которых могут иметь качественные характеристики связанности функциональные (взаимодополняемые или взаимозаменяемые), временные (конъюнктурные или долгосрочные), эволюционные (обусловленные предшествующим развитием или нет). Помимо этого, теоретически пространственные системы могут рассматриваться в широком аспекте (как экономические) и в узком, в контексте предметной области исследования (как инновационные, геостратегические и пр.).

Предложенная нами непротиворечивая конструкция методологических подходов к исследованию экономического пространства, примат пространственной характеристики связанности способствуют пониманию перспективности пространственного подхода в стратегическом развитии и управлении национальной экономикой.

---

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Челябинской области в рамках научного проекта № 20-410-740004 (The research was funded by RFBR and Chelyabinsk Region, project number 20-410-740004).*

---

#### Библиографический список

1. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 13 февраля 2019 г. № 207-р.
2. Dube J., Brunelle C., Legros D. Location theories and business location decision: A micro-spatial investigation of a nonmetropolitan area in Canada // Review of Regional Studies. 2016. № 46 (2). P. 143–170.
3. Гребёнкин И.В. Тенденции изменения промышленной специализации и динамика развития российских регионов // Экономика региона. 2020. Т. 16. № 1. С. 69–83.
4. Песоцкий А.А. Теоретические подходы к определению понятия «экономическое пространство» // Вопросы экономики и права. 2015. № 82. С. 41–44.
5. Урунов А.А. Основные категории теории экономического пространства // Аллея науки. 2017. Т. 1. № 11. С. 360–377.

6. Родионова Н.Д. Экономическое пространство региона в сетевом взаимодействии субъектов региональной инновационной системы // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2015. № 1 (49). С. 131–138.
7. Суворова А.В. Экономическое пространство: содержание и концептуальные свойства // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 11-3 (69). С. 115–119.
8. Волчкова И.В., Подопригора Ю.В., Данилова М.Н., Уфимцева Е.В., Шадейко Н.Р., Селиверстов А.А. Агломерационные процессы в России в контексте связанности социально-экономического пространства // Региональная экономика: теория и практика. 2017. Т. 15. № 3 (438). С. 422–433.
9. Гатауллин Р.Ф., Каримов А.Г. Теоретико-методологические аспекты исследования нивелирования гетерогенности экономического пространства // Фундаментальные исследования. 2017. № 8-2. С. 368–372.
10. Трейвиш А.И. Неравномерность и структурное разнообразие пространственного развития экономики как научная проблема и российская реальность // Пространственная экономика. 2019. Т. 15. № 4. С. 13–35.
11. Иванов О.И. Экономическое пространство как объект управляемой трансформации (взгляд социолога) // Экономика и бизнес: теория и практика. 2015. № 8. С. 32–38.
12. Araújo I.F., Gonçalves E., Almeida E. Effects of dynamic and spatial externalities on local growth: Evidence from Brazil // Papers in Regional Science. 2019. Vol. 98. № 2. P. 1239–1259.
13. Boschma R. Relatedness as driver of regional diversification: a research agenda // Regional Studies. 2017. № 51(3). P. 351–364.
14. De Siano R., D’Uva M. Italian regional specialization: a spatial analysis // Discussion Paper. 2012. № 7.
15. Venables A.J. Economic Geography. The Oxford Handbook of Political Economy. 2008. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199548477.003.0041.
16. Новый взгляд на экономическую географию: Доклад о мировом развитии 2009 / Международный банк реконструкции и развития. Вашингтон, 2009.
17. Jones M., Woods M. New Localities. Regional Studies. 2013. № 47(1). P. 29–42. DOI: 10.1080/00343404.2012.709612.
18. Corey M.J. Cross-border regions and territorial restructuring in central Europe room for more transboundary space // European urban and regional studies. 2009. № 16 (2). P. 177–191.
19. Allmendinger P., Haughton G. Soft spaces, fuzzy boundaries, and metagovernance: The new spatial planning in the Thames Gateway // Environment and Planning A. 2009. № 41(3). P. 617–633.
20. Tobler W.R. Geographical Filters and their Inverses // Geographical Analysis. 1969. № 1(3). P. 234–253.
21. Bond-Smith S.C., Mccann P. A multi-sector model of relatedness, growth and industry clustering // Journal of Economic Geography. 2020. № 20 (5). P. 1145–1163.
22. Jensen P.D The role of geospatial industrial diversity in the facilitation of regional industrial symbiosis. Resources // Conservation and Recycling. № 107. P. 92–103.
23. Корнай Я. Инновации и динамизм: взаимосвязь систем и технического прогресса // Вопросы экономики. 2012. № 4. С. 4–31.
24. Cooke P. Re-framing regional development: Evolution, innovation and transition. 2013. P. 1–374. DOI: 10.4324/9780203097489.
25. Geels F.W., Kemp R. Dynamics in socio-technical systems: Typology of change processes and contrasting case studies // Technology in Society. 2007. № 29 (4). P. 441–455.
26. Силин Я.П., Анимица Е.Г., Новикова Н.В. «Новая нормальность» в российской экономике: региональная специфика // Экономика региона. 2016. Т. 12. № 3. С. 714–725.
27. Bennett N., Lemoine G.J. What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world // Business Horizons. 2014. № 57(3). P. 311–317.
28. Evans S., Bahrami H. Super-Flexibility in Practice: Insights from a Crisis // Global Journal of Flexible Systems Management. 2020. № 21(3). P. 207–214.

УДК 336.02

*И. А. Заярная, Л. Н. Кадырова*

Новороссийский филиал ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Новороссийск, e-mail: aiamsem@mail.ru

## СУЩНОСТЬ, ВИДЫ И ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ РИСКОВ

**Ключевые слова:** финансовые риски, факторы, неопределенность.

В статье рассмотрена сущность финансовых рисков, виды и причины их возникновения. Определяется понятие «риск» как деятельность, имеющая отношение к ситуациям вынужденного выбора в условиях неопределенности. Особое внимание авторов уделено рассмотрению различных точек зрения исследователей по проблематике изучения финансовых рисков. Произведена систематизация финансовых рисков и изучены их основные характеристики. Выявлено, что в рыночных условиях бизнес предприятий подвергается финансовым угрозам. Авторы статьи показывают, что финансовые риски оказывают существенное воздействие на возникновение убытков организации и недополучение доходов. С точки зрения управления финансовыми рисками стадии жизненного цикла компании являются важным критерием, который позволяет идентифицировать и оценить величину названных рисков. В общей структуре рисков организации финансовые риски играют значительную роль. С целью обеспечения конкурентоспособности фирмы, важно построение системы управления финансовыми рискам, встроенной в общий процесс менеджмента фирмы, адаптированной к специфике деятельности и отраслевым особенностям организации. Построение системы управления финансовыми рисками дает возможность на базе исследования природы и факторов формирования угроз разработать комплекс мер, направленных на управление финансовыми рисками, выявить имеющиеся резервы предприятия, повысить эффективность принимаемых управленческих решений в условиях риска и неопределенности.

*I. A. Zayarnaya, L. N. Kadyrova*

Novorossiysk branch of Federal State Budgetary Institution of Higher Education «Financial University affiliated to the Government of the Russian Federation», Novorossiysk, e-mail: aiamsem@mail.ru

## ESSENCE, TYPES AND REASONS OF FINANCIAL RISKS

**Keywords:** financial risks, factors, uncertainty.

The article discusses the essence of financial risks, types and causes of their occurrence. The concept of «risk» is defined as an activity related to situations of forced choice in conditions of uncertainty. The authors pay special attention to the consideration of various points of view of researchers on the problems of studying financial risks. The systematization of financial risks has been carried out and their main characteristics have been studied. It was revealed that in market conditions the business of enterprises is exposed to financial threats. The authors of the article show that financial risks have a significant impact on the occurrence of losses of the organization and shortfall in income. From the point of view of financial risk management, the stages of the company's life cycle are an important criterion that allows you to identify and assess the magnitude of these risks. In the overall structure of the organization's risks, financial risks play a significant role. In order to ensure the competitiveness of the company, it is important to build a financial risk management system, built into the general management process of the company, adapted to the specifics of the activity and industry characteristics of the organization. Building a financial risk management system makes it possible, on the basis of studying the nature and factors of the formation of threats, to develop a set of measures aimed at managing financial risks, to identify the existing reserves of the enterprise, to increase the efficiency of management decisions made in conditions of risk and uncertainty.

### Введение

Исследованию финансовых рисков посвящено много работ отечественных и зарубежных авторов. Достаточно широко тема раскрыта в трудах Дж.М. Кейнс, Й. Шумпетер, К. Холтдорф [6], М. Рудольф [6], А. Смит, А. Пигу, И.Т. Балабанова [1], И.А. Бланка [2], Н.Л. Лобанова, Е.В. Те-

пляковой [3], Е.А. Петрова, Э.У. Уткина, А.С. Шапкина [4,5] и др.

Несмотря на то, что названными учеными был внесен несомненный вклад в исследование теоретических аспектов и разработку практических моделей управления финансовыми рисками, важно отметить, что вопросы риск-менеджмента в услови-

ях изменчивой рыночной среды вызывают необходимость продолжения исследований в названном направлении. Важно углубление исследований проблемы укрепления финансового состояния предприятий; выявление специфических рисков, присущих тем или иным отраслям и отдельным видам экономической деятельности компаний; разработка таких способов управления финансовыми рисками, которые позволят укрепить конкурентоспособность фирмы в любых, даже самых неблагоприятных рыночных условиях.

**Целью** данной статьи является исследование сущности, видов и причин возникновения финансовых рисков.

В данной работе применяются такие **методы** исследования как анализ информации, её изучение, классификация и обобщение, сравнение и обобщение показателей рынка, метод индукции используется для выделения наиболее важных характеристик объекта.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Как отмечают авторы научных работ риск – это угроза потери предприятием той или иной части собственных ресурсов, вероятность отсутствия дохода или образование каких-то дополнительных затрат, которые связаны с осуществлением определенной производственной и финансовой деятельности.

Многие авторы связывают причины возникновения финансовых рисков с неопределенностью. При этом в научных трудах отмечается, что чем выше степень неопределенности, тем выше финансовый риск.

А.С. Шапкин утверждает, что финансовый риск – это спекулятивный риск по своей экономической природе, так как он возникает при совершении финансовых операций с определенным уровнем риска, связанных с изменением валютных курсов, процентных ставок по стоимости финансовых активов, а также снижением кредитоспособности, платежеспособности и, как следствие, финансовой устойчивости [4, с. 287]. Обычно к спекулятивным рискам относят не только финансовые, но и коммерческие риски.

Спекулятивные риски, как правило представляют собой события, которые относят к разряду непредсказуемых. Проявление подобных событий в ряде случаев

приводит к ущербу, потерям, и может спровоцировать убытки. Однако иногда спекулятивные риски приводят к значительным выигрышам или к получению дополнительного дохода [5].

Е.В. Теплякова в своей научной работе отмечает, что в современной рыночной экономике любое предприятие, которое работает в сфере бизнеса, имеет возможность рисковать. Финансовые риски затрагивают, как денежные, так и имущественные отношения. Масштабы негативных воздействий в финансовой сфере растут геометрически по мере роста мировой экономики. На уровне национальных экономик неэффективное управление ресурсами приводит к социально-экономическому отставанию или быстрому развитию [3, с. 673].

У сферы финансовых рисков есть две направляющие – это максимизация доходности и минимизация финансовых рисков.

На примере предприятия можно обозначить финансовый риск деятельности и определить достаточность ресурсов и собственных средств для покрытия возможных убытков.

На примере предприятия можно обозначить финансовый риск деятельности и определить достаточность ресурсов и собственных средств для покрытия возможных убытков.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод о том, что финансовый риск представляет собой степень неопределенности, которая напрямую связана с комбинацией заемных и личных денег, которые, в свою очередь, используются с целью финансирования организации или собственности; чем больше заемных денег, тем больше финансовый риск.

К базовым видам финансовых рисков предприятия можно отнести следующие:

1. Риск, связанный со снижением финансовой устойчивости, то есть риск нарушения финансового баланса предприятия. Чрезмерная доля заемных средств создает дисбаланс. Такой вид риска занимает лидирующее место по степени опасности.

2. Риск неплатежеспособности предприятия или риск несбалансированной ликвидности. Спад уровня ликвидности оборотных активов создает дисбаланс положительного и отрицательного денежных потоков предприятия во времени. Данный вид риска занимает почетное второе место после риска финансовой неустойчивости.

3. Инвестиционный риск. Это риск возможности возникновения финансовых убытков в процессе осуществления инвестиционной деятельности предприятия.

4. Инфляционный риск. Это риск обесценения реальной стоимости капитала, а также ожидаемой выручки от осуществления каких-либо финансовых операций в период инфляции.

5. Процентный риск. Суть риска состоит в непредвиденном изменении депозитной или кредитной процентной ставки на финансовом рынке. Причинами могут послужить: изменение конъюнктуры финансового рынка под воздействием регулирования государства; рост или снижение предложения свободных денежных ресурсов и другие факторы.

6. Валютный риск. Данный риск распространяется на предприятия, которые осуществляют внешнеэкономическую деятельность (импорт сырья). Это проявляется в отсутствии поступления указанного дохода вследствие прямого влияния изменения курса иностранной валюты, которую используют во внешнеэкономических операциях.

7. Депозитный риск. Этот риск неплатежа депозитов. Связан он с неправильной оценкой и плохим выбором коммерческого банка для проведения операций предприятия.

8. Кредитный риск. Распространен в финансовой деятельности предприятия по предоставлению коммерческих товаров или потребительский кредит покупателям. Он может возникнуть при наличии дефолта или досрочного погашения за неисполнение или нарушение предприятием обязательств по кредиту, а также превышение суммы текущего бюджета по взысканию задолженности.

9. Налоговый риск. Является достаточно обширным риском, который может проявляться в нескольких ситуациях: введение новых видов налогов, сборов для реализации отдельных аспектов предпринимательской деятельности; вероятность повышения ставок действующих налогов и сборов, изменения условий осуществления отдельных налоговых платежей; риск отмены существующих льгот в сфере предпринимательской деятельности.

10. Структурный риск. Этот риск возникает при неэффективном финансировании текущих затрат предприятия, что имеет высокий удельный вес постоянных затрат в общей сумме.

11. Криминальный риск. В финансовой деятельности предприятия это проявляется в виде подделки документов, чем в дальнейшем третьи лица допускают нецелевое использование активов, а также их хищение.

12. Другие виды рисков. Такие, как «форс-мажорные риски», которые могут привести не только к потере ожидаемого дохода, но и к части имущества предприятия.

Наличие риска взаимосвязано с неопределенностью, которая является причиной незнания чего-то точного, отсутствию ясности. В любом случае такой вид риска требует особого внимания, так как на практике невозможно наладить процессы регулирования, игнорируя при этом источники неопределенности.

Финансовый риск выступает как временная функция. Как показывает практика, уровень риска по данному финансовому активу или возможности инвестирования средств со временем возрастает.

Финансовый риск часто проявляется в секторе хозяйственной деятельности компании. Она непосредственно связана с процессом формирования капитала, ресурсов, доходов и финансовых результатов предприятия и характеризуется вероятными финансовыми потерями при ведении хозяйственной деятельности. Кроме того, риск определяется как экономическая категория, поскольку он входит в общую систему экономических категорий [1].

Ожидаемая степень эффективности финансовых операций варьируется в зависимости от формы и уровня риска в достаточно существенной степени. Таким образом, финансовый риск может сопровождаться не только большими финансовыми потерями для компании, но и формированием дополнительного дохода.

Финансовый риск является неотъемлемой частью осуществления всех хозяйственных операций, а, следовательно, присущ каждому направлению деятельности компании. Объективная особенность проявления такого риска не меняется. Однако, хотя проявления финансового риска различаются по объективному характеру, его главный показатель-степень риска-носит субъективный характер.

Уровень финансового риска является переменным. Прежде всего, они меняются во времени. Кроме того, степень уровня финансового риска сильно варьируется под влиянием многих объективных и субъективных факторов, влияющих на риск.

Определение допустимого значения уровня финансового риска является самостоятельной задачей специального исследования.

С точки зрения финансирования, проект может быть рискованным, если он поддерживается:

- экономическая нестабильность в стране;
- инфляция;
- текущая ситуация с неплатежеспособностью в отрасли;
- дефицит бюджета.

В качестве причин возникновения финансового риска можно назвать следующие факторы:

- политические факторы;
- непостоянство обменного курса;
- регулирование государством учетных ставок;
- увеличение ресурсных затрат на рынке капитала;
- увеличение производственных затрат;
- отсутствие информационных ресурсов;
- личные качества предпринимателя.

Данные факторы могут стать причиной роста цен и контрактных услуг, а также привести к росту процентных ставок и удорожанию финансирования.

## Заключение

Подводя итог вышесказанному можно отметить, что финансовая деятельность компании сопряжена с многочисленными финансовыми рисками, степень влияния которых на результаты деятельности компании достаточно высока. Именно поэтому, важно понимание сущности и факторов формирования финансовых рисков.

Поскольку риск-менеджмент представляет собой сложный процесс, важным элементом которого является идентификация финансовых рисков, исследование различных классификационных подходов и принципов является достаточно важным этапом в оценке рисков и управлении ими.

Существующая необходимость в разработке и совершенствовании подходов и механизмов эффективного управления организацией с учетом противодействия неблагоприятным экономическим явлениям подчеркивает важность выявления факторов, влияющих на степень результативности управленческих решений, нацеленных на повышение конкурентоспособности фирмы в условиях неопределенности и нестабильности экономической ситуации.

## Библиографический список

1. Балабанов И.Т. Риск-менеджмент. М.: Финансы и статистика, 2017. 192 с.
2. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. В 2-х томах. М.: Ника-Центр, Эльга, 2017. 670 с.
3. Теплякова Е.В. Финансовые риски: сущность, классификация и методы их оценки // Молодой ученый. 2019. №8. 673 с.
4. Шапкин А.С., Шапкин В.А. Экономические и финансовые риски. Оценка, управление, портфель инвестиций. 9-е изд. М.: Дашков и К, 2018. 544 с.
5. Шапкин В.А., Шапкин А.С., Теория риска и моделирование рискованных ситуаций. М.: «Дашков и К», 2017. 879 с.
6. Holdtdorf C., Rudolf M. Risk management: Challenge and opportunity. Berlin: Springer Verlag, 2000. 415 p.

УДК 331.108

*T. V. Kasaeva*

ФГБОУ ВО «Пятигорский Государственный университет», Пятигорск,  
e-mail: kasaeva@pgu.ru

*A. R. Kappusheva*

ООО «С7 Инжиниринг», Москва, e-mail: kappusheva.a@bk.ru

## **АНАЛИЗ СТЕПЕНИ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНОВ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА**

**Ключевые слова:** человеческий капитал, бюджет, человеческий потенциал, СКФО, управление, здоровье, образование.

Авторы рассматривают особенности формирования человеческого капитала в регионах Северо-Кавказского федерального округа. На основе анализа статистических данных обозначены основные препятствия для развития человеческого капитала на данной территории и составлен долгосрочный прогноз. Из результатов исследования следует, что человеческий капитал в регионах формируется при помощи тесной взаимосвязи трех экономических агентов – секторами предпринимательства и домохозяйств, а также экономикой региона. В регионах Северного Кавказа наблюдаются существенные диспропорции в развитии человеческого капитала и ряд проблем в сферах, оказывающих непосредственное воздействие на него. В связи с этим существующий уровень развития человеческого капитала и его долгосрочный прогноз показывают необходимость некоторым из регионов Северо-Кавказского федерального округа пересмотреть проводимую политику развития человеческого капитала. И, как мы видим, политика развития человеческого капитала тем более эффективна, чем более вовлечены в ее проведение инициативные субъекты. Одним из основных трендов последнего десятилетия является самоорганизация социальных групп в стремлении решить те или иные социальные проблемы. Соответственно региональным и федеральным властям крайне важно стимулировать подобные процессы самоорганизации, поддерживая инновационные направления развития экономики.

*T. V. Kasaeva*

Pyatigorsk State University, Pyatigorsk, e-mail: kasaeva@pgu.ru

*A. R. Kappusheva*

LLC «С7 Engineering», Moscow, e-mail: kappusheva.a@bk.ru

## **ANALYSIS OF THE DEGREE OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT ON THE EXAMPLE OF THE REGIONS OF THE NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT**

**Keywords:** human capital, budget, human potential, NCFD, management, health, education.

The authors consider the peculiarities of the formation of human capital in the regions of the North Caucasus Federal District. Based on the analysis of statistical data, the main obstacles to the development of human capital in this territory are identified and a long-term forecast is made. The results of the study show that human capital in the regions is formed by the close relationship of three economic agents – the business and household sectors, as well as the regional economy. In the North Caucasus regions, there are significant imbalances in the development of human capital and a number of problems in areas that directly affect it. In this regard, the current level of human capital development and its long-term forecast show the need for some of the regions of the North Caucasus Federal District to review the current policy of human capital development. And, as we can see, the policy of human capital development is more effective the more involved the initiative actors are in its implementation. One of the main trends of the last decade is the self-organization of social groups in an effort to solve certain social problems. Accordingly, it is extremely important for regional and federal authorities to encourage such self-organization processes by supporting innovative areas of economic development.

### Введение

В последние годы роль человеческого капитала в экономической составляющей регионов и страны значительно увеличилась, как и роль регионального управления в его развитии. Фактически, человеческий капитал можно назвать детерминантной экономической категории особенно подчеркнул президент России В.В. Путин в своем «майском послании» 2018 года, включив развитие человеческого капитала в Указ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Большинством авторов термин «человеческий капитал» определяется совокупностью качеств, которые непосредственно влияют на производительность труда и являются основными источниками дохода индивида [1, с. 275]. В его основе лежат накопление новых знаний и навыков. Экономические показатели территории всегда сильно зависят от уровня развития ее человеческого капитала. Для регионов Северного Кавказа это утверждение играет особенную роль, ведь при расширенном воспроизводстве населения на данной территории наблюдается социально-экономическая депрессия и отсталость.

В современном мире существует множество подходов к оценке уровня развития человеческого капитала. Дж. Кендрик предлагал рассматривать человеческий капитал с точки зрения инвестиций в человека за всю прожитую им жизнь, анализируя статистические данные. Дж. Минсер придерживался иного подхода, предлагая измерять человеческий капитал вкладом образования и длительностью трудового стажа. Т. Шульц рассчитывал капитал трудовых ресурсов, сравнивая его с производственным капиталом. А. Д. Джогерсон и Б. Фраумени вычисляли человеческий капитал, основываясь на принципе капитализации заработков. Автором же предложено оценивать уровень развития человеческого капитала по его основным компонентам: здоровье, образование, культура и инновационная активность. В современном мире человеческий капитал, на развитие которого влияют качество жизни, рынок труда, степень развития рынков инвестиций, науки и техники, а также пространственное развитие населения, является одним из главных конкурентных преимуществ.

**Цель исследования** заключается в оценке уровня развития человеческого капитала в регионах СКФО, а также анализе эффективности региональной политики, связанной с развитием человеческого капитала, на данной территории.

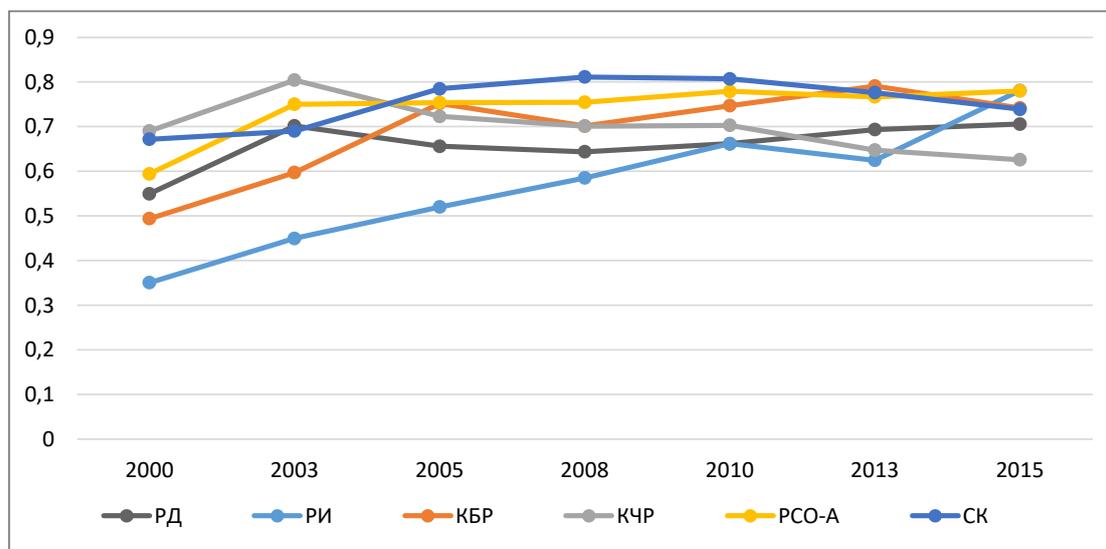
### Материал и методы исследования

В работе были использованы статистико-экономические методы экономических исследований и другие общепризнанные методы исследования, включая сравнительный анализ и анализ эмпирической информации, а также Программы развития ООН и Всемирного банка.

### Результаты исследования и их обсуждение

По данным Всемирного банка и Программы развития ООН, в начале XXI века физический капитал составлял около 16% общего объема общественного богатства стран, природный – 20%, человеческий же капитал – 64%. В ряде стран показатель человеческого капитала достигает даже 80%. Однако Россия не относится к числу стран-лидеров по уровню накопленного человеческого капитала и условий для его активного развития. По данным индекса человеческого развития, ежегодно составляемого ООН, Россия в 2019 году занимала лишь 52-е место, потеряв три позиции относительно предыдущего года. Возглавляют же этот рейтинг Норвегия, Ирландия, Швейцария, Гонконг и Исландия.

Но и в самой России уровень развития человеческого капитала весьма неоднороден. По статистике, самый высокий уровень развития человеческого капитала наблюдается в Центральном и Приволжском федеральных округах. А вот низкий человеческий потенциал сконцентрирован в Северо-Кавказском, Сибирском и Уральском федеральных округах. Впрочем, в последние годы снижение среднего уровня развития человеческого капитала характерно для многих регионов России. Причиной этому мог стать рост нагрузки на отрасли социальной сферы в связи с ростом рождаемости. Однако в регионах Северо-Кавказского федерального округа эти тенденции более противоречивы (рисунок). Согласно отраженному на рисунке данным, в Республике Ингушетия заметен рост уровня развития человеческого капитала.



*Уровень развития человеческого капитала в регионах Северо-Кавказского федерального округа [2]*

Рост человеческого капитала, в первую очередь, зависит от уровня образования и развития системы здравоохранения. Проблемы в этих сферах на территории СКФО в целом соотносимы с рядом других регионов. Так, например, в системе образования наблюдается недостаток финансирования профессионального образования, слабое материально-техническое оснащение и низкая оплата труда сотрудников сферы образования. Общий уровень высшего образования в регионах Северо-Кавказского ниже, чем в среднем по России – 59,5% против 62,6%. От части это зависит от доступности высшего образования в регионах. Так одни из самых низких показателей наблюдаются в Республике Ингушетия, Чеченской Республике и Дагестане – 15%, 16% и 17% соответственно, в то время как в среднем по России это значение достигает 33% [3]. В ряде регионов у граждан просто нет возможности получить качественное высшее образование и при этом лишь пятая часть из тех, кто получил дипломы, работает по профессии. Соответственно, инвестиции в образование человека являются главной категорией затрат, имеющих определяющее значение в повышении качественной составляющей человеческого капитала.

Не менее важным фактором в развитии человеческого капитала является здоровье населения. Считается, что окружающая среда влияет на здоровье не более чем на 10%. Еще 30-40% зависит от доходов

населения, уровня жизни и окружающей безопасности. Примерно такую же степень влияния играет образ жизни. И лишь оставшийся процент принадлежит сфере здравоохранения. Отметим, что регионы Северного Кавказа лидируют по числу долгожителей, но есть и стабильно негативная черта – высокий уровень детской смертности. Связано это может быть со слабой оснащенностью специалистами. Если по России в среднем на каждые 10 тысяч человек приходится 40 специалистов, то в регионах СКФО этот показатель составляет всего 34,5 [4, с.8]. Кроме того, экс-министр здравоохранения Вероника Скворцова заявляла, что в регионах Северного Кавказа наблюдается самая низкая в России эффективность целевого обучения специалистов сферы здравоохранения.

Согласно данным Росстата, мощность амбулаторно-поликлинических организаций на 10 тыс. человек составила 264,5. За тот же промежуток времени в Северо-Кавказском федеральном округе амбулаторно-поликлинические организации посетили только 169,4 человек. Строительство поликлиник, ведущееся в рамках региональных и федеральных программ, пока не приносит кардинальных изменений в эти соотношения. Еще более наглядным показателем оказалась заработная плата медицинских работников, которая составляет от 64,5% до 71,7% от среднего уровня зарплат медицинских работников по России [2].

При этом ряд исследователей в перспективе до 2045 года прогнозирует благоприятный вектор развития человеческого капитала в Республиках Ингушетия, Северная Осетия-Алания и Кабардино-Балкарии. Негативные же сценарий развития за тот же период возможен для Ставропольского края и Карачаево-Черкесской Республики.

Прогноз развития человеческого капитала в долгосрочном периоде базировался на аппроксимации динамики показателя в базовом периоде и экстраполяции ее на прогнозируемый период и выполнялся на основе построения уравнений регрессии [5, с. 143]. В качестве базового периода были взяты 2005-2015 года. Так динамику уровня развития человеческого капитала с высокой степенью достоверности можно описать линейным уравнением  $y = 0,0212t + 1,0897$ , что интерпретируется как наращивание потенциала человеческого капитала в регионе.

Что же касается ожидаемых долгосрочных эффектов региональной политики развития человеческого капитала, то ее можно анализировать с помощью структуры расходов бюджета. В целом, бюджет Российской Федерации является социально ориентированным с доминирующей статьей расходов на социальную политику (4 924,1 млрд рублей в 2020 году при суммарных затратах на разные отрасли в 18 994 млрд рублей). В последние годы отмечается и рост расходов на такие отрасли как образование (689,7 млрд рублей в 2018 году против 847,1 млрд рублей в 2020 году) и здравоохранение (479,7 млрд рублей в 2018 году против 918,4 млрд рублей в 2020 году) [6]. Государственные инвестиции в развитие человеческого капитала имеют тенденцию к постоянному росту, что некоторые исследователями объясняется низким базовым уровнем.

Исполнение федерального бюджета по государственным программам РФ по итогам февраля 2021 году показывает, что более чем на четверть исполнены программы «Внешнеполитическая деятельность» (29,8%), «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» (27,3 %) и «Социальная поддержка граждан» (27,1 %) [7].

Интересно, что в реализации политики развития человеческого капитала все большее внимание начинает отводиться самоорганизации населения. Одной из форм такой самоорганизации служит функционирование социально-ориентированных некоммерческих организаций (СОНКО). Соглас-

но данным Министерства экономического развития Российской Федерации, ассигнования федерального бюджета на поддержку СОНКО были увеличены с 21,8 млрд рублей в 2018 году до 34,7 млрд рублей в 2019 году (на 59,3%). Средства распределились между 5,8 тыс. СОНКО, оказавших помощь 19 млн человек.

Вот только активность СОНКО в разных регионах значительно отличается друг от друга. Наибольшую активность проявляют социально-ориентированные некоммерческие организации в Центральном федеральном округе. А вот позиция Северо-Кавказского федерального округа крайне слаба (таблица), что говорит об отсутствии готовности граждан брать на себя активную позицию во время реализации социальной политики.

На территории Северо-Кавказского федерального округа наиболее активные СОНКО работают в Ставропольском крае, где в 2018 году поддержку получили 36 проектов. Максимальные объемы финансирования проектов СОНКО на душу населения, согласно статистическим данным, достигаются в Кабардино-Балкарской Республике (18,91% от общего объема грантов) и Республике Северная Осетия-Алания (17,09% от общего объема грантов). Абсолютным же лидером по количеству выделенных грантов можно назвать Ставропольский край – 76,3%. При этом наиболее масштабно могут работать организации в Чеченской Республике, где в 2018 году поддержка была оказана всего 8 проектам.

Чаще всего работа СОНКО в регионах Северо-Кавказского федерального округа направлена на охрану здоровья граждан, укрепления межнационального и межрелигиозного согласия, а также социальную поддержку и социальное обслуживание населения. Такой подход объясняется этнокультурными особенностями территории. Ряд некоммерческих организаций посвящает свою деятельность инновациям в управленческой и социальной сферах. Такие НКО особенно способствуют росту качества человеческого капитала, создавая условия для дальнейшего экономического роста территории.

Не только государство предоставляет источники для финансирования работы СОНКО. Правда, в России социальное предпринимательство еще не достигло пика своего развития, как например, в Америке или развитых странах Европы.

Количество поддержанных проектов социально-ориентированных некоммерческих организаций [8]

	2014	2015	2016	2017	2018
РФ	1 273	1 392	1 581	3 213	3 573
Дальневосточный федеральный округ	59	43	48	206	212
Приволжский федеральный округ	176	168	245	568	721
Северо-Западный федеральный округ	100	116	126	441	512
Сибирский федеральный округ	73	97	111	442	481
Уральский федеральный округ	61	79	82	315	333
Центральный федеральный округ	692	788	843	945	941
Южный федеральный округ	69	65	92	214	294
Северо-Кавказский федеральный округ	43	36	34	82	79

Социальное предпринимательство в России зачастую отождествляется с предпринимательской деятельностью, оказывающей социальные услуги. В итоге, получается, что целевые программы, направленные на формирование и развитие человеческого капитала, в основном все же упираются на бюджетное финансирование, по сравнению с которым внебюджетные источники финансирования кажутся весьма незначительными.

Вспомним, что развитию некоммерческих организаций в России способствовали экономические реформы конца 90-х годов XX века. А проект программы поэтапного доступа социально ориентированных некоммерческих организаций к бюджетным средствам, выделяемым на предоставление социальных услуг населению был предложен Минэкономразвития России в апреле 2016 года. Теперь финансовая поддержка СОНКО на федеральном уровне реализуется за счет конкурсов грантов Президента Российской Федерации. К сожалению, на данный момент потенциал НКО не в полной мере привлекается для решения задач, стоящих перед регионами СКФО в сфере развития человеческого капитала.

Современный мир диктует все новые решения проблем развития человеческого капитала, но для этого необходимо кардинально менять подходы к реализации государственной, региональной и муниципальной политик в этой сфере, ужесточая к ним требования. И если государству необходимо брать на себя стратегические задачи, прогнозируя отдачу в будущем, то региональные власти обязаны формировать комплексную систему управления развитием человеческого капитала, которая бы эффективно работала в заданных условиях.

Положительный эффект в регионах Северного Кавказа могло бы оказать создание Координационных советов по развитию человеческого капитала, состав которого мог бы сформироваться из представителей бизнеса, НКО и органов власти. Этот совет мог бы взять на себя разработку сбалансированной политики, направленной на развитие человеческого капитала. Пока же политика развития человеческого капитала не имеет должной координации и по итогу все равно приходит на федеральный уровень.

#### Выводы

Как мы видим, человеческий капитал в регионах формируется при помощи тесной взаимосвязи трех экономических агентов – секторами предпринимательства и домохозяйств, а также экономикой региона. В регионах Северного Кавказа наблюдаются существенные диспропорции в развитии человеческого капитала и ряд проблем в сферах, оказывающих непосредственное воздействие на него. В связи с этим существующий уровень развития человеческого капитала и его долгосрочный прогноз показывают необходимость некоторым из регионов Северо-Кавказского федерального округа пересмотреть проводимую политику развития человеческого капитала. И, как мы видим, политика развития человеческого капитала тем более эффективна, чем более вовлечены в ее проведение инициативные субъекты. Одним из основных трендов последнего десятилетия является самоорганизация социальных групп в стремлении решить те или иные социальные проблемы. Соответственно региональным и федеральным властям крайне важно стимулировать подобные процессы самоорганизации, поддерживая инновационные направления развития экономики.

*Библиографический список*

1. КонсультантПлюс. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2019 год и на плановый период 2020 и 2021 годов. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_AW\\_308390/740860e0c21159c7d8f22644878fd03ad44ffcb2](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_AW_308390/740860e0c21159c7d8f22644878fd03ad44ffcb2) (дата обращения: 22.06.2021).
2. Абалки Л.И. Экономическая энциклопедия / Науч. ред. совет изд-ва «Экономика»; Ин-т экон. РАН. М: ОАО «Изд-во «Экономика», 2004. 275 с.
3. Регионы России. Социально-экономические показатели: стат. сб. / Росстат. М., 2009.
4. Суворов Н.В. Метод построения регрессионных моделей с динамическими структурными параметрами. М.: Проблемы прогнозирования, 2005. № 4. С. 143-153.
5. Улумбекова Г.Э. Здоровоохранение России: итоги деятельности 2012-2016 гг. Неотложные меры в 2017-2018 гг. // Вестник ВШОУЗ. 2018. № 1 (11). С. 8-22.
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. URL: <https://rosstat.gov.ru/> (дата обращения: 25.06.2021).
7. Министерство экономического развития Российской Федерации. Исполнение федерального бюджета по государственным программам Российской Федерации по итогам февраля 2021 года. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/departments/d19/prognozirovanie\\_parametrov\\_sektora\\_gosudarstvennogo\\_upravleniya/ispolnenie\\_federalnogo\\_byudzheta\\_po\\_gosudarstvennym\\_programmam\\_rossiyskoj\\_federacii\\_po\\_itogam\\_fevralya\\_2021\\_goda.html](https://www.economy.gov.ru/material/departments/d19/prognozirovanie_parametrov_sektora_gosudarstvennogo_upravleniya/ispolnenie_federalnogo_byudzheta_po_gosudarstvennym_programmam_rossiyskoj_federacii_po_itogam_fevralya_2021_goda.html) (дата обращения: 22.06.2021).
8. Доклад Министерства экономического развития Российской Федерации о деятельности и развитии некоммерческих организаций // Система поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций [Электронный ресурс]. URL: <http://nko.economy.gov.ru/portalnews/read/4439> (дата обращения: 22.06.2021).

УДК 339.138

*О. С. Медведева, В. Н. Левкина*ГОУ ВПО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»,  
Калуга, e-mail: olymed1@yandex.ru

## **ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВОЗДЕЙСТВИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ПРИЕМОВ НА ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ РЕАКЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**Ключевые слова:** нейромаркетинг, каналы восприятия, потребитель, покупатель, эксперимент, исследование, диагностика, товары и услуги, результаты.

В настоящее время для рыночной экономики характерно огромное изобилие различных видов продукции, большая часть которой является аналогичной, отличающейся лишь компанией или организацией, которая ее производит. Но, несмотря на это, на рынок каждый день выходит все большее количество производителей, предоставляющих новые товары и услуги. Вследствие этого, у всех производителей возникает множество вопросов, как именно им удержаться на этом рынке и привлечь как можно больше потенциальных клиентов к своей продукции, сделав так, чтобы они приобрели представленные им товары и услуги. Решение данных вопросов до недавнего времени было возможно благодаря различным маркетинговым приемам, однако в условиях современного мира, они являются менее эффективными по сравнению с нейромаркетинговыми приемами, позволяющими оказывать воздействие на поведенческие реакции потребителей. Самым главным отличием нейромаркетинга от маркетинга является его научная обоснованность, которая подтверждается достоверными фактами, выявляемыми с помощью следующей аппаратуры: МРТ, eye tracker, face reading, детектора лжи, электроэнцефалографии и многих других технических средств. В данной статье будет произведен подробный анализ нейромаркетинговых приемов на поведенческие реакции потребителя. С этой целью будет выполнено подробное изучение медицинских аппаратов, с помощью которых происходит диагностика испытуемых, подробное исследование каналов восприятия, на которые производители различных товаров способны повлиять. При рассмотрении каждого из приведённых каналов будут приведены яркие примеры успешного воздействия нейромаркетинговых приемов на поведенческое восприятие потенциальных потребителей.

*O. S. Medvedeva, V. N. Levkina*

Kaluga state University K.E. Tsiolkovsky, Kaluga, e-mail: olymed1@yandex.ru

## **THE EFFECTIVENESS OF THE IMPACT OF NEUROMARKETING TECHNIQUES ON CONSUMER BEHAVIORAL RESPONSES IN THE MODERN WORLD**

**Keywords:** neuromarketing, perception channels, consumer, buyer, experiment, research, diagnostics, goods and services, results.

Currently, the market economy is characterized by a huge abundance of different types of products, most of which are similar, differing only in the company or organization that produces it. But, despite this, an increasing number of manufacturers are entering the market every day, providing new goods and services. As a result, all manufacturers have many questions about how exactly they can stay in this market and attract as many potential customers as possible to their products, making them buy the goods and services presented to them. Until recently, the solution of these issues was possible thanks to various marketing techniques, but in the modern world, they are less effective in comparison with neuromarketing techniques that allow influencing the behavioral reactions of consumers. The main difference between neuromarketing and marketing is its scientific validity, which is confirmed by reliable facts revealed using the following equipment: MRI, eye tracker, face reading, lie detector, electroencephalography and many other technical means. In this scientific article, a detailed analysis of neuromarketing methods of influencing consumer behavioral reactions will be made. For this purpose, a detailed study of medical devices, with the help of which the subjects are diagnosed, will be carried out, a detailed study of the channels of perception, which manufacturers of various goods are able to influence. When considering each of the given channels, vivid examples of the successful impact of neuromarketing techniques on the behavioral perception of potential consumers will be given.

### Введение

В современных рыночных условиях производителю с каждым днём становится все сложнее привлекать внимание потребителей к своим товарам и услугам, так как на рынке присутствует огромное количество аналогов, и в данной ситуации именно покупатель начинает диктовать свои условия игры. Для любого производителя первостепенной задачей в реализации его продукции является завоевание внимания потенциального покупателя, ему необходимо сделать так, чтобы товар привлекал внимание окружающих, чтобы при одном взгляде на него покупатель хотел его приобрести не один раз.

Для достижения такой задачи производителю необходимо учитывать множество факторов, способных повлиять на предпочтение потребителя, например, мотивы приобретения конкретного товара или услуги, мысли, которые посещают его в процессе выбора, внешний вид изделия или его упаковки, ощущения, возникающие у потенциального покупателя при виде представленного перед ним товара, что его привлекает и многое другое. Но, чтобы учесть все возможные факторы, необходимо прибегнуть к маркетингу, но не к привычному, а к нейромаркетингу, так как именно он включает в себя современные методы воздействия, в которых заложены психологические основы принятия решений о приобретении того или иного товара. Стоит отметить, что основным преимуществом нейромаркетинга над маркетингом является точность в определении, какой товар или услуга просто симпатична потребителю, а какой будет эффективным в принятии решений, касающихся его приобретения.

Впервые термин «нейромаркетинг» был введен Эйлом Смитсом в 2002 году, который смог объединить привычные методы маркетинга с нейробиологией и технологией нейровизуализации, вследствие чего у производителей появляется уникальная возможность выявления точных реакций потребителей на различные товары и услуги, видеоролики, рекламу и тому подобного с целью их дальнейшего совершенствования [7].

**Целью** данного исследования является изучение эффективности воздействия нейромаркетинговых приемов на поведенческие реакции потребителя в современном мире. Когда речь идет об эффективности реализации различной продукции, то первоочередное значение играет не маркетинг, а нейромаркетинг, так как благодаря именно

ему у производителя появляется уникальная возможность тестирования своего товара до его выпуска, а также совершенствования уже существующих ошибок.

### Материалы и методы исследования

Научной основой статьи стали нейромаркетинговые исследования известных специалистов данной сферы, а также различные эксперименты, проводимые в данной области. В материале использован, в том числе, комплекс методов экономических исследований, объединенных системным подходом к изучению данной проблемы.

### Результаты исследования и их обсуждение

Под нейромаркетингом принято обозначать маркетинговые исследования, целью изучения которых является когнитивные и сенсомоторные реакции потребителей на различные стимулы, которые напрямую связаны с товарами и услугами, представленными на рынке. Все нейромаркетинговые исследования напрямую связаны с медициной, так как в переводе с греческого нейро – это нерв, то есть относящееся к нервной системе. Для таких экспериментов принято использовать различное медицинское оборудование, большая часть которого является затратным, но, несмотря на это, именно оно позволяет более точно предсказывать будущий успех продукта, а также выявлять его сильные и слабые стороны [7].

Успешность нейромаркетинговых исследований по сравнению с маркетинговыми можно проанализировать в таблице 1, в которой отражены их основные отличия.

Из этого следует, что нейромаркетинговые исследования являются достоверными и основанными на различных экспериментах, проводимых с использованием медицинского оборудования, с помощью которого происходит выявление точных результатов, полученных при анализе реакции потенциальных потребителей.

Распространенные медицинские аппараты, применяемые в нейромаркетинговых исследованиях:

- МРТ (магнитно-резонансная томография). С помощью данного аппарата появляется уникальная возможность отслеживания изменения кровообращения в мозгу человека в зависимости от воздействия различных внешних раздражителей (якая упаковка, навязчивая реклама и т.п.);

- Eye tracker. Представляет собой «очки», которые способны фиксировать, на что конкретно направлено внимание потребителя при входе в магазин, при просмотре какой-либо рекламы или другой полезной информации;

- Детектор лжи. С помощью него происходит анализ различных рекламных роликов, брошюр, баннеров и тому подобному. Испытуемому предлагается отвечать на какие-либо вопросы, связанные с необходимой информацией, и в результате анализа его ответов выявляются сильные и слабые стороны продукта или услуги;

- Face reading. Данный метод эффективен при просмотре различных видеороликов роликов, так как представленный аппарат улавливается музыкальные предпочтения испытуемого;

- Электроэнцефалография. С помощью него можно выявить наивысший выплеск эмоций у испытуемого при виде какого-либо видеоролика, товара, услуги, рекламы и т.д.

Каждый из представленных аппаратов эффективен именно для определенных областей, например, МРТ целесообразнее использовать для брендинга или ценообразования, Eye tracker для улучшения внешнего вида товара, веб-сайта, рекламы или логотипа.

Эффективность применения данных методик диагностирования реакций потребителей на различные товары и услуги можно проанализировать благодаря следующему эксперименту.

Известный консультант в сфере маркетинга и эксперт в брендинге Мартин Линдстром со своей командой провели эксперимент, в котором испытуемыми была курящая часть населения, которой было предложено просмотреть различные предупреждающие изображения о вреде курения, изображаемых на табачных изделиях. В начале эксперимента большая часть людей утверждала, что им безразличны эти изображения, но во время эксперимента с помощью аппарат МРТ и топографического картирования электрической активности (ТКЭАМ) было выявлено, что при виде данных картинок часть мозга, называемая прилежащим ядром, отвечающим за удовольствие, активно реагировала. Следовательно, предупреждения на табачных изделиях не отталкивают курящую часть населения, а, наоборот, привлекают, тем самым побуждая их приобретать данный товар [2].

Нейромаркетинговые исследования в современной практике можно применять в различных сферах рынка. Наиболее распространенные сферы представлены в таблице 2.

Таблица 1

Анализ традиционных и нейромаркетинговых исследований

Традиционные исследования	Нейромаркетинговые исследования
1. Результаты выявляются на основе вербальных данных респондентов	1. Рекомендации даются на основе объективных данных нейроисследований
2. Реакции респондентов анализируются после ознакомления с исследуемым материалом	2. Реакция респондентов анализируется в момент знакомства с материалом
3. Опираются только на ответы респондентов	3. Обработка массивов данных на основе выявленных закономерностей с помощью медицинского оборудования
4. Результат – это субъективная экспертная оценка	4. Результат – это объективная формализованная оценка

Таблица 2

Области применения нейромаркетинговых исследований

Область применения	Влияние
Реклама	При просмотре рекламного ролика, производитель способен воздействовать на все каналы восприятия потенциальных потребителей.
Сфера услуг	Нейромаркетинговые приемы способны помочь производителю «внушать» своим покупателям, что представленный товар или услуга ему необходим.
Разработка дизайна	Нейромаркетинговые приемы в данной области помогают выявить предпочтения потенциальных покупателей с помощью визуализации товара.
Дизайн магазина	Воздействия способны помочь производителю правильно и грамотно располагать стеллажи, витрины, манекены, проходы и т.п.

Благодаря нейромаркетинговым исследованиям, у производителя появляется уникальная возможность контроля поведения покупателей, а также его дальнейшее управление. Но для выявления особенностей осуществления данного процесса необходимо проанализировать каналы, на которые способен влиять производитель.

В результате нейромаркетинговых исследований человеческого мозга были выявлены следующие каналы восприятия, на которые производитель способен воздействовать:

- Зрительный (композиция, цвета, анимация);
- Обонятельный (ароматы);
- Слуховой (музыка, звуки);
- Вкусовой;
- Осязательный (тактильные ощущения).

Каждый из представленных компонентов способен по-своему воздействовать на потребителя, но цели их применения одинаковы – это привлечение потенциальных покупателей, побуждая их приобретать большее количество товаров и услуг.

Для того чтобы подробнее разобраться в том, как именно представленные каналы восприятия воздействуют на современного потребителя, необходимо проанализировать различные варианты их применения.

Зрительный (визуальный) канал является основным, поскольку он оказывает непосредственное влияние на потребителя благодаря тому, что основное его внимание обращено именно на внешний вид изделия или его упаковку. Следовательно, при разработке различной продукции необходимо продумывать каждый шаг, как именно будет выглядеть товар, какой цветовой сегмент будет предпочтительнее для него, как сделать так, чтобы потребитель обратил на него внимание и решил приобрести его.

Стоит отметить, что в первую очередь внимание потребителя привлекает именно цвет, но только определенная цветовая палитра сможет побудить его приобрести данную продукцию, ведь есть те оттенки, которые способны оттолкнуть потенциального потребителя, даже если этот продукт его устраивает по всем другим критериям.

При создании визуальной оболочки какого-либо товара производитель должен брать во внимание гендерные предпочтения потребителей. Например, женщинам более импонируют мягкие цвета, а также синий, фиолетовый и зеленый, в то время, как серый, коричневый и оранжевый их раздражают.

Мужчин же более привлекают четкие цвета, но, помимо этого, их, как и женщин, привлекают синий и зеленый, а также черный [4].

Также стоит отметить, что нейронная активность у представительниц женского пола развита намного лучше, чем у мужчин, следовательно, они эмоциональнее реагируют на различные цвета.

Помимо гендерной принадлежности также необходимо учитывать и территориальное расположение, так как в различных странах привлекательность цветового сегмента отличается. Например, в России красный оттенок ассоциируется с высокой активностью, в США с любовью, в Китае с праздником.

Благодаря нейромаркетинговым исследованиям, были выявлены следующие интересные результаты, связанные с влиянием цветового сегмента на потребительский выбор. Зеленые и голубые оттенки намного эффективнее, чем красные в реализации большинства товарного сегмента. Эти цвета способны сильнее воздействовать на нейронное возбуждение в лобной доле мозга, вследствие чего у потребителя возникает желание приобрести что-то данного цвета. Красный в свою очередь воздействует на затылочную и височную долю мозга, что свидетельствует о сильном эмоциональном возбуждении [1].

Насколько эффективен визуальный канал восприятия для современного производителя можно проанализировать на практике известных брендов, которые смогли не только расширить свою аудиторию, воспользовавшись различными исследованиями, но и сделать себя более узнаваемыми на рынке товаров и услуг.

Яркими примерами, успешных компаний, которые в своей практике применяют данные стратегии, являются Laus и Coca-Cola. Успешность представленных брендов неоспорима, ведь большая часть населения хоть раз в жизни пробовала их продукцию.

Знаменитый напиток Coca-Cola, в своём бренде отдаёт предпочтение исключительно красным тонам, который способен побудить потребителя его приобрести, ведь данный напиток сможет не только утолить его жажду, но и наполнить его энергией на весь оставшийся день. Популярность данного прохладительного напитка на рыночном сегменте отражена на рисунке 1. 44% опрошенных отдадут свое предпочтение именно Coca-Cola ведь, по их словам, это один из самых лучших напитков, способных не только утолить жажду, но и поднять настроение.

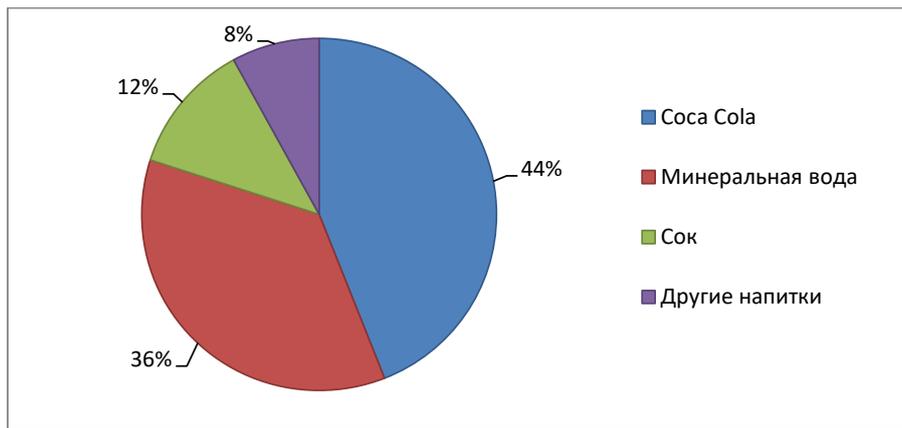


Рис. 1. Популярность прохладительных напитков на мировом рынке

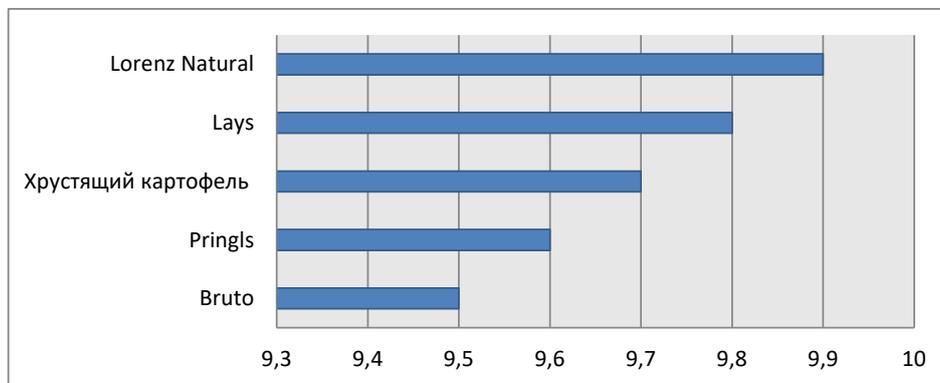


Рис. 2. Популярные компании по производству чипсов на 2020 год

Компания Lays в своем логотипе также использует исключительно кричащие цвета – это желтый и красный, при виде которых у потребителя начинает возникать чувство и желание приобрести данную продукцию. Также стоит отметить, что именно данная компания активно пользуется нейромаркетинговыми исследованиями для развития своего бренда, вследствие чего ей удалось выявить следующие закономерности: использование натуральных и матовых цветов, а также изображения полезных продуктов на упаковках чипсов, способно оттолкнуть потребителя. Вследствие чего Lays в своем дизайне использует блестящую упаковку с ярким изображением жареных чипсов [5].

Популярность данной компании среди всех производителей чипсов можно проанализировать на рисунке 2. Компания Lays занимает второе место среди всего товарного сегмента, реализуемого на европейском рынке. Также стоит отметить, что из всех представленных брендов именно у данной

компании отсутствует какие-либо минусы, в то время как бренд Lorenz Natural, занимающий первое место является одним из самых дорогих продуктов, следовательно, Lays является более предпочтительным [8].

Перейдем к рассмотрению влияния через обонятельный канал. В жизни любого человека именно он играет ключевую роль в большинстве процессов жизнедеятельности.

В обыденной жизни человек способен улавливать тысячи ароматов, большинство которых ему могут быть неизвестны, но он способен ассоциировать их подсознательно с помощью схожих запахов, встречающихся в его обыденные дни. Также стоит отметить, что запах способен сохраняться в человеческом мозге на очень долгий срок, следовательно, при воспоминании различных ароматов в мозге человека происходит эмоциональное возбуждение, если этот аромат вызывает приятные ощущения, и чувство отвращения, если ассоциация с ним отрицательная.

Венский институт функциональной топографии головного мозга имени Людвига Больцмана изучал влияние различных запахов на потребительские реакции. В испытании принимали участие 20 испытуемых, 10 из которых были представительницами женского пола, и 10 мужского. Всем участвующим в испытании было предложено просмотреть 600 картинок под воздействием определенных ароматов и описать своё впечатление от увиденного.

Все представленные изображения были разделены на пять категорий: эротика, дети, страхи, цветы и отвращение. Ароматы подразделялись на три категории – нейтральный, при котором человек не будет испытывать каких-либо эмоций, аромат роз и запах тухлых яиц. Результаты эксперимента отслеживались с помощью магнитной энцефалографии (МЭГ) для точности результата, но при этом испытуемый должен был оценить каждую фотографию по пятибалльной шкале [1].

По результатам испытания были выявлены следующие факты:

1. Запах способен оказывать сильное влияние на эмоциональное состояние потребителя, но, несмотря на это, характер его воздействия остается неизвестным, так как оно зависит от множества факторов извне;

2. Если испытуемому был представлен негативный визуальный раздражитель, то даже приятный аромат не мог положительно повлиять на эмоциональное состояние, а, наоборот, усиливал эффект от увиденного;

3. Большинство отрицательных иллюстраций несли в себе визуальное раздражение намного сильнее, чем обонятельное;

4. Нейронная система представительниц женского пола намного активнее реагирует на запахи, чем мужская, в то время как мужчины более восприимчивы к визуальным раздражителям;

Из данного исследования следует, что приятные запахи не способны сгладить неприятные эмоции у потребителя при выборе непривлекательной для него продукции. В то же время, позитивные визуальные раздражители способны оказывать положительный эффект в сочетании с ароматами, но только в тех случаях, когда изображение соответствует сопутствующему запаху, например, аромат кофе, запах свежей выпечки и тому подобное.

Отличительным примером воздействия обонятельного канала на принятие решения потребителем приобрести тот или иной товар может служить эксперимент, проводимый исследовательской базой «Дегустатор», находящейся в Екатеринбурге.

Для эксперимента были взяты несколько сетевых магазинов, в которых присутствовала продукция плавленого сыра «Весёлый молочник». На протяжении трёх дней в выбранных точках были установлены идентичные дегустационные стеллажи с данным товаром, но одна из них была оснащена источником аромата сливочного сыра «Чеддер». По истечению трёх дней, были выявлены следующие результаты, которые отражены на рисунке 3.

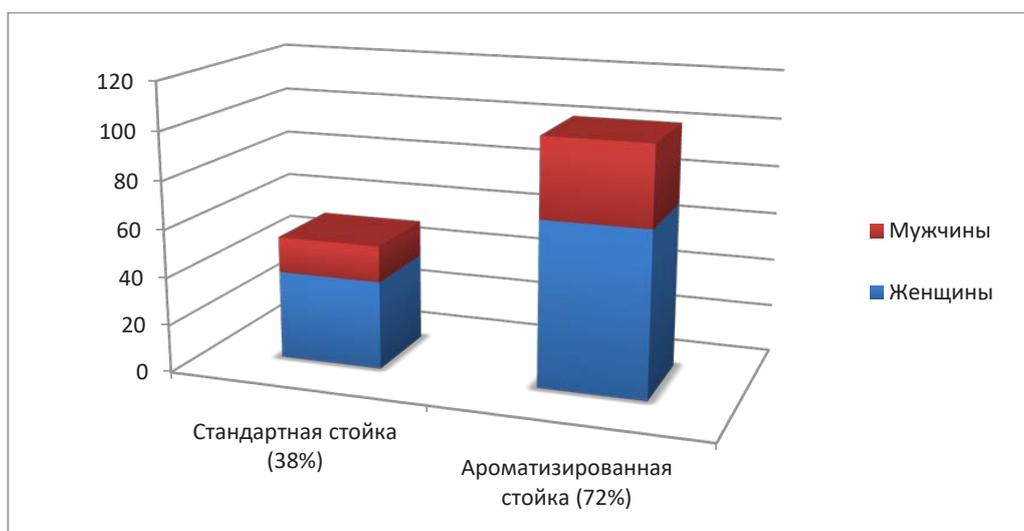


Рис. 3. Популярность сыра марки «Веселый молочник» на различных стойках

Товар, находящийся на дегустационной точке, оснащённой источником аромата, вызвал у потребителей гораздо больший интерес и приобретался практически в два раза чаще, чем та же продукция, находящаяся на дегустационных точках, не обладающих влиянием на обонятельный канал благодаря аромату сыра «Чеддер».

Стоит отметить, что покупатели не ассоциировали приобретённую продукцию с ароматом сливочного сыра «Чеддер», который они ощущали около стеллажа, но именно он смог побудить потребителя приобретать данную продукцию. Также представительницы женского пола более чувствительны к различным ароматам (67,7%), чем мужчины (32,4%) [3].

Проанализировав данные представленные на рисунке 3, можно отметить следующее: стандартную стойку посетило 52 покупателя, 37 из которых женщины, а 15 мужчины, ароматизированная смогла привлечь 102 дегустатора, из них 69 женщин и 33 мужчины. Доля купивших данную продукцию на обычной стойке составила 38%, а с помощью, ароматизированной удалось увеличить процент купивших данный товар вплоть до 72%.

Следовательно, представленный эксперимент доказывает, что прямая ассоциация аромата и товара способна привлечь покупателя и побудить его приобрести данный товар.

Следующим каналом анализа в нейромаркетинговых исследованиях будет слуховой. Слуховой канал является одним из самых сложных, ведь у каждого индивида присутствует свой музыкальный вкус, который осложняет процесс воздействия на потребителя. Кто-то предпочитает спокойные и расслабляющие мелодии, а чей-то темп и ритм предпочитаемой музыки подобен биению сердца.

Несмотря на это, звуковой канал является таким же эффективным, как зрительный и обонятельный. Согласно мнению американского теоретика музыки Джеральда Левинсона, музыкальный язык является не менее эффективным, чем обыденный человеческий, которым мы пользуемся каждый день. Любая музыка, которую услышал тот или иной человек, способна нести в себе наиболее мощный эмоциональный заряд, чем обычный разговор между собеседниками, будь эти эмоции положительными или отрицательными [10].

Эмоции, испытываемые при прослушивании каких-либо мелодий, можно разделить на два вида – воспринимаемые и прочувствованные. Стоит отметить, что влияние оказывается даже в тех случаях, если композиция была услышана впервые. Большинство людей при выполнении какой-то несложной работы, игре в видео игры, листании ленты в социальной сети и тому подобному часто на фоне включают различные мелодии, однако стоит учитывать, что звук не должен быть громким в том случае, если осуществляется умственная деятельность. Когда присутствует высокий уровень шума, мозг человека становится слишком перегруженным, ведь ему приходится обрабатывать всю информацию в его окружении. Именно поэтому в большинстве общественных мест можно слышать спокойную негромкую мелодию, которая способна привлечь потенциальных потребителей.

Из этого следует, что единой мелодии для привлечения потенциальных потребителей и оказания влияния на их предпочтения к каким-либо товарам и услугам нет. Но научно доказано, что эффективным мотиватором к совершению покупок является фоновая музыка, которая по своему звучанию является легкой, приятной и не обременяющей на совершение каких-либо действий.

Стоит отметить, что для магазина молодежной одежды и массажных салонов нельзя включать одинаковую музыку. Так, для магазина одежды характерны новомодные мелодии, которые находятся на лидирующих строчках в хит парадах, а в массажных салонах принято включать звуки природы, которые способны расслабить своих клиентов. Следовательно, это относится к любой категории магазинов, которые предоставляют какие-либо услуги своим клиентам.

Примерами эффективного воздействия мелодий на покупательское решение потребителя могут служить следующие эксперименты [9].

Первый эксперимент происходил в винном магазине, специализирующемся на сортах винограда из различных стран. Суть эксперимента заключалась в том, как покупатель поведет себя при включении французской и немецкой мелодии, изменятся ли его привычные предпочтения в напитке или нет. Как только потребитель слышал фран-

цузскую или немецкую мелодию, то он приобрел именно то вино, которое относилось к этой стране. Следовательно, мелодия способна побудить потребителя покупать именно тот товар, который хочет продать продавец или производитель.

В 2005 году психологи Оксфордского университета решили провести эксперимент, касающийся влияния звука на активность покупателя. На протяжении недели в супермаркете включались различные мелодии и фиксировались результаты потребительского поведения. По окончании эксперимента были выявленные следующие результаты: спокойная и расслабляющая музыка способна задержать посетителя в магазине, все покупки совершаются неторопливо и постепенно, в результате чего уровень продаж смог увеличиться на 38%. Быстрая музыка побуждала потребителя увеличивать темп в выборе необходимых ему товаров и услуг.

Также было выявлено, что ритмичные мелодии характерны для заведений быстрого питания. Примером может служить McDonalds, музыка в котором подбирается в зависимости от количества посетителей в зале, с целью разгрузки обеденного зала для других потенциальных клиентов.

Дальнейшим каналом исследования влияния нейромаркетинга на поведенческие реакции потребителя будет вкусовой. Данный способ можно использовать в двух направлениях – дать потребителю уже имеющийся продукт или дорабатывать его до идеала.

В современной практике чаще всего выбирают первый способ, так как он является менее затратным на сегодняшний день. Примерами могут служить любые дегустационные столы, где потенциальный покупатель сможет попробовать и приобрести понравившийся ему продукт.

Доработка продукции является одним из самых затратных не только в денежном эквиваленте, но и во временном, из-за этого в современной практике производители все чаще прибегают к методу пищевых добавок, способных вызывать привыкание у потребителей, примером может служить глутамат натрия.

Заключительным каналом восприятия потребителей, побуждающим их к приобретению различных товаров, будет тактильный. Тактильные ощущения в настоящее

время являются актуальными не для всех магазинов, так как большинство из них начали распространять свою продукцию через интернет-платформы, где потребитель вначале должен приобрести товар, а только потом он сможет его потрогать.

Но, несмотря на это, остались те товары и услуги, которые потребитель вначале предпочтет потрогать, а только потом приобрести, если он ему понравился. В автомагистралях канал тактильного ощущения является очень эффективным, ведь покупка автомобиля является одним из самых затратных приобретений, и в этот момент в голове покупателя возникает множество сомнений. Для того, чтобы убедить покупателя, что именно данный товар ему необходим, консультант предлагает потребителю прокатиться на том автомобиле, который ему приглянулся, вследствие чего он сможет ощутить себя, хотя бы и на время, владельцем авто престижной марки и развеять все свои сомнения.

Также при выборе мебели консультанты предлагают не только пощупать материалы, но посидеть и даже полежать на их товарах, чтобы человек смог ощутить блаженство от данного действия и захотел его приобрести.

Фитнес-клубы в своей практике применяют следующий способ. Любому потенциальному клиенту предлагают совершить бесплатное первое посещение зала, чтобы он смог не только на картинках увидеть, что именно там находится, но и самому потрогать, ощутить все тренажеры.

### Заключение

Проведя подробный анализ результатов применения нейромаркетинговых приемов, влияющих на реакции потребителей при выборе тех или иных товаров, представленных на рынках, было выявлено, что на сегодняшний день данные методы воздействия на поведение потребителей являются одними из самых эффективных.

Все анализируемые каналы воздействия, исследуемые нейромаркетингом, смогли не только увеличить прибыль с помощью продаж, но и сделать бренд одним из самых узнаваемых. Примерами могут служить компании Lays и Coca-Cola, которые являются лидерами среди производителей аналогичной продукции.

*Библиографический список*

1. Арндт Трайндл. Нейромаркетинг: Визуализация эмоций. 2007. 110 с.
2. Влияние рекламы на человека: исследования Мартина Линдстрема. [Электронный ресурс]. URL: <https://fertime.ru/vlijanie-reklamu-na-cheloveka/> (дата обращения: 08.05.2021).
3. Маркетинг и обоняние. [Электронный ресурс]. URL: <http://21biz.ru/marketing-i-obonyanie/> (дата обращения: 10.05.2021).
4. Медведева О.С., Левкина В.Н. Цвет как один из механизмов воздействия на выбор покупателя // Вестник алтайской академии экономики и права. 2020. № 12. С. 564-570.
5. Нейромаркетинг, или Как завладеть мозгом покупателя. [Электронный ресурс]. URL: <https://texterra.ru/blog/neuromarketing-ili-kak-zavladet-mozgom-pokupatelya.html> (дата обращения: 08.05.2021).
6. Нейромаркетинг: как это работает на самом деле. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sostav.ru/publication/nejromarketing-kak-eto-rabotaet-na-samom-dele-23553.html> (дата обращения: 05.05.2021).
7. Нейромаркетинг: методы, примеры и книги. [Электронный ресурс]. URL: <https://surgay.ru/blog/neuromarketing/> (дата обращения: 05.05.2021).
8. Похрустим? Топ-рейтинг лучших производителей чипсов в 2020 году. [Электронный ресурс]. URL: <https://zuzako.com/rejting-luchshih-proizvoditeley-chipsov/#lorenz-naturals> (дата обращения: 30.05.2021).
9. Звуковой дизайн нейромаркетинга как инструмент воздействия на потребителя. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.neiromarketing.ru/articles/106.htm> (дата обращения: 14.05.2021).
10. 8 фактов о влиянии музыки на работу головного мозга. [Электронный ресурс]. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2013/11/29/8-faktov-o-vliyanii-muzyki-na-rabotu-golovnogo-mozga/> (дата обращения: 14.05.2021).

УДК 336.22

***А. В. Минаков***

ФГКОУ ВО «Московский университет МВД Российской Федерации  
имени В.Я. Кикотя, Москва, e-mail: minakov-info@yandex.ru

***Л. Н. Иванова***

ФГКОУ ВО «Московский университет МВД Российской Федерации  
имени В.Я. Кикотя, Москва, e-mail: nxt@yandex.ru

## **ОЦЕНКА УГРОЗ В ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ СФЕРЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ**

**Ключевые слова:** демографическая ситуация, демографическое развитие, экономическая безопасность, рождаемость и смертность, демографические угрозы.

В статье рассматриваются угрозы в демографической сфере России, влияние их на экономическую безопасность страны в целом. Демография является важным элементом экономической безопасности страны, так как проблемы в данной сфере могут иметь серьезные последствия. Демографические изменения влияют на базовые темпы роста экономики, рост структурной производительности, уровень жизни населения, уровень сбережений, потребление и инвестиции; он может влиять на уровень долгосрочной безработицы и процентную ставку, тенденции рынка жилья и спрос на финансовые активы. Наиболее серьезной угрозой, связанной с экономической безопасностью страны является то, что при изменении структуры населения по мере сокращения трудовых ресурсов (сокращение численности населения и старение населения) и увеличения расходов на социальное обеспечение нуждающихся граждан, экономика может замедлиться. Россия на данном этапе испытывает проблемы в демографической сфере, что снижает уровень экономической безопасности. В связи с чем, поиск путей улучшения демографических процессов в РФ является актуальной темой. Цель статьи – изучение основных тенденций в демографической сфере РФ и их влияния на экономическую безопасность страны. К ведущим методам исследования проблемы статьи можно отнести анализ теоретических источников, анализ показателей статистики, сравнение. В статье были проанализированы демографические процессы в РФ, сделан вывод, что наметилась тенденция снижения рождаемости в РФ, численности населения, рост смертности, снижение миграции, что снижает уровень экономической безопасности в стране. В связи с чем, необходимо принятие эффективных мер по повышению уровня и качества жизни населения РФ.

***A. V. Minakov***

V. Ya. Kikotya Moscow University of the Ministry of Internal Affairs  
of the Russian Federation, Moscow, e-mail: minakov-info@yandex.ru

***L. N. Ivanova***

V. Ya. Kikotya Moscow University of the Ministry of Internal Affairs  
of the Russian Federation, Moscow, e-mail: nxt@yandex.ru

## **ASSESSMENT OF DEMOGRAPHIC THREATS AND THEIR IMPACT ON THE COUNTRY'S ECONOMIC SECURITY**

**Keywords:** demographic situation, demographic development, economic security, fertility and mortality, demographic threats.

The article examines the threats in the demographic sphere of Russia, their impact on the economic security of the country as a whole. Demography is an important element of the country's economic security, since problems in this area can have serious consequences. Demographic changes affect basic economic growth rates, structural productivity growth, living standards of the population, savings rates, consumption and investment; it can affect long-term unemployment and interest rates, housing market trends, and demand for financial assets. The most serious threat to the country's economic security is that if the structure of the population changes as the workforce shrinks (population decline and population aging) and increases in social security spending for citizens in need, the economy may slow down. Russia at this stage is experiencing problems in the demographic sphere, which reduces the level of economic security. In this connection, the search for ways to improve the demographic processes in the Russian Federation is an urgent topic. The purpose of the article is to study the main trends in the demographic sphere of the Russian Federation and their impact on the economic security of the country. The leading methods of researching the problem of the article include the analysis of theoretical sources, analysis of statistical indicators, comparison. The article analyzes the demographic processes in the Russian Federation, it is concluded that there has been a trend towards a decrease in the birth rate in the Russian Federation, the population, an increase in mortality, a decrease in migration, which reduces the level of economic security in the country. In this connection, it is necessary to take effective measures to improve the level and quality of life of the population of the Russian Federation.

### Введение

Демографическая ситуация является важным фактором развития любой страны, поскольку проблемы в этой сфере могут существенно повлиять на экономику в целом, рынок труда, пенсионную систему, социальную сферу в любой стране. Рождаемость, смертность, демографические изменения, состав общества, старение и миграция важны для понимания того, как наиболее эффективно и рационально государство должно использовать ограниченные ресурсы с точки зрения экономики.

В последние годы демографические процессы вызывают повышенный интерес ученых в РФ, так как с одной стороны в стране уровень рождаемости ниже уровня воспроизводства, с другой стороны ожидаемая продолжительность жизни значительно выросла и продолжает расти – явление, которое называют «старением общества». Все это влияет на сокращение в стране трудовых ресурсов, что является угрозой экономической безопасности. Поэтому важное значение имеет решение демографических проблем в РФ.

Многими авторами рассматриваются угрозы в демографической сфере. Теоретическую основу статьи составляют фундаментальные разработки по исследуемой теме, которые были представлены в трудах отечественных и зарубежных авторов, таких как М.А. Клупт, А.А. Саякбаева, С.К. Омурова, L.J. Mester, J.Kim, D. E. Bloom и др. Однако, в литературе нет актуальных исследований влияния демографических угроз на экономическую безопасность страны, которые будут раскрыты в данной статье.

**Целью** статьи является анализ основных тенденций в демографической сфере РФ. Для достижения данной цели необходимо изучить теоретические аспекты демографических процессов, провести анализ демографических показателей РФ за последние годы, выявить проблемы и сделать выводы по решению данных проблем.

### Материал и методы исследования

К ведущим методам исследования проблемы статьи можно отнести анализ теоретических источников, анализ показателей статистики, сравнение. Основным методом, применяемый при анализе демографических показателей РФ – анализ статистических показателей. В России Федеральная служба государственной статистики отвечает за сбор и публика-

цию в открытых источниках статистических данных о демографии. Для анализа демографической сферы РФ, автором выбраны следующие показатели: динамика численности населения, динамика рождаемости и смертности, естественного прироста и убыли населения в разрезе федеральных округов, динамика международной миграции, динамика числа беженцев, вынужденных переселенцев и лиц, получивших временное убежище, динамика миграционного прироста населения в разрезе федеральных округов, динамика структуры населения, динамика браков и разводов, ожидаемая продолжительность жизни при рождении в РФ, развитых странах и странах с высоким доходом.

При этом для анализа отдельных показателей необходимо исследовать данные за последние два-три года.

Исследование проблемы проводилось в три этапа: на первом этапе осуществлялся теоретический анализ вопросов, связанных с угрозами в демографической сфере; на втором этапе проведено изучение выбранных показателей в динамике; на третьем этапе были сделаны обобщающие выводы относительно демографических процессов в РФ.

### Результаты исследования и их обсуждение

А.А. Саякбаева и С.К. Омурова под экономической безопасностью понимают состояние удовлетворенности в материальных благах жизненно важных потребностей населения государства [1, с. 217]. В связи с тем, что население – основа любой страны, демографический фактор – один из ключевых в вопросе обеспечения экономической безопасности страны [2, с. 125].

Демография исследует численность населения, состав, пространственное распределение и изменения в популяции, происходящие с течением времени. Население никогда не бывает статичным, оно растет или сокращается в результате взаимодействия рождаемости, смертности, миграции. Понимание причин и последствий демографической динамики населения, ее прогноз позволяют принимать правильные решения при управлении социально-экономическим развитием территорий [3, с. 99].

На демографические процессы влияют экономические потрясения, политические события, такие как начало и окончание войн и кризисы управления, изменение мировоззрения (например, одной из причин сниже-

ния рождаемости является то, что граждане отказываются от детей из-за того, что предпочитают карьерный рост и материальное благополучие [4, с. 194]).

К демографическим угрозам относятся: депопуляция; деградация института семьи; нерегулируемая миграция; старение населения [6, с. 116].

Влияние демографии на экономическую безопасность страны выражается в следующих трех основных аспектах, рассматриваемых разными исследователями.

Во-первых, демографическая ситуация существенно влияет на предложение рабочей силы: по мере снижения уровня смертности, увеличения продолжительности жизни людей, повышения экономической активности предложение рабочей силы увеличивается. Рост рабочей силы и производительности труда приводят к росту экономики, хоть и не всегда. Если при существенном росте населения квалификация его низка, либо не создаются в достаточной мере рабочие места – этот рост скорее во вред экономике, отчего в некоторых странах его ограничивают (например, в Китае) [7].

Во-вторых, демография оказывает влияние на потребление населением товаров и услуг, в том числе и на импортозамещение, в связи с влиянием на формирование спроса по секторам отечественного и импортного продовольствия [8, с. 215].

В-третьих, снижение числа трудоспособного населения приводит к более высоким ставкам как налогов, так и социальных страховых взносов (чтобы обеспечивать социальные выплаты, пенсионные выплаты). В итоге, при росте ставок растет себестоимость товаров и услуг, снижается конкурентоспособность отечественной продукции, а высокие ставки налогов снижают стимул к работе и, соответственно, замедляют рост экономики [9].

Помимо этого, можно отметить и влияние проблем в демографической сфере на структуру общества: при нехватке рабочих рук стране приходится наращивать миграционный прирост за счет трудовых мигрантов из других стран, что замещает коренное население на некоренное, может вызвать межкультурные, межэтнические проблемы межнациональную напряженность, что актуально сейчас, в частности, для крупнейших и наиболее развитых российских регионов (Москва, Московская область, Санкт-Петербург) [14].

Именно поэтому демографические проблемы необходимо решать, выстраивать государственную демографическую политику. Демографическая политика направлена на регулирование и стимулирование естественного и миграционного прироста, продолжительности жизни населения, с учетом необходимости повышения качества жизни. Для решения демографических проблем государство использует социальные эксперименты и различные политические средства [5, с. 310]. В частности, в Российской Федерации реализуется национальный проект «Демография», в который включены 5 федеральных проектов (ФП): «Финансовая поддержка семей при рождении детей», «Содействие занятости», «Старшее поколение», «Укрепление общественного здоровья», «Спорт – норма жизни» [15]. Целью данного проекта является не только увеличение естественного прироста населения, но и обеспечение рабочими местами, обеспечения местами в детских садах семей, финансовую и иную поддержку семей, рост здоровья, развитие здорового образа жизни и качества жизни людей. Он рассчитан на период 2018-2024 гг., предполагает 4637,8 трлн рублей на реализацию (в т.ч. 4468,9 трлн руб. – из федерального бюджета).

В целом же, для улучшения демографических показателей важно добиться увеличения доли наиболее продуктивных возрастных групп и снижения доли населения, не способного работать [10]. Для смягчения последствий старения населения и продления здоровых лет жизни людей необходимо развивать медицину, разрабатывать новые лекарства, замедляющие процесс старения и продлевающие здоровые годы жизни людей, создавать новые модели медицинского обслуживания на дому [11].

Для увеличения естественного прироста населения важно повышать качество жизни населения, для чего требуются значительные демографические и экономико-политические ресурсы [12, с. 30].

Для совершенствования миграционных процессов необходимо создавать условия для современного и комфортного проживания, снижать социальную напряженность [13, с. 48].

Рассмотрим динамику численности населения РФ за 2019-20208 гг. на рисунке 1.

Население России по данным на 1 января 2021 года составляло 146,2 млн человек. За 2020 г. произошло снижение общей чис-

ленности населения страны на 0,4%. Проанализируем причины снижения численности населения РФ. Рассмотрим коэффициенты рождаемости и смертности за последние 2 года в РФ на рисунке 2.

За 2020 г. произошло снижение показателя рождаемости на 0,3 п.п. и рост показателя смертности на 2,2 п.п. Рост смертности обусловлен распространением коронавирусной инфекции, а также тем, что людям, в условиях ограничений, связанных с пандемией стало намного труднее получать медицинскую помощь. Главной причиной падения рождаемости можно назвать уменьшение в России числа женщин детородного возраста. Кроме этого, на показатель рождаемости негативное влияние оказало сокращение доходов, рост безработицы, неуверенность в завтрашнем дне, неопределенность, атмосфера страха среди населения.

Одной из главных демографических проблем в РФ остается естественная убыль населения, которая в 2019 г. составляла 2,2 чел. на 1000 чел. населения, а в 2020 г. выросла до 4,7 чел. на 1000 человека населения. Динамику естественного прироста и убыли населения в разрезе федеральных округов рассмотрим на рисунке 3.

Население сокращалось в 2019-2020 гг. во всех федеральных округах РФ, за исключением Северо-Кавказского ФО. По всем округам заметно ухудшение показателя.

Рассмотрим показатели по миграции на рисунке 4.

Из-за запретов и ограничений миграционный прирост в 2020 г. снизился.

Динамику беженцев, вынужденных переселенцев и лиц, получивших временное убежище, наглядно представим на рисунке 5.

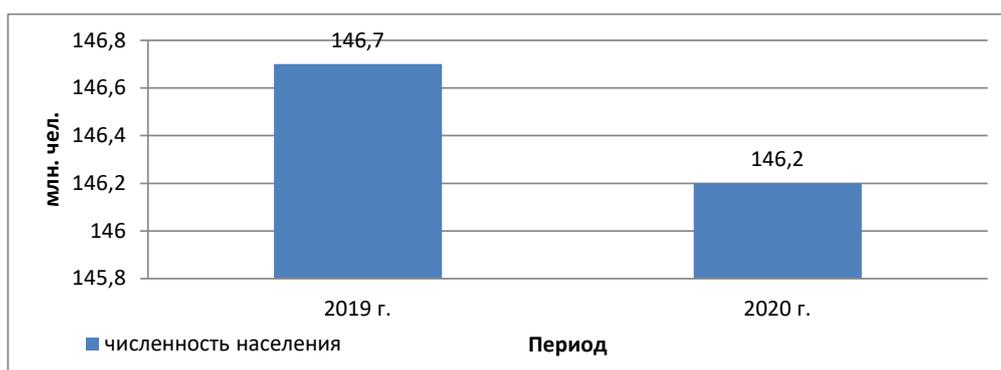


Рис. 1. Динамика численности населения РФ за 2019-2020 гг., млн чел. [16]

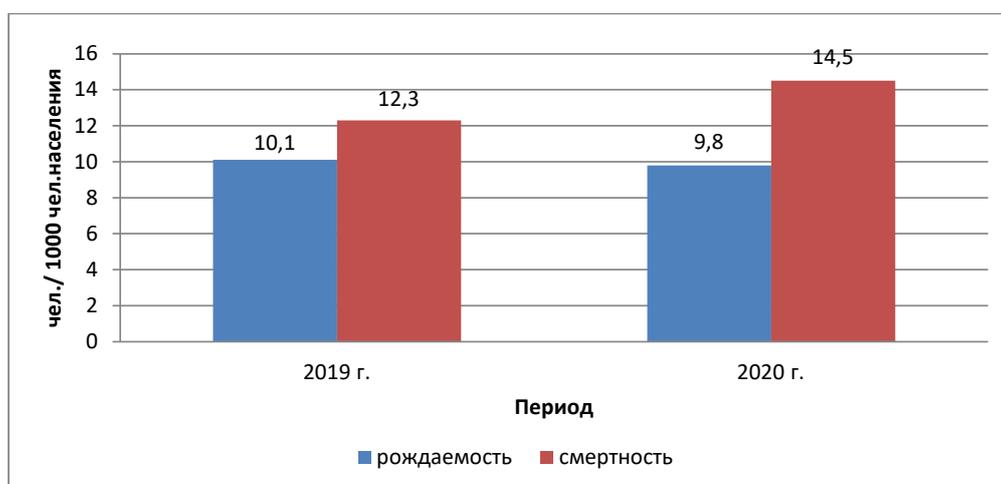


Рис. 2. Динамика рождаемости и смертности в РФ за 2019-2020 гг., чел./1000 чел. населения страны [16]

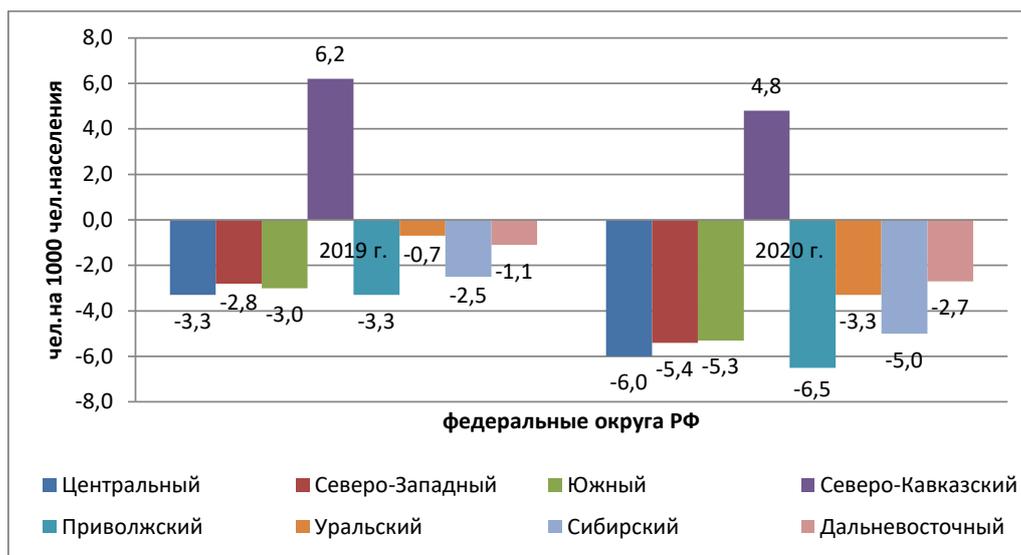


Рис. 3. Динамика естественного прироста и убыли населения в разрезе федеральных округов РФ за 2019-2020 гг., чел./1000 чел. населения страны [16]

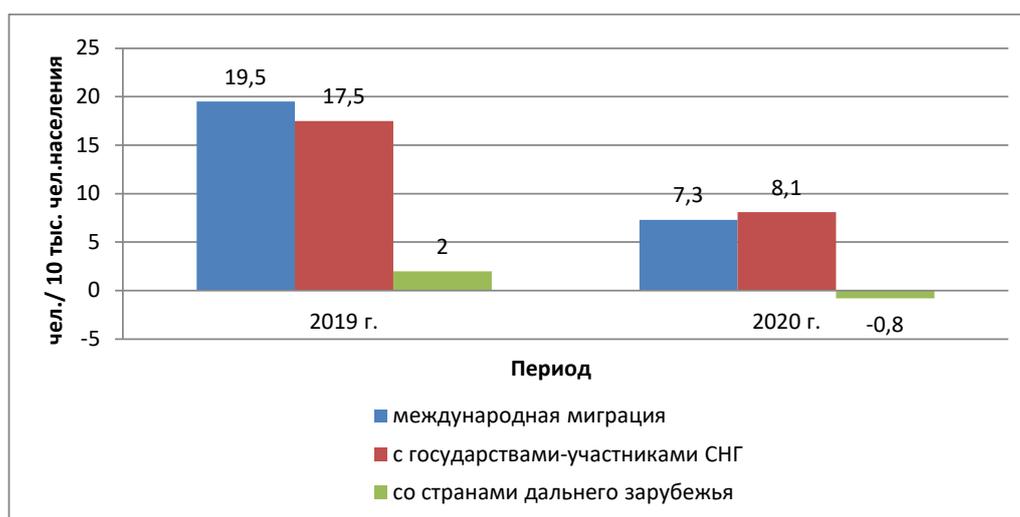


Рис. 4. Динамика международной миграции в РФ в 2019-2020 гг., чел./10 тыс. чел. населения [16]



Рис. 5. Динамика беженцев, вынужденных переселенцев и лиц, получивших временное убежище в РФ в 2019-2020 гг., чел. [16]

Из-за пандемии на 6,6% сократилось число беженцев в 2020 г., на 52,8% – число вынужденных переселенцев и лиц, получивших временное убежище.

Динамику миграционного прироста населения в разрезе федеральных округов рассмотрим на рисунке 6.

В 2020 г. снизился миграционный прирост в Центральном ФО, Южном ФО, СЗФО, вырос в Уральском ФО. Миграционный отток зафиксирован в 2020 г. в При-

волжском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах, хотя его значение за год снилось. В Северо-Кавказском ФО в 2020 г. ситуация улучшилась и был отмечен миграционный приток – 2 тыс. чел., тогда как в 2019 г. в данном федеральном округе был зафиксирован отток – 9 тыс. чел.

Изменение структуры населения РФ в 2018-2020 гг. представим на рисунке 7 (данные за 2021 г. на момент написания статьи в официальных источниках отсутствовали).

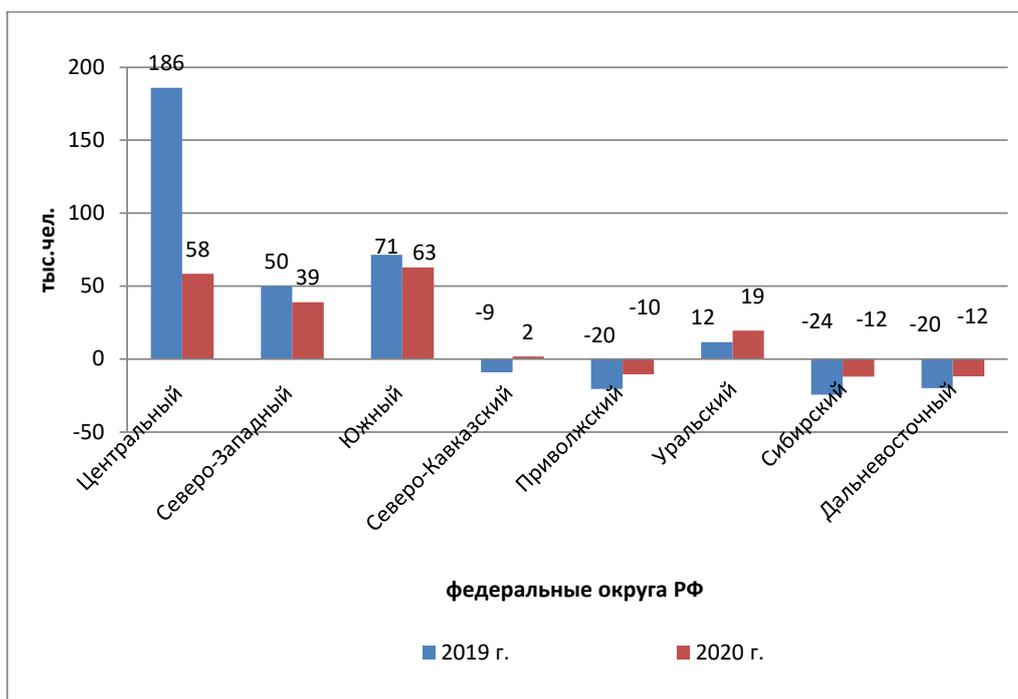


Рис. 6. Динамика миграционного прироста населения в разрезе федеральных округов РФ в 2019-2020 гг., тыс. чел. [16]

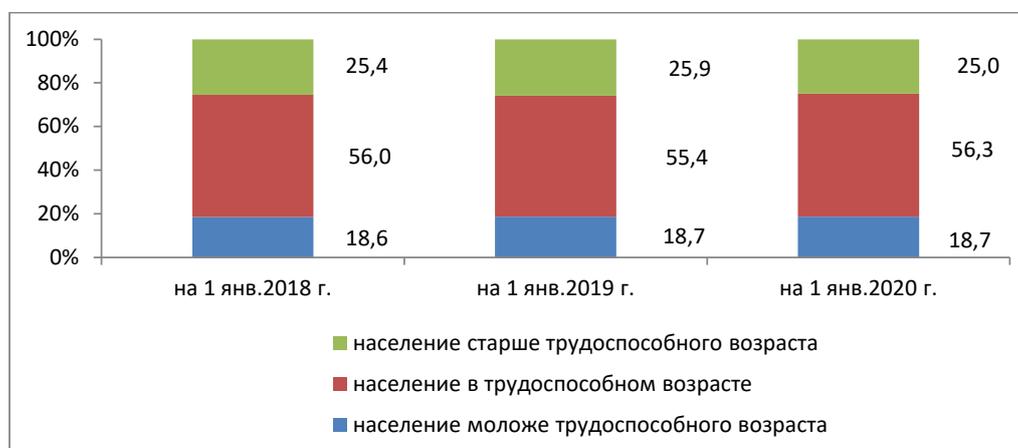


Рис. 7. Динамика структуры населения РФ в 2018-2020 гг., % [16]

Наибольшая группа населения РФ – это население в трудоспособном возрасте – больше половины. В 2018 г. доля данной группы снижалась, а в 2020 г. – увеличилась и превысила показатель 2017 г. Рост численности данной группы очень важен для обеспечения экономической безопасности страны, так как в перспективе снижение населения трудоспособного возраста может негативно сказаться на рынке труда и привести к дефициту социальных расходов бюджета. Конечно, это незначительное изменение показателя, но важна сама тенденция хоть медленного, но улучшения.

Динамику браков и разводов в РФ представим на рисунке 8.

2020 г. снизилось как число браков, так и число разводов. Негативные тенденции фиксируются в показателях брачности: число разводов в 2019 г. составило 65% от числа за-

ключенных браков, а в 2020 г. эта цифра выросла до 73%. Динамику браков по федеральным округам РФ представим на рисунке 9.

Наилучшие показатели по количеству заключенных браков зафиксированы в Северо-Западном ФО и Дальневосточном ФО. По всем округам в 2020 г. произошло снижение показателя.

Динамику разводов по федеральным округам РФ представим на рисунке 10.

Наихудшие показатели по количеству разводов зафиксированы в Уральском ФО и Дальневосточном ФО. По всем округам в 2020 г. произошло снижение показателя, кроме Приволжского ФО, где показатель в 2020 г. остался на уровне 2019 г.

Рассмотрим ожидаемую продолжительность жизни при рождении в РФ в 2019-2020 гг. и сравним с развитыми странами и странами с высоким доходом на рисунке 11.

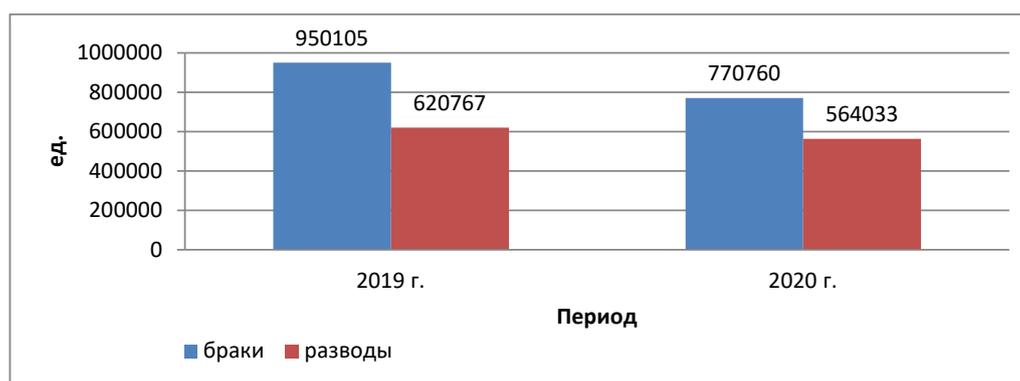


Рис. 8. Динамика браков и разводов в РФ в 2019-2020 гг., ед. [16]

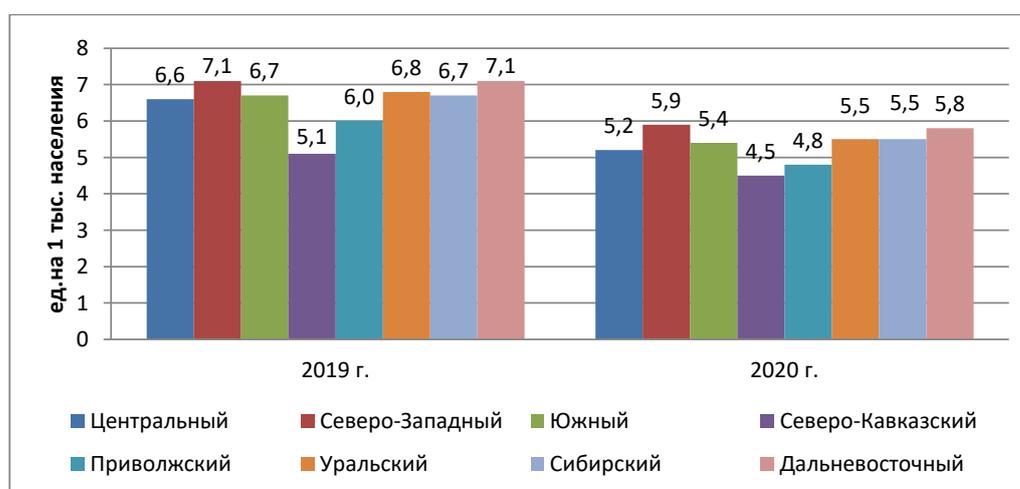


Рис. 9. Динамика браков в разрезе федеральных округов РФ в 2019-2020 гг., ед. на 1 тыс. населения [16]

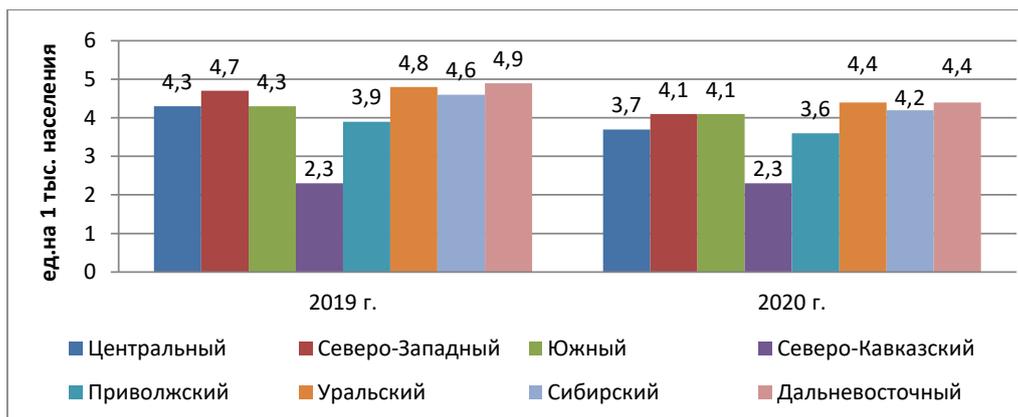


Рис. 10. Динамика разводов в разрезе федеральных округов РФ в 2019-2020 гг., ед. на 1 тыс. населения [16]

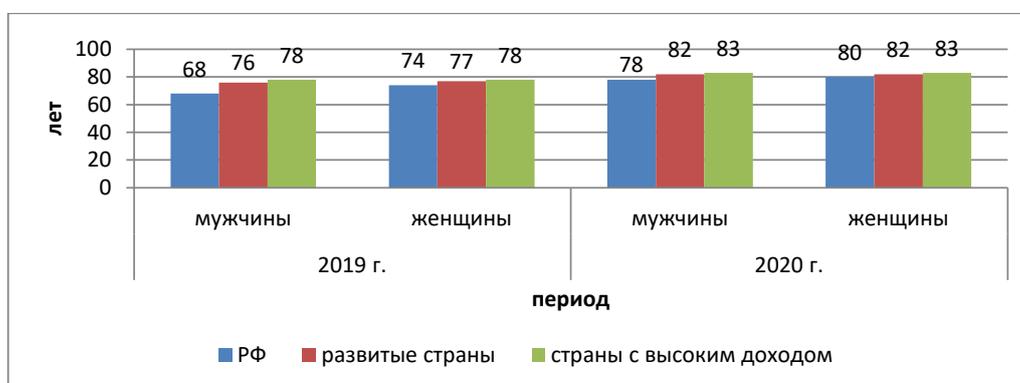


Рис. 11. Динамика ожидаемой продолжительности жизни при рождении в РФ, развитых странах и странах с высоким доходом в 2019-2020 гг., лет [17]

По данным Института демографии имени А.Г. Вишневого в РФ продолжительность жизни при рождении ниже, чем в развитых странах и странах с высоким доходом, хотя за 2020 г. показатель вырос как среди женщин, так и среди мужчин.

Проведя анализ демографических процессов в РФ, можно сделать ряд выводов. Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на демографическое развитие страны: снизилась численность населения, рождаемость, сократилось количество браков, выросла смертность. Миграция между странами значительно сократилась, поскольку главной целью стран было сократить личные контакты населения и приостановка распространения коронавируса. Было выявлено также отставание РФ от развитых стран по показателю «продолжительность жизни».

Подытоживая вышеизложенное, следует отметить, что необходимы дальнейшие исследования демографических процессов в РФ. В настоящее время отдельные ученые

исследуют данный вопрос, однако остается мало изученными эффективные способы борьбы с демографическими проблемами (сокращение численности населения, рождаемости, рост числа разводов по отношению к числу браков). Наиболее перспективным направлением дальнейших исследований по теме статьи является изучение успешного опыта других стран с целью улучшения демографической ситуации в РФ, что позволит решить, какие механизмы необходимо применять в дальнейшем для решения демографических проблем.

### Заключение

Демографический фактор является одним из ключевых в вопросе обеспечения экономической безопасности страны. Демография – это наука о населении. Демографы стремятся понять динамику населения, исследуя три основных демографических процесса: рождение, миграцию и смертность.

В 2020 г. в РФ большинство демографических показателей ухудшилось: снизилась численность населения, рождаемость, сократилось количество браков, выросло отношение разводов к бракам, выростла смертность.

Последствия пандемии COVID-19 в России требуют принятия срочных мер в сфере

демографической и миграционной политики. Требуется улучшить законодательную базу, имеющую отношение к демографии, улучшить систему здравоохранения, стимулировать рост рождаемости и численности населения, улучшить жилищные условия для молодых семей, т.е. в целом повышать качество жизни населения.

*Библиографический список*

1. Саякбаева А.А., Омурова С.К. Некоторые теоретические аспекты экономической безопасности страны // Актуальные вопросы современной экономики. 2021. № 2. С. 217-225.
2. Ганзиков С.А. Влияние демографических процессов на экономическую безопасность Российской Федерации // Экономика, бизнес, инновации. 2019. С. 125-131.
3. Кучумов А.В., Печерица Е.В. Угрозы и риски демографической безопасности Российской Федерации // Техничко-технологические проблемы сервиса. 2020. №4. С. 116-122.
4. Mester L.J. Demographics and Their Implications for the Economy and Policy [Electronic resource]. URL: <https://www.clevelandfed.org> (дата обращения: 30.05.2021).
5. Муравьева М.В., Воротников И.Л. Демография и ее влияние на экономическую политику импортозамещения продовольствия // Наука и бизнес: пути развития. 2020. № 12. С. 215-217.
6. Kim J. The Effects of Demographic Change on GDP Growth in OECD Economies [Electronic resource]. URL: <https://www.federalreserve.gov> (дата обращения: 30.05.2021).
7. Kotschy R. et al. The demographic dividend is more than an education dividend // PNAS [Electronic resource]. URL: <https://www.pnas.org/content/117/42/25982> (дата обращения: 30.05.2021).
8. Bloom D.E. Population 2020 // Finance & Development [Electronic resource]. URL: <https://www.imf.org/external> (дата обращения: 30.05.2021).
9. Карпов Д.М. Актуальные демографические проблемы в России и пути их решения // Проблемы социальных и гуманитарных наук. 2020. №2. С. 194-199.
10. Рязанцев С.В. Демографическое развитие России: тенденции, прогнозы, меры. М.: ООО «Объединенная редакция», 2020. 156 с.
11. Клупт М.А. Демография на политической арене XX и XXI столетий. СПб.: СПбГЭУ, 2020. 303 с.
12. Яковлева Н.В., Вихорева М.В. Демографический аспект экономической безопасности региона // Известия Байкальского государственного университета. 2020. № 1. С. 30–39.
13. Городнова Н.В., Самарская Н.А. Повышение качества жизни населения в современных экономических условиях России // Дискуссия. 2019. №3. С. 48-58.
14. Гроздьга гнева: рейтинг межэтнической напряженности в регионах России: весна-осень 2014 // ЦИИСК. 2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://club-rf.ru/thegrapesofwrath/02/> (дата обращения: 30.05.2021).
15. Паспорт Национального проекта «Демография» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. N 16)) [Электронный ресурс] // Гарант. URL: <https://base.garant.ru/72158122/> (дата обращения 28.05.2021).
16. Социально-экономическое положение России – 2021 г. [Электронный ресурс]. URL: <https://gks.ru> (дата обращения: 30.05.2021).
17. Основные демографические показатели по всем странам мира в 2019-2020 гг. // Институт демографии имени А.Г. Вишневого [Электронный ресурс]. URL: [http://www.demoscope.ru/weekly/app/world2019\\_2.php](http://www.demoscope.ru/weekly/app/world2019_2.php) (дата обращения: 30.05.2021).

УДК 330.43

*Д. Г. Родионов*

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»,  
Санкт-Петербург, e-mail: drodionov@spbstu.ru

*Н. Д. Дмитриев*

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»,  
Санкт-Петербург, e-mail: ndmitriev1488@gmail.com

*Л. Э. Дубаневич*

НОЧУ ВО «Московский экономический институт», Москва,  
e-mail: ldubanevich@mail.ru

## ПОСТРОЕНИЕ ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, эконометрика, экономико-математическое моделирование, эконометрическая модель, прогнозирование устойчивости, промышленное предприятие.

Обеспечение устойчивого развития хозяйственной деятельности является актуальным направлением в экономической науке и бизнес-среде. Особенно высокая значимость поддержания стратегической устойчивости наблюдается в последнее время в связи с усиленным влиянием глобальных экстерналий, к которым можно отнести пандемию COVID-19, экологические катастрофы, макроэкономические дисбалансы, перенаселение и так далее. В таком контексте вызывает интерес поиск и изучение способов рационализации и стратегического поддержания устойчивого развития на всех уровнях управления. Одним из эффективных способов выявления ключевых факторов «влияния» на устойчивое положение предприятия является построение экономико-математических моделей, в частности путем использования эконометрического аппарата. В данной статье предлагается построить эконометрическую модель устойчивого развития на уровне предприятия, учитывая его участие в промышленном производстве. Для этого предлагается использовать методический аппарат, основанный на инструментарии стресс-тестирования, регрессионном анализе и экспертном моделировании. Ключевым ограничением данного подхода является классическая проблема неполноты информации. На основе полученных данных появляется возможность сформировать новые формы моделирования качественных зависимостей между показателем устойчивого развития и другими факторами, подконтрольными предприятию. В рамках исследования была также проведена упрощенная апробация данной модели на промышленном предприятии, что позволяет сделать справедливый вывод о жизнеспособности предложенного подхода.

*D. G. Rodionov*

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg,  
e-mail: drodionov@spbstu.ru

*N. D. Dmitriev*

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg,  
e-mail: ndmitriev1488@gmail.com

*L. E. Dubanevich*

Moscow Institute of Economics, Moscow, e-mail: ldubanevich@mail.ru

## THE ECONOMETRIC MODEL CONSTRUCTION OF INDUSTRIAL ENTERPRISE SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**Keywords:** sustainable development, econometrics, economic and mathematical modeling, econometric model, sustainability forecasting, industrial enterprise.

Ensuring the sustainable development of economic activity is an urgent area in economic science and the business environment. The importance of maintaining strategic sustainability has been particularly high recently due to the increased impact of global externalities, such as the COVID-19 pandemic, environmental disasters, macroeconomic imbalances, overpopulation, and so on. In this context, it is interesting to find and study ways to rationalize and strategically maintain sustainable development at all levels of government. One of the most effective ways to identify the key factors of “influence” on the sustainable position of the enterprise is the construction of economic and mathematical models, in particular by using the econometric

apparatus. This article proposes to build an econometric model of sustainable development at the enterprise level, taking into account its participation in industrial production. For this purpose, it is proposed to use a methodological apparatus based on the tools of stress testing, regression analysis and expert modeling. The key limitation of this approach is the classical problem of incomplete information. On the basis of the obtained data, it becomes possible to form new forms of modeling of qualitative dependencies between the indicator of sustainable development and other factors controlled by the enterprise. As part of the study, a simplified approbation of this model was also carried out at an industrial enterprise, which allows us to draw a fair conclusion about the viability of the proposed approach.

### Введение

Предпринимательский сектор претерпевает серьезные изменения, обусловленные ускоренным распространением глобализации и усилением макроэкономической нестабильности. Поддержание стратегической устойчивости многих предприятий находится в тесной взаимосвязи с аспектами хозяйственной деятельности и методами ведения бизнеса. На данный момент в экономической науке и бизнес-среде твердо закрепились принципы устойчивого развития, на базе которых должна строиться новая парадигма рыночных отношений. Без создания устойчивых условий функционирования невозможно повысить конкурентоспособность хозяйственной деятельности, особенно в условиях несистемных кризисов, свойственных российской экономике. В то же время высокий уровень неопределенности и недостаточная информационная оснащенность препятствуют развитию бизнес-субъектов на пути поддержания устойчивости [1-3].

Наиболее острая необходимость создания траекторий достижения устойчивого развития наблюдается в текущих условиях, что связано с усиленным влиянием глобальных экстерналий. В частности, непосредственное влияние на устойчивое развитие оказывают следующие угрозы «сегодняшнего дня»: пандемия COVID-19 поставила под угрозу экономическую безопасность многих предприятий и нанесла существенный ущерб промышленному производству; экологические катастрофы обусловили необходимость создания «чистого» и «безотходного» производства, что требует проведение новых НИОКР и увеличение сопутствующих затрат; макроэкономические дисбалансы приводят к серьезному разрыву между бедными и богатыми странами и различными социальными слоями населения, не позволяя эффективно задействовать рыночные механизмы поддержания равновесия и баланса; перенаселение планеты определяет непрерывное возрастание потребления, что приводит к исчерпанию

невозобновляемых ресурсов, сокращению природного пространства и биологического разнообразия. Данный перечень не является исчерпывающим, однако все перечисленные аспекты оказывают непосредственное влияние на функционирование рыночной экономики [4-6]. Таким образом, подтверждается актуальность поиска способов обеспечения устойчивого развития на различных уровнях управления, а рассмотрение промышленного производства как одного из ключевых элементов народного хозяйства принимает первоочередное значение в контексте поддержания стратегической устойчивости.

В рамках исследования предлагается рассмотреть возможность обеспечения устойчивого развития промышленных предприятий на основе построения эконометрической модели. С авторской позиции, использование экономико-математического инструментария является эффективным способом рационализации и стратегического поддержания устойчивого развития. Выработанная эконометрическая модель позволяет сформировать стратегию устойчивого развития предприятия с учетом выявления производственного потенциала его структурных подразделений.

**Цель исследования** заключается в построении эконометрической модели устойчивого развития на уровне предприятия, учитывая его участие в промышленном производстве. Для этого предлагается решить следующие задачи: рассмотреть значимость построения эконометрической модели устойчивого развития предприятия; выработать инструментарий определения уровня устойчивого развития; использовать регрессионную модель для выявления и оценки зависимости ключевых показателей предприятия от функционирования его структурных единиц, где были реализованы мероприятия устойчивого развития.

### Материалы и методы исследования

Теоретической базой исследования послужили труды авторов в области устойчи-

вого развития, экономико-математического моделирования, инновационных преобразований и экономики промышленности. Предлагается рассмотреть использование модели на примере промышленного предприятия, поскольку именно от промышленности зависит состояние всего народного хозяйства. Исследователями отмечается, что в современных условиях невозможно обеспечить конкурентоспособность без создания благоприятных условий для устойчивого развития. Методической базой исследования являются как общенаучные методы, способствующие комплексному рассмотрению и выявлению сущности устойчивого развития, так и специальные, в первую очередь эконометрическое и экспертное моделирование.

### **Построение модели и ее обсуждение**

На первом этапе предлагается построить теоретическое обоснование экономико-математического моделирования устойчивого развития на уровне предприятия и определить специфику модели, учитывая производственный аспект деятельности экономического субъекта. Создание эффективных в стратегической перспективе бизнес-моделей строится на основе активного взаимодействия между обществом, государством, предприятиями и окружающей средой, которое в комплексе имеет прямую направленность на обеспечение стабильности и защиты интересов всех участников экономических отношений. В контексте устойчивого развития предприятия ключевым элементом выступает инновационная среда. Инновационное пространство открывает ряд возможностей для формирования организационно-экономического механизма управления устойчивым развитием, рационально используя весь доступный ресурсный потенциал. На уровне предприятия инновационное пространство позволяет принимать управленческие решения об оптимизации норм использования располагаемых материально-технических ресурсов при реализации инновационных программ и мероприятий, способствующих созданию устойчивости [7; 8].

Одним из способов создания и поддержания устойчивости на уровне промышленного предприятия является производство инновационной продукции и планирование комбинированных производственных программ. В таком ключе способы повышения

эффективности деятельности предприятия следует строить на основе бизнес-плана, часть комплекса мероприятий которого в современных условиях безусловно будет соответствовать принципам устойчивого развития. Использование экономико-математического моделирования в данном контексте является классическим направлением, например, широко распространен метод линейного программирования для оптимизации производства инновационной продукции [9]. В то же время классические стратегии выстраиваются по иерархическому принципу и носят комплексный характер, тогда как устойчивое развитие должно также учитывать состояние институциональной среды, а также выделять компоненты, которые зачастую невозможно интегрировать в классическую цепочку построения стратегии. Наличие институциональных ограничений и механизмов реализации государственной и региональной политики препятствует не только инновационному преобразованию экономических систем, но и ставит под угрозу стабильность функционирования рыночных механизмов, которые требуется частично реформировать для расширенной адаптации промышленности к аспектам устойчивого развития [10-12].

Эконометрическая модель устойчивого развития промышленного предприятия позволяет рассмотреть стратегические преобразования его производственных структур в виде логических зависимостей, которые можно выразить системами уравнений. Объединенные группы уравнений позволяют выявить элементы модели в составе стратегии устойчивого развития предприятия. Преимущество полученных моделей заключается в получении подтверждающих расчетов для обеспечения функционального планирования повышения устойчивости и выявления потенциальных угроз. В классическом понимании создание и поддержание устойчивости на уровне предприятия зависит от ряда базовых компонент, которые способствуют созданию конкурентного производства: ресурсы, технологии, управление. В то же время устойчивая инновационная деятельность требует серьезных капиталовложений, что определяет введение инвестиций как одной из базовых компонент построения модели управления устойчивым развитием через активизацию инновационных процессов [8; 13; 14]. Такой аппарат выявления траекторий устойчивого развития на уровне пред-

приятия в общем виде можно представить следующим образом:

$$L_{sd} = \{R; T; I; M\}, \quad (1)$$

где  $L_{sd}$  – уровень устойчивого развития;

$R$  – ресурсный потенциал предприятия;

$T$  – технологический потенциал предприятия;

$I$  – доступность инвестиционных ресурсов;

$M$  – состояние системы управления.

В существующих методиках оценки и управления устойчивым развитием рассматриваются зависимости между экономическими, социальными и экологическими блоками показателей. При этом внутри данных блоков происходит учет множества разнонаправленных интересов, гармонизация которых будет содействовать повышению устойчивости на всех уровнях управления. Рыночно-ориентированное управление предприятием на данный момент является незавершенной системой, интеграция элементов в концептуальном аппарате которой не может совершенствоваться без учета аспектов устойчивого развития. Таким образом, устойчивое развитие предприятия складывается из системы факторов «влияния» по ряду направлений [6; 15]. В частном случае эконометрические модели должны учитывать производственные аспекты промышленности, например, наличие возможностей для глубокой диверсификации и сокращения. Для планирования функционала производственной и финансовой систем возможно использовать оптимизационные системы, например, выстроенные на основе теоретико-игровых методов. Игровые подходы позволяют выстроить систему планирования взаимосвязанных ресурсов предприятия на основе определения критериев его стратегических ориентаций и выработать конкурентный аппарат в составе потенциала устойчивости [16; 17].

Множество подходов к процессу формирования стратегии устойчивого развития предприятий отражает вариативность соотношения экономических и эколого-социальных аспектов. Методический инструментарий позволяет спрогнозировать ситуацию развития промышленного предприятия, опираясь на конкретные локальные критерии. Однако для получения достоверной методической информации требуется наличие статистических показателей реального состояния анализируемого субъекта,

что зачастую является проблемой в связи с ограниченностью и неполнотой информации [13; 18]. Перечень показателей, предлагаемых исследователями для оценки уровня устойчивого развития, может быть значителен, однако зачастую различные методики взаимно не согласованы и дублируют друг друга. В рамках построенных моделей целесообразно выделить фактический и потенциально возможный уровень устойчивого развития, что предоставит возможность произвести расчет эффективности устойчивости. Данный процесс можно выразить следующим образом:

$$E_{sd} = L_{sd \text{ (факт)}} / L_{sd \text{ (потенциал)}}, \quad (2)$$

где  $E_{sd}$  – эффективность устойчивого развития;

$L_{sd \text{ (факт)}}$  – фактический уровень устойчивого развития;

$L_{sd \text{ (потенциал)}}$  – потенциально возможный уровень устойчивого развития.

Показатель  $E_{sd}$  допустимо использовать для получения информации о результативности функционирования системы устойчивости предприятия и полноты использования широты ее потенциала. При этом критерий эффективности должен обеспечить максимальное использования потенциала устойчивости предприятия ( $E_{sd} \rightarrow \max$ ), а показатель  $L_{sd \text{ (потенциал)}}$  следует формировать с учетом поправки на коэффициент стресс-тестирования. Поправки на стресс-тест (рассмотрен в [19]) способствуют оптимизации рискованных условий на основе анализа негативных последствий и нестабильности окружающего экономического фона. Для минимизации рискованных ситуаций можно использовать методы прогнозирования наилучших сценариев, способных определить наличие барьеров устойчивости у предприятий и возможный процент сокращения производства и других показателей эффективности. Следовательно, показатель  $E_{sd}$  в результате стресс-тестирования может варьироваться в определенном диапазоне и прогнозироваться по нескольким наиболее возможным сценариям.

Авторский взгляд на устойчивое развитие схематически представлен на рисунке 1. Стоит отметить, что в процессе формирования стратегии устойчивого развития предприятия, учитывая его участие в промышленном производстве, целесообразно использовать показатели производственного блока (компоненты).

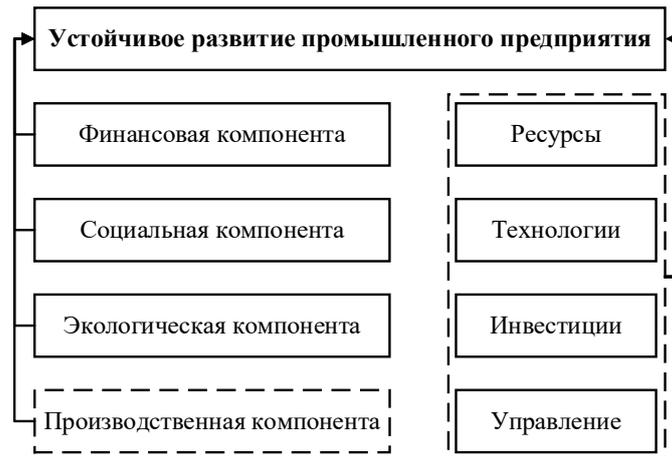


Рис. 1. Компоненты устойчивого развития промышленного предприятия

По каждой предложенной компоненте следует выполнить следующие этапы: собрать необходимый перечень данных; произвести расчет каждого показателя по выбранной методике; выделить индикаторы для их сопоставления и анализа; оценить уровень устойчивости путем определения ключевых показателей эффективности (КПИ); проанализировать полученные результаты. Полученные данные предоставят возможность сформировать комплексную агрегированную систему показателей устойчивого развития по каждой компоненте и выделить интегральную оценку [15; 20].

Высокая значимость предложенного метода подтверждается возможностью использовать системный подход в процессе отбора факторов «влияния». Схожее исследование покомпонентного использования анализа устойчивого развития было рассмотрено в статье [21], где были предложены индикаторы по трем подсистемам, совокупность которых позволяет выявить уровень устойчивого развития региона. Следует отметить, что для построения формализованных эконометрических моделей требуется выделить совокупность показателей (индикаторов) для оценки устойчивого развития промышленного предприятия:

1. Финансовая компонента ( $L_1$ ): состояние экономической безопасности; финансовая устойчивость; ликвидность; инвестиционная привлекательность; конкурентоспособность; капитализация и так далее. Данная компонента направлена на рациональное использование ресурсного потенциала предприятия.

2. Социальная компонента ( $L_2$ ): инвестиции в КСО; средняя заработная плата; кадровые коэффициенты; состояние человеческого потенциала; содействие развитию социальной сферы и так далее. Данная компонента направлена на получение максимальной отдачи от человеческих ресурсов и создание благоприятных условий труда.

3. Экологическая компонента ( $L_3$ ): объем отходов; доля перерабатываемых отходов; количество выбросов CO<sub>2</sub>; состояние экологической инфраструктуры; расходы на охрану окружающей среды и так далее. Данная компонента показывает способность предприятия к обеспечению экологического равновесия и минимизация негативного воздействия на окружающую среду.

4. Производственная компонента ( $L_4$ ): состояние основных фондов; выполнение производственной программы; зависимость от поставщиков; затраты на НИОКР; инновационный потенциал и так далее. Данная компонента является специфической для промышленного предприятия, поскольку позволяет определить функциональное состояние не только предприятия, но и его отдельных структурных элементов.

На следующем этапе необходимо рассчитать интегральный показатель по предприятию ( $L_{sd}$ ), который учитывает вес каждой компоненты ( $a_1, a_2, a_3, a_4$ ;  $a_1 + a_2 + a_3 + a_4 = 1$ ). Расчет интегрального показателя оценки уровня устойчивого развития промышленного предприятия выглядит следующим образом:

$$\Delta L_{sd} = a_1 \times L_1 + a_2 \times L_2 + a_3 \times L_3 + a_4 \times L_4, \quad (3)$$

В результате имеется возможность получить интегральное значение уровня устойчивого развития. Значения могут быть различными, однако стоит отметить стандартизованные границы: 1) от 0,00 до 0,39 – отсутствие устойчивого развития; 2) от 0,40 до 0,79 – стандартное функционирование со средним уровнем устойчивости; 3) от 0,80 до 1,19 – допустимый уровень устойчивого развития; 4) от 1,20 до 1,60 – высокий уровень устойчивого развития; 5) свыше 1,60 – стабильный непрерывный рост устойчивости бизнеса. В зависимости от отобранных показателей и специфики хозяйственной деятельности интерпретация результатов может быть различной, однако использование полученных данных в эконометрических моделях позволяет выявить зависимость показателей предприятия от устойчивого развития, чтобы обосновать эффективность мероприятий по созданию и поддержанию устойчивости. Стоит отметить, что полученное значение может находиться в определенном диапазоне, стресстест которого позволяет выявить минимальное и максимальное значение устойчивости, а средней показатель за конкретный период позволяет получить данные об общей оценке уровня устойчивого развития анализируемого объекта.

Формирование эконометрического инструментария с помощью регрессионного анализа было рассмотрено в статье [22], где была выявлена зависимость инвестиционной привлекательности региона от различных показателей. Использование похожего инструментария в рамках авторской модели подразумевает решение классической регрессии с небольшими дополнениями в области управляемых параметров:

$$Y = a_i \times X_i + const, \quad (4)$$

где  $Y$  – результирующий показатель, отражающий эффективность деятельности промышленного предприятия;

$X$  – множество управляемых параметров, часть из которых учитывает влияние интегрального показателя устойчивого развития.

#### Апробация модели

В качестве объекта исследования для расчета устойчивого развития промышленного предприятия был взят бизнес-субъект, функционирующий на американском рынке. У данного предприятия имеется 8 фи-

лиалов ( $X1 - X8$ ), часть из которых реализует политику устойчивого развития. Для построения эконометрической модели экспертным методом была отобрана система индикаторов для оценки устойчивого развития промышленного предприятия. Используя авторский алгоритм, были получены значения интегрального показателя по подразделениям.

Предлагается провести апробацию авторского инструментария на подразделении  $X1$ . Для расчета компонент структурных единиц предприятия был рассмотрен ряд показателей, а также приведены параметры их изменения (роста; в таблице –  $\Delta$ ). При этом положительное значение роста наблюдается при  $>1,0$ ; отрицательное значение роста (упадок) наблюдается при  $<1,0$ . Данные факторы влияния позволяют получить наиболее полную информацию о функционировании анализируемого структурного подразделения, следовательно, их изменение предоставляет возможность оценить уровень устойчивости. В таблице 1 представлены полученные результаты изменения показателей по каждой компоненте подразделения  $X1$ .

Аналогичный расчет был проведен по каждому структурному подразделению предприятия. В результате получены следующие средние значения  $\Delta L_{sd}$  за анализируемый период:  $X1 - 1,05$ ;  $X2 - 0,67$ ;  $X3 - 0,99$ ;  $X4 - 0,91$ ;  $X5 - 0,71$ ;  $X6 - 1,31$ ;  $X7 - 1,39$ ;  $X8 - 0,82$ . Полученные значения свидетельствуют о высоком уровне устойчивого развития  $X6$  и  $X7$ .

Для проверки значимости устойчивого развития предлагается использовать в эконометрической модели следующие данные:  $Y$  – капитализация предприятия;  $X1-X8$  – оборот подразделений в денежном выражении;  $I$  – совокупный оборот предприятия по всем подразделениям. Единицы измерения – миллион долларов США. Данные представлены в таблице 2 и на рисунке 2.

Для начала была определена зависимость капитализации от совокупного оборота всех подразделений:  $Y = -175 + 0,29894 \times I$ ;  $T = 17$ ;  $R$ -квадрат = 0,928921; Исправленный  $R$ -квадрат = 0,924182;  $P$ -значение  $<0,00001$ . Таким образом, можно выявить наличие зависимости капитализации от объемов оборота, что подтверждает значимость изучения оборота в контексте повышения капитализации предприятия.

Таблица 1

Показатели структурного подразделения X1 для расчета уровня устойчивого развития

<b>Финансовая компонента</b>	<i>k</i>	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Δ стоимости	0,35	0,75	1,06	1,27	0,93	0,83	0,91	1,57	0,83
Δ ликвидности	0,15	0,95	1,13	1,02	0,81	0,97	1,08	0,82	1,37
Δ оценки инвестиционной привлекательности	0,20	1,67	0,65	1,67	0,55	0,92	1,45	1,06	1,51
Δ финансовой устойчивости	0,30	0,87	0,83	0,71	1,25	1,66	0,63	0,69	1,07
$L_1$	-	1,00	0,92	1,14	0,93	1,12	0,96	1,09	1,12
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Δ стоимости		1,35	0,96	1,41	1,07	1,16	1,46	0,97	0,67
Δ ликвидности		0,83	1,18	1,56	1,47	0,80	1,70	0,84	0,70
Δ оценки инвестиционной привлекательности		0,77	1,26	1,08	0,90	1,64	0,97	1,19	0,98
Δ финансовой устойчивости		1,42	0,56	1,75	0,61	2,14	0,79	0,48	1,55
$L_1$		1,18	0,93	1,47	0,96	1,50	1,20	0,85	1,00
<b>Социальная компонента</b>	<i>k</i>	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Δ инвестиций в КСО	0,30	0,55	1,14	1,70	0,59	1,35	1,01	1,11	0,60
Δ средней заработной платы	0,30	1,04	0,92	1,05	0,97	0,95	1,00	0,96	1,15
Δ коэффициента текучести кадров	0,20	1,01	1,06	1,04	0,88	0,85	1,23	1,07	0,99
Δ эффективности использования человеческого капитала	0,20	0,88	1,19	1,10	0,72	1,29	0,83	1,26	0,99
$L_2$	-	0,85	1,07	1,25	0,79	1,12	1,01	1,09	0,92
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Δ инвестиций в КСО		1,44	1,29	1,04	0,84	1,35	0,82	1,11	1,02
Δ средней заработной платы		0,90	1,08	0,98	1,02	0,97	0,91	1,05	1,05
Δ коэффициента текучести кадров		0,84	0,87	1,16	1,07	1,10	0,79	1,23	1,06
Δ эффективности использования человеческого капитала		1,05	1,01	1,03	0,80	0,98	1,22	1,13	0,86
$L_2$		1,08	1,09	1,04	0,93	1,11	0,92	1,12	1,00
<b>Экологическая компонента</b>	<i>k</i>	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Δ зеленых инвестиций	0,35	0,63	0,99	2,25	0,58	1,65	0,58	1,09	0,82
Δ сокращения выбросов CO <sub>2</sub>	0,15	1,22	1,15	0,82	0,85	0,91	1,26	0,85	1,28
Δ объемов переработки отходов	0,20	0,86	0,98	0,92	0,94	1,03	0,81	0,88	1,15
Δ объемов сокращения отходов	0,30	1,07	1,05	1,06	1,00	1,12	1,16	1,02	1,01
$L_3$	-	0,89	1,03	1,42	0,82	1,26	0,90	0,99	1,01
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Δ зеленых инвестиций		1,13	1,97	0,88	0,60	2,30	0,68	0,80	0,98
Δ сокращения выбросов CO <sub>2</sub>		1,25	1,24	1,01	0,98	1,03	1,16	0,98	1,05
Δ объемов переработки отходов		0,94	1,23	1,17	0,91	0,92	1,23	1,24	1,16
Δ объемов сокращения отходов		1,25	0,95	1,17	0,87	0,81	0,94	0,94	1,15
$L_3$		1,15	1,41	1,05	0,80	1,39	0,94	0,96	1,08
<b>Производственная компонента</b>	<i>k</i>	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Δ выполнения плановых показателей	0,35	1,11	0,91	1,09	0,91	1,02	0,92	1,00	0,99
Δ инвестиций в НИОКР	0,30	1,29	1,32	1,86	0,76	1,41	0,68	0,96	0,78
Δ инновационного потенциала	0,20	1,09	0,99	1,02	0,94	0,95	1,02	1,07	1,01
Δ модернизации основных фондов	0,15	1,31	0,98	1,08	1,00	0,85	0,90	1,06	1,20
$L_4$	-	1,19	1,06	1,30	0,89	1,10	0,86	1,01	0,96

Окончание табл. 1

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Δ выполнения плановых показателей		1,12	0,88	1,06	1,03	1,07	0,97	1,03	1,01
Δ инвестиций в НИОКР		1,01	1,54	0,98	1,03	0,96	1,19	0,95	0,79
Δ инновационного потенциала		0,99	1,03	0,9	0,98	1,02	1,11	0,98	0,96
Δ модернизации основных фондов		0,88	1,16	0,98	1,02	0,95	0,85	0,91	1,22
$L_4$		1,02	1,15	0,99	1,02	1,01	1,05	0,98	0,97
<b>Интегральный показатель уровня устойчивого развития предприятия</b>	<i>a</i>	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
$L_1$	0,278	1,00	0,92	1,14	0,93	1,12	0,96	1,09	1,12
$L_2$	0,177	0,85	1,07	1,25	0,79	1,12	1,01	1,09	0,92
$L_3$	0,232	0,89	1,03	1,42	0,82	1,26	0,90	0,99	1,01
$L_4$	0,313	1,19	1,06	1,30	0,89	1,10	0,86	1,01	0,96
$L_{sd}$	-	1,01	1,02	1,28	0,87	1,14	0,93	1,04	1,01
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
$L_1$		1,18	0,93	1,47	0,96	1,50	1,20	0,85	1,00
$L_2$		1,08	1,09	1,04	0,93	1,11	0,92	1,12	1,00
$L_3$		1,15	1,41	1,05	0,80	1,39	0,94	0,96	1,08
$L_4$		1,02	1,15	0,99	1,02	1,01	1,05	0,98	0,97
$L_{sd}$		1,11	1,14	1,15	0,94	1,25	1,04	0,96	1,01

Примечание: Полученная динамика предоставляет возможность для комплексного анализа деятельности подразделения, однако в настоящем исследовании носит исключительно математический характер, позволяющий получить необходимую расчетную информацию об устойчивом положении структурного подразделения субъекта. Весовые коэффициенты были заданы на основе экспертного моделирования, возможно их изменение и рассмотрение в динамике или диапазоне за конкретные периоды времени.

Таблица 2

Показатели предприятия для построения эконометрической модели

Год	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	V
2004	91,730	121,230	178,079	137,800	66,500	20,160	94,400	29,400	108,000	847,299
2005	93,565	136,641	170,956	125,398	61,180	22,563	109,952	31,752	101,520	853,527
2006	101,985	153,438	153,860	117,874	67,298	29,946	101,554	33,022	109,642	868,620
2007	104,025	159,370	156,938	126,125	74,028	28,351	105,554	32,692	115,124	902,206
2008	92,226	131,395	160,076	124,954	81,431	26,516	106,554	22,346	107,065	852,562
2009	83,688	133,309	163,278	119,003	76,545	27,011	129,461	20,111	107,065	859,470
2010	93,890	160,707	168,176	130,123	77,310	37,181	126,198	31,500	109,206	934,291
2011	106,378	168,921	181,630	141,632	80,403	38,727	121,484	35,130	112,483	986,788
2012	118,761	195,667	167,100	154,206	76,382	45,540	148,780	33,094	114,732	1054,263
2013	131,633	213,720	170,442	165,001	74,855	59,653	143,844	38,425	119,321	1116,894
2014	154,011	216,408	177,260	166,051	74,855	51,421	169,059	45,000	121,708	1175,773
2015	187,113	214,044	193,213	162,051	71,112	44,421	181,593	47,250	130,227	1231,025
2016	183,309	238,725	197,077	166,453	74,668	52,921	196,266	58,085	138,041	1305,544
2017	226,773	245,887	189,194	168,117	79,148	55,213	214,503	64,082	132,519	1375,436
2018	278,982	236,052	187,302	152,987	79,939	62,473	230,543	84,716	144,446	1457,440
2019	297,352	231,330	202,286	122,278	79,140	65,150	236,965	95,163	131,446	1461,110
2020	255,722	215,210	218,469	111,432	84,680	66,156	216,947	91,098	128,817	1388,532

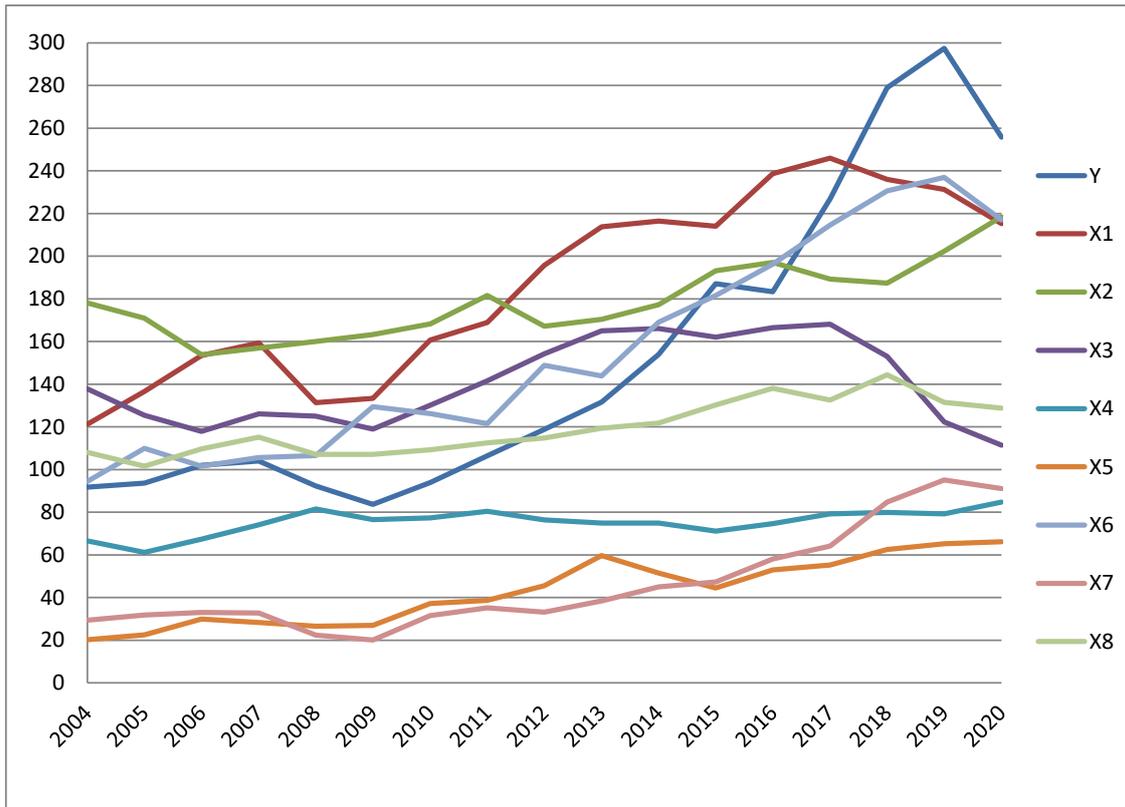


Рис. 2. Динамика показателей капитализации и оборота структурных единиц предприятия

В результате проведения регрессии по всем структурным подразделениям были получены следующие данные:

- R-квадрат = 0,98842;
- Исправленный R-квадрат = 0,976841.
- Значение X1 = – 0,246063;
- Значение X2 = – 0,49847;
- Значение X3 = 0,361875;
- Значение X4 = 0,0853801;
- Значение X5 = – 0,39594;
- Значение X6 = 0,641647;
- Значение X7 = 2,41942;
- Значение X8 = 0,387493.

Можно сделать вывод: чем выше уровень устойчивого развития структурного подразделения, тем выше значение показателя в регрессионной модели. Однако в данной модели на основе метода инфляционных факторов наблюдается мультиколлинеарность, что не позволяет использовать данные для построения объективных прогнозов. У показателей X1, X5, X6, X7, X8 значение  $> 10$ , что указывает на наличие мультиколлинеарности.

Путем отбора показателей были оставлены показатели X6 и X7, которые соответствуют всем допустимым критериям.

В результате проведения регрессии ( $T = 17$ ) по всем структурным подразделениям были получены следующие данные:

- R-квадрат = 0,980766;
- Исправленный R-квадрат = 0,978018;
- Значение const = – 24,279;
- Р-значение = 0,04093\*\*;
- Значение X6 = 0,588381;
- Р-значение = 0,00070\*\*\*;
- Значение X7 = 1,84684;
- Р-значение = 0,00001\*\*\*.

Метод инфляционных факторов не показал наличие мультиколлинеарности ( $6,272 < 10$ ), что позволяет использовать данные показатели в расчетах. В итоге получается следующее уравнение:

$$Y = - 24,3 + 0,588 \times X6 + 1,85 \times X7.$$

Полученная модель свидетельствует о высокой значимости устойчивого развития с позиции создания стоимости промышленного предприятия. Именно подразделения с наибольшим уровнем устойчивого развития обеспечивают возрастание стоимости предприятия. Разумеется, данная модель является абстрагированной, поскольку отсутствует полный перечень информации,

однако в рамках исследования проделанная апробация позволяет делать выводы о жизнеспособности метода и потенциале его дальнейшей проработки.

### Выводы

В результате исследования были получены следующие выводы:

– Рассмотрена возможность экономико-математического моделирования устойчивого развития промышленного предприятия на основе выделения ряда компонент. Кроме классических компонент (социальная, финансовая, экологическая) была также предложена производственная, что соответствует значимости промышленного производства. Такая практика позволяет учитывать стратегию устойчивого развития на основе производственно-хозяйственной, финансовой, социальной и экологоориентированной деятельности промышленного предприятия.

– Предложен инструментарий определения уровня устойчивого развития на основе

формирования интегрального показателя из расчета индикаторов каждой отдельной компоненты. Данный механизм должен обеспечить совершенствование существующих методов регулирования устойчивого развития в производственной сфере на уровне предприятия, интеграция в который наибольшего количества показателей даст возможность отобразить большее количество альтернативных путей для достижения устойчивого развития. Ограничения данного подхода связаны с неполнотой информации.

– Обоснована возможность эконометрического моделирования зависимости между показателем устойчивого развития и факторами «влияния», учитывающими использование мероприятий, направленных на повышение устойчивости. В результате апробации авторского инструментария была рассмотрена зависимость капитализации предприятия от оборота структурных подразделений, где была реализована политика устойчивого развития.

### Библиографический список

1. Цвиль М.М., Пьянова Ю.С. Эконометрический анализ финансовой устойчивости организации // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 6-2. С. 96-99.
2. Хильченко Н.В., Атаманова Е.А., Славиковская Ю.О. Диагностика эколого-социальных угроз развития территории // Экономика региона. 2020. № 1. С. 43-58.
3. Ефимова Г.А., Зайцев А.А. Абсолютная рента в управлении устойчивостью аграрных отношений // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2012. № 27. С. 233-237.
4. Пястолов С.М. Формирование принципов управления наукой в постпандемическую эпоху // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 8. Науковедение: Реферативный журнал. 2020. № 4. С. 118-131.
5. Стрижов С.А. Устойчивое развитие в условиях новых вызовов // Социальные новации и социальные науки. 2020. № 1. С. 28-36.
6. Калининченко М.П. Устойчивое развитие предприятия: оценка, проект, функциональная стратегия маркетинг менеджмента // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2019. № 1. С. 40-52.
7. Родионов Д.Г., Мельниченко А.М. Моделирование организационно-экономического механизма управления развитием инновационной среды // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 11-3. С. 72-83.
8. Сидорин А.В., Сидорин В.В. Модель устойчивого развития предприятия на основе инновационной деятельности // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 9-2. С. 35-40.
9. Родионов Д.Г., Алферьев Д.А. Устойчивость оптимального плана производства инновационной продукции промышленного предприятия // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2020. № 5. С. 106-119.
10. Рахмеева И.И. Институциональные механизмы управления предложением рабочих профессий и их престижностью на региональном рынке труда // Проблемы функционирования и развития территориальных социально-экономических систем: материалы конференции. 2020. С. 231-236.
11. Талерчик С.М., Зайцев А.А. Инновационная устойчивость как ключевой фактор успешного развития региона // Известия Международной академии аграрного образования. 2015. № 25-2. С. 238-243.

12. Зайцев А.А. Рента монополии и монополия рента в управлении устойчивостью аграрных отношений // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2012. № 26. С. 284-289.
13. Жабина Н.В., Невежин В.П. Методика исследования устойчивого развития предприятия на основе эконометрических моделей // Бизнес и общество: электронный журнал. 2015. № 4. С. 8.
14. Игнатъева М.В. Модель оценки устойчивого развития промышленного сектора экономики // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=15163> (дата обращения: 21.06.2021).
15. Захаров Г.Н., Логинов К.В. Механизм управления устойчивым развитием промышленного предприятия: процессный подход. СПб: СПбГИЭУ, 2008. 167 с.
16. Зайцев А.А., Михель Е.А., Дмитриев Н.Д. Использование теоретико-игрового подхода для формирования финансовой стратегии взаимодействия предприятий // Бизнес. Образование. Право. 2020. № 3. С. 81-67.
17. Буньковский Д.В. Стратегии диверсификации и сокращения в промышленном предпринимательстве // Научный дайджест Восточно-Сибирского института МВД России. 2020. № 1. С. 98-102.
18. Мерзляков В.Ф., Винокуров А.А. Разработка модели стратегии устойчивого развития фирмы // Российское предпринимательство. 2013. № 23. С. 81-87.
19. Родионов Д.Г., Зайцев А.А., Дмитриев Н.Д. Стресс-тестирование в промышленном производстве: моделирование барьера устойчивости // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 11-1. С. 119-130.
20. Кузнецов А.П., Селименков Р.Ю. Устойчивое развитие региона: эколого-экономические аспекты. Вологда: ИСЭРТ РАН, 2015. 136 с.
21. Головина А.С. Стратегическое управление деловой активностью субъектов малого и среднего предпринимательства // Российское предпринимательство. 2013. № 18. С. 20-33.
22. Дмитриев Н.Д., Родионов Д.Г., Кубарский А.В. Формирование эконометрического инструментария для оценки инвестиционной привлекательности региона // Kant. 2020. № 4. С. 70-77.

УДК 331

*И. С. Симарова, Ю. В. Алексеевичева, Р. С. Блинецов, Д. В. Жигин*

ООО «НИИ Транснефть», Москва, e-mail: dvzhigin@mail.ru

## ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ДЕЛОВОЙ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА НА ОСНОВЕ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА

**Ключевые слова:** оценка персонала, компетентностный подход, модель компетенций, система оценки персонала.

Одним из ключевых ресурсов организации являются трудовые ресурсы. За любым производственным процессом стоит персонал, компетенции которого напрямую влияют на эффективность и результативность выполнения производственного процесса. Наличие информации о компетенциях конкретного работника и о кадровом потенциале организации позволяет осуществлять использование персонала наиболее эффективным способом. Источником такой информации является оценка персонала (аттестация, деловая оценка или независимая оценка квалификации). Данные, получаемые при оценке персонала, являются основой для принятия управленческих решений при отборе и найме персонала, адаптации, обучении и развитии персонала, а также при его использовании и мотивации. В статье представлен подход к формированию системы деловой оценки персонала организации на основе компетентностного подхода, включающий три основных этапа: подготовительный, проектный и этап внедрения. По мнению авторов, компетентностный подход к оценке персонала является наиболее эффективным, так как позволяет оценить не только профессиональные знания и умения работника, но и определить уровень развития его личностных характеристик, обеспечивающих наиболее эффективное выполнение трудовых функций и высокую результативность.

*I. S. Simarova, Yu. V. Alekseevicheva, R. S. Bliznetcov, D. V. Zhigin*

Transneft R&amp;D LLC, Moscow, e-mail: dvzhigin@mail.ru

## FORMATION OF A BUSINESS ASSESSMENT SYSTEM OF PERSONNEL ON THE BASIS OF A COMPETENCE APPROACH

**Ключевые слова:** personnel assessment, competence approach, competency model, personnel assessment system.

Human resources are one of the key resources of an organization. Behind any production process there are personnel whose competencies directly affect the efficiency and effectiveness of the production process. The availability of information on the competencies of a particular employee and on the human resources of the organization allows the use of personnel in the most efficient way. The source of such information is personnel assessment (appraisal, business assessment or independent qualification assessment). The data obtained during personnel assessment is the basis for making management decisions in the selection and recruitment of personnel, adaptation, training and development of personnel, as well as in its use and motivation. The article presents an approach to the formation of a business assessment system for the organization's personnel on the basis of a competency-based approach, which includes three main stages: preparatory, project and implementation. According to the authors, the competence-based approach to personnel assessment is the most effective, since it allows you to assess not only the professional knowledge and skills of the employee, but also to determine the level of development of his personal characteristics, ensuring the most effective performance of labor functions and high performance.

### Введение

На данном этапе развития теории и практики управления персоналом выделяют три вида оценки персонала: аттестация, деловая оценка и независимая оценка квалификации. Аттестация персонала носит формальный порядок, для ряда должностей является обязательной в соответствии с трудовым законодательством РФ, проводится собственными силами организации. Цель – определить соответствие работника занимаемой должности.

Независимая оценка квалификации реализуется в России с 2017 г. в рамках формирования Национальной системы квалификаций. Прохождение такой оценки может быть инициировано работодателем или по собственной инициативе работника как до трудоустройства, так и в процессе трудовой деятельности. Проводится независимыми Центрами оценки квалификации. Цель – определить соответствие квалификации работника положениям соответствующего профессионального стандарта.

Деловая оценка персонала реализуется как в отношении работников организации, так и в отношении кандидатов на должность. Проводится собственными силами организации или с привлечением организаций, специализирующихся на оценке персонала. При компетентностном подходе целью деловой оценки персонала является определение соответствия уровня развития компетенций работника типовым профилям компетенций. При этом оцениваются как компетенции, описывающие конкретную должность, так и компетенции, которые описывают личностные характеристики работника и/или отражают философию организации и являются поддержкой миссии, стратегии и ценностей организации.

**Целью** исследования является формирование подхода к построению системы деловой оценки персонала на основе компетентностного подхода.

#### **Материал и методы исследования**

Теоретической и методической основой представленного исследования являются научные труды российских и зарубежных ученых и практиков в области управления персоналом. В исследовании применялись общенаучные и специальные методы и приемы, например, научная абстракция, классификация, анализ и синтез, сравнение, структурно-уровневый подход.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Наличие в организации эффективной системы деловой оценки персонала обеспечивает совершенствование и повышение эффективности следующих кадровых процессов:

– Отбор и найм персонала. Применение деловой оценки персонала на этапе отбора кандидата на должность способствует более качественному отбору персонала и повышает уровень «приживаемости» новых работников.

– Адаптация персонала. Информация об уровне развития компетенций способствует более эффективному формированию программы адаптации новых работников и также повышает уровень «приживаемости» работников.

– Обучение и развитие персонала. Результаты деловой оценки персонала способствуют формированию плана обучения персонала по потребностям, а не по формально-

му признаку [1]. Также результаты деловой оценки используются при формировании кадрового резерва и работы с ним.

– Использование персонала. Результаты деловой оценки персонала могут обеспечить более качественную расстановку персонала с учетом имеющегося уровня развития компетенций каждого отдельного работника [2].

– Мотивация персонала. Сама по себе процедура оценки персонала является мотивом работника к развитию и достижению наиболее высоких результатов. Также по результатам оценки персонала могут определяться инструменты мотивации, наиболее эффективные для конкретного работника.

Таким образом, система деловой оценки может являться основой построения ключевых кадровых процессов любой организации [3,4]. Авторами предлагается алгоритм формирования системы деловой оценки персонала на основе компетентностного подхода, представленный на рисунке.

Формированию любой системы предшествует *подготовительный этап*. На данном этапе осуществляется постановка целей, сбор и обработка информации, разработка концепции проекта.

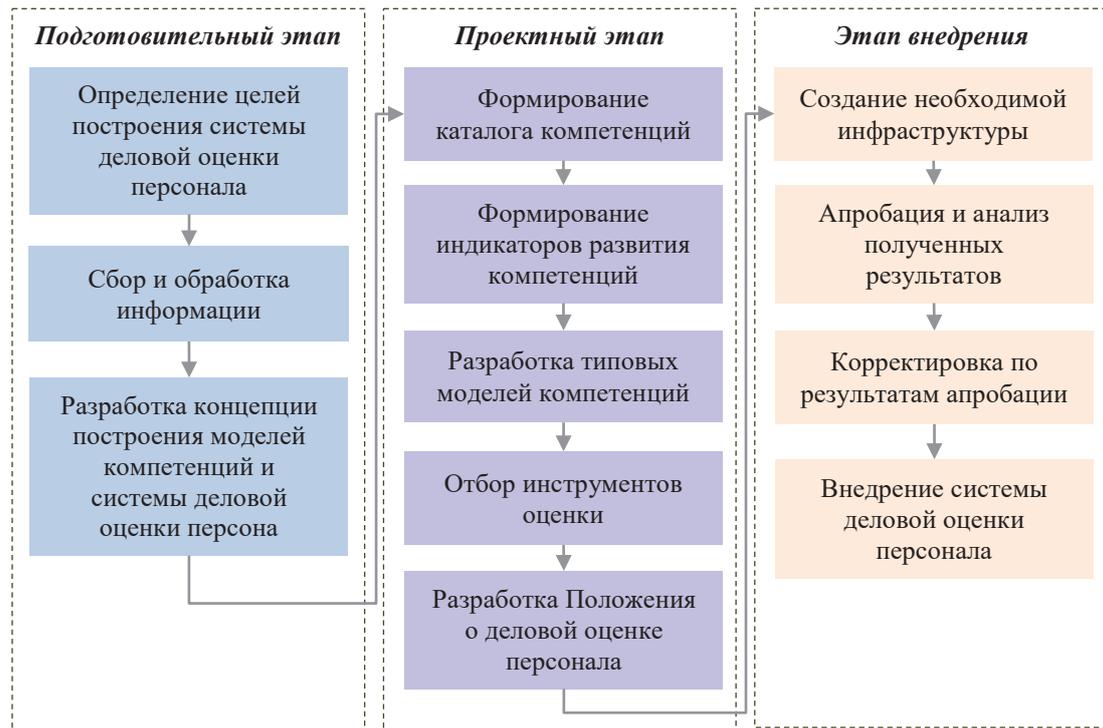
При внедрении системы деловой оценки персонала обычно выделяют три группы целей: административные, информационные, мотивационные. Административные цели заключаются в обоснованном принятии управленческих решений (прием на работу, перевод на другую должность (повышение), увольнение, дополнительное вознаграждение, обучение и т.д.). Информационные цели заключаются в определении кадрового потенциала организации, выявлении направлений развития, информировании работников. Мотивационная цель определяется самой оценкой персонала, служащей инструментом мотивации к развитию, обеспечивающим чувство справедливого вознаграждения и диалог между руководителем и подчиненным.

После определений целей построения системы деловой оценки персонала проводится сбор и обработка следующих данных:

– об организационно-штатной структуре организации;

– о требованиях к квалификации/компетенциям персонала;

– о практике разработки моделей компетенций и построения систем деловой оценки персонала.



Алгоритм формирования системы деловой оценки персонала на основе компетентностного подхода

Основываясь на результатах аналитического анализа вышеуказанных данных, разрабатывается концепция построения моделей компетенций и системы деловой оценки персонала, которая должна определять следующие ключевые принципы:

1. Определение категорий персонала. На основе анализа данных организационно-штатной структуры персонала определяется для каких категорий персонала будут разрабатываться модели компетенций. Например, модель компетенций начальника отдела и ведущего специалиста должны быть различными с позиции наличия в модели тех или иных компетенций, а также с позиции требуемого уровня развития компетенции.

На практике модели компетенций разрабатываются по следующим категориям персонала: рабочие, специалисты и служащие, линейный руководитель, руководитель среднего звена, руководитель высшего звена.

2. Формирование групп компетенций. При построении моделей компетенций могут быть выделены следующие группы компетенций:

- профессиональные, определяющие знания, навыки и умения, необходимые для выполнения трудовых функций и характер-

ные для определенного функционально-го направления;

- управленческие, характеризующие навыки или характерные черты работника, необходимые для выполнения трудовых функций, связанных с руководством подразделением, процессом или проектом;

- личностные, определяющие характеристики работника необходимые для выполнения трудовых функций, не зависящих от функционального направления деятельности;

- корпоративные, определяющие требования к навыкам или характеристикам всех работников организации независимо от занимаемой должности или функционального направления и отражающие философию организации по отношению к работникам, к внутриорганизационной культуре, к клиентам и партнерам и являющиеся поддержкой миссии, стратегии и ценностей организации.

Также в рамках разработки концепции необходимо определить количество компетенций в каждой группе, которые должна содержать модель компетенций. Для профессиональных компетенций также могут быть определены основные функциональные направления, по которым они будут определяться.

3. Определение индикаторов развития компетенций. Для построения модели компетенций в части индикаторов должны быть разработаны следующие элементы:

- шкала индикаторов развития компетенций;
- максимально необходимый уровень развития компетенции для каждой категории персонала.

При построении модели компетенций могут быть применены качественная или количественная шкала индикаторов развития или их сочетание. При применении количественной шкалы определяется диапазон, в рамках которого будет определяться уровень развития компетенции (например, от 1 до 5 или от 1 до 10 баллов). При применении качественной шкалы уровни развития компетенции могут определяться следующим образом: уровень некомпетентности, уровень базовой компетентности, уровень опыта, уровень мастерства, уровень эксперта. Также возможно сочетание качественной и количественной шкалы (таблица 1). В этом случае определяется 4-5 основных уровней развития компетенции, но на каждом уровне компетенции могут быть присвоены баллы в определенном диапазоне.

4. Разработка общих положений системы деловой оценки персонала. Данные положения должны отражать следующие моменты:

- оценка персонала будет проводиться собственными силами или с привлечением специалистов или организаций, специализирующихся на оценке работников;
- требуется ли формирование в организации специальной инфраструктуры под деловую оценку персонала (создание ответственного подразделения и введение в организационно-штатную структуру соответствующих должностей, создание или внедрение специализированных программных комплексов для автоматизации процессов деловой оценки персонала и т.п.).

*Проектный этап* заключается непосредственно в процессе построения моделей компетенций (формирование каталога

компетенций и индикаторов их развития, построение типовых моделей компетенций) и системы деловой оценки персонала.

Формирование каталога компетенций происходит по выделенным группам компетенций. Профессиональные компетенции формируются по функциональным направлениям деятельности. Управленческие, личностные и корпоративные являются едиными для всей организации.

Источниками информации для профессиональных компетенций являются профессиональные стандарты, квалификационные справочники, внутриорганизационные нормативные документы, содержащие описание функций структурных подразделений и/или основных производственных процессов, должностные инструкции и т.д.

Управленческие и личностные компетенции определяются с позиции того, какими характеристиками должен обладать работник, занимающий определенную должность, чтобы обеспечить достижение результата наиболее эффективным способом.

Основой для определения корпоративных компетенций является философия, миссия, стратегия и ценности организации [5].

После определения перечня компетенций необходимо описать каждую из них и в соответствии с выбранной шкалой оценки дать определение каждому индикатору развития компетенции (таблица 2).

Следующим шагом является разработка типовых моделей компетенций для каждой должности в организации с учетом положений концепции построения моделей компетенций: для каждой должности определяется перечень компетенций из числа всех групп, который должен в полном объеме охватывать все необходимые для выполнения трудовых функций компетенции. Для отобранных компетенций определяются требуемые индикаторы (уровни) развития (таблица 3).

Выделяют следующие основные инструменты оценки компетенций: тестирование, собеседование с экспертом, оценка методом 360°, ассесмент-центр, бизнес-кейсы.

Таблица 1

Шкала индикаторов развития компетенции (пример)

Уровень некомпетентности	Уровень базовой компетентности	Уровень опыта	Уровень мастерства	Уровень эксперта
0-2 балла	3-4 балла	5-6 баллов	7-8 баллов	9-10 баллов

Таблица 2

Пример описания компетенции и индикаторов ее развития

Стратегическое видение	
Понимание стратегии и миссии организации. Формирование долгосрочных целей развития подразделения во взаимосвязи со стратегическими целями организации. Транслирование стратегии организации, долгосрочных целей подразделения, направлений развития и основных проектов другим работникам	
Уровень развития	Индикатор уровней развития компетенции
1	Недостаточно осведомлен о стратегии организации и об основных проектах. Имеет общее представление о том, как его работа связана с целями его подразделения и организации в целом, может дать общее описание долгосрочных целей подразделения
2	Осведомлен о стратегии организации, имеет четкое представление о том, как долгосрочные цели его подразделения связаны со стратегическими целями организации, транслирует это другим работникам. Имеет общее представление об основных проектах организации
3	Хорошо осведомлен о стратегии организации и долгосрочных целях своего подразделения. Объясняет коллегам/подчиненным взаимосвязь текущих целей и задач со стратегическими целями организации. Транслирует важность реализации основных проектов организации, ожидаемые результаты
4	Активно транслирует стратегию организации, цели и пути развития. Формирует цели и приоритеты развития своего подразделения, учитывая текущие задачи и ресурсы и обеспечивая достижение стратегических целей организации. Принимает активное участие в реализации основных проектов организации, транслирует их цели и задачи, ожидаемые результаты
5	Разделяет и транслирует стратегию организации, цели и пути развития. Принимает участие в формировании стратегических целей организации, в достижении целей ключевых проектов организации. Открыто транслирует собственные идеи по достижению стратегических целей и реализации основных проектов организации

Таблица 3

Модель компетенций (пример)

Компетенция	Уровень развития	Баллы									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Профессиональные компетенции											
Разработка графиков технического обслуживания и ремонта (ТОР) механо-технологического оборудования (МТО)	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Организация и контроль проведения работ по ТОР МТО	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Внедрение новых технологических процессов	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
...											
Управленческие компетенции											
Стратегическое мышление	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Планирование и организация работы	Эксперт	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Командное лидерство и управление командой	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Принятие решений	Опыт	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Личностные компетенции											
Стрессоустойчивость	Опыт	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Инициативность	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Мотивация и лояльность к организации	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Системное мышление	Опыт	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Корпоративные компетенции											
Готовность к изменениям	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Обеспечение безопасности	Эксперт	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Ориентация на результат	Мастерство	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Открытость новому	Опыт	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Для построения системы деловой оценки персонала необходимо определить инструменты оценки для каждой компетенции в каталоге, а также порядок проведения оценки.

Отбор инструментов оценки компетенций проводится по следующим критериям:

- сложность подготовки к проведению оценки/обработки результатов;
- продолжительность оценки;
- полнота и информативность получаемых результатов;
- предмет оценки.

Стоит отметить, что оценка с применением таких инструментов как тестирование, оценка методом 360° и собеседование может проводиться собственными силами без привлечения специалистов в области оценки персонала или специализированных организаций. Проведение оценки методами ассессмент-центр и бизнес-кейсы может потребовать привлечения специалистов (например, психолога) или организации, специализирующейся на оценке персонала.

Для внедрения системы деловой оценки персонала необходима ее формализация. С этой целью в организации разрабатывается Положение о деловой оценке персонала, которое определяет периодичность и порядок проведения оценки, форму проведения оценки (процедура может быть автоматизирована путем внедрения специальных программных продуктов), ответственных лиц и т.д. Как правило, деловая оценка проводится раз в год. Для этого либо формируется график проведения оценки, особенно в тех случаях, когда для этого привлекается специализированная организация, либо оценка проводится в конце года и может учитывать результаты работы за год.

*Этап внедрения* начинается с создания необходимой инфраструктуры (создание структурного подразделения или привлечение необходимых специалистов, приобретение программных комплексов и т.д.).

Важным шагом на пути формирования системы деловой оценки персонала является ее апробация, так как при построении деловой оценки «с нуля» невозможно предусмотреть все нюансы и особенности организации. После проведения апробации необходимо проанализировать полученные результаты и процесс ее проведения, выявить слабые места. По результатам апробации могут быть уточнены цели внедрения деловой оценки персонала, скорректированы принципы ее построения, откорректированы типовые модели компетенций или пересмотрены применяемые инструменты оценки. После доработки выявленных слабых мест возможно внедрение системы деловой оценки персонала на постоянной основе.

### Выводы

Формирование системы деловой оценки персонала на основе компетентностного подхода позволяет всесторонне определить требуемые характеристики персонала не только с позиции выполняемых трудовых функций, но и с позиции требуемых личностных характеристик работника для достижения результата и повышения эффективности деятельности организации. Внедрение системы деловой оценки персонала должно способствовать повышению эффективности таких кадровых процессов как отбор и найм персонала, адаптация, обучение и развитие персонала, использование персонала, а также окажет положительное влияние на уровень мотивации работников организации.

В исследовании представлен детализированный алгоритм построения системы деловой оценки персонала на основе компетентностного подхода, выполнение которого позволит обеспечить качественное построение типовых моделей компетенций и системы деловой оценки персонала.

### Библиографический список

1. Руднева Л.Н. Подготовка кадров для малого и среднего бизнеса в регионах российской федерации: проблемы и решение // Проблемы устойчивого развития в отраслевом и региональном аспекте. Материалы международной научно-практической конференции. Тюмень, 2020. С. 88-92.
2. Тиратсу Д.Ч. Вопрос № 1: компетентность в отрасли // Наука и технологии трубопроводного транспорта нефти и нефтепродуктов. 2016. № 5 (25). С. 10-11.
3. Войниченко И.А., Пушина Н.Н. Оценка персонала как элемент системы управления персоналом // Социально-экономическое управление: теория и практика. 2020. № 1 (40). С. 17-19.
4. Гайфуллина М.М., Низамова Г.З. Компетентностный подход к оценке и развитию персонала нефтяных компаний // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2021. № 1 (157). С. 48-53.
5. Копылов А.Е. Особенности оценки персонала на основе модели компетенций // Modern Science. 2019. № 11-2. С. 76-78.

УДК 330.322.5

***А. С. Тяпкина***

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: anna140698@rambler.ru

***Н. Д. Комова***

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: natasha.kom@gmail.com

***А. В. Лихвойнен***

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: Likhvoynen@yandex.ru

***В. И. Юхимец***

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: yukhimets.99@mail.ru

***В. С. Александрова***

Университет ИТМО, Санкт-Петербург, e-mail: valeria.alexandrova5@gmail.com

### **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДА ДИСКОНТИРОВАННЫХ ПОТОКОВ И МЕТОДА РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ КАК ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ**

**Ключевые слова:** оценка инвестиционного проекта, дисконтированные денежные потоки, реальный опцион, инвестиционная привлекательность, неопределенность, инновационный проект, инвестиционное проектирование.

В работе проанализирован наиболее распространенный метод оценивания инвестиционных проектов – метод дисконтированных денежных потоков в сопоставлении с методом реальных опционов, который в большей степени учитывает условия неопределенности и риска, связанные с реализацией инвестиционного проекта, особенно инновационного, наукоемкого. Такие проекты отличаются рядом присущих только им специфических характеристик: высокая неопределённость реализации и результатов, также в инновационных проектах более выражена этапность в реализации проекта, в рамках которой решения о последующих действиях, начале следующего этапа принимается по результатам завершаемого этапа. Реальные опционы позволяют оценивать возможные ситуации, в которых принятие решений о продолжении реализации проекта, его перенаправлении или закрытия зависит от успешности реализации более ранних этапов. Метод позволяет более гибко и адаптировано реагировать на неопределенность, в которой функционирует проект, а также разбивать принятые решения по стадиям. Метод реальных опционов является популярным в лучших мировых практиках по управлению инвестициями.

***A. S. Tiapkina***

ITMO University, Saint-Petersburg, e-mail: anna140698@rambler.ru

***N. D. Komova***

ITMO University, Saint-Petersburg, e-mail: natasha.kom@gmail.com

***A. V. Likhvoynen***

ITMO University, Saint-Petersburg, e-mail: Likhvoynen@yandex.ru

***V. I. Yukhimec***

ITMO University, Saint-Petersburg, e-mail: yukhimets.99@mail.ru

***V. S. Alexandrova***

ITMO University, Saint-Petersburg, e-mail: valeria.alexandrova5@gmail.com

### **COMPARATIVE ANALYSIS OF THE DISCOUNTED FLOW METHOD AND THE REAL OPTIONS METHOD AS APPROACHES TO THE EVALUATION OF INVESTMENT PROJECTS**

**Keywords:** investment project appraisal, discounted cash flows, real option, investment attractiveness, uncertainty, innovative project, investment design.

The paper analyzes the most common method for evaluating investment projects – the discounted cash flow method in comparison with the method of real options, which to a greater extent takes into account the conditions of uncertainty and risk associated with the implementation of an investment project, especially an innovative, science-intensive one. Such projects are distinguished by a number of specific characteristics inherent only to them: high uncertainty of implementation and results; also in innovative projects, stages in the implementation of the project are more pronounced, within which decisions on subsequent actions, the beginning of the next stage are made based on the results of the completed stage. Real options allow us to assess possible situations in which the decision to continue the project, redirect it or close it depends on the success of the earlier stages. The method allows you to more flexibly and adapt to respond to the uncertainty in which the project operates, as well as to break the decisions made into stages. The method of real options is popular in the world's best investment management practices.

### Введение

Переход на путь развития инноваций является актуальной и важной темой для экономик многих стран, в том числе и российской. Рост конкуренции в большинстве отраслей принуждает компании находить уникальные новые решения, которые способны наращивать стоимость компании, увеличивать спрос на продукцию и создавать новые конкурентные преимущества. В условиях высокой конкуренции, нестабильной экономической ситуации, а также неопределенности выигрывают те компании, которые выведут на рынок первыми такие продукты, которые в максимальной степени ответят запросам потребителей. При этом важным остается анализ и учет внешних постоянно-изменяющихся условий, а также оперативное реагирование на возникающие трудности.

Ввиду высоких рисков инвестиционной деятельности, особенно в сферу инноваций, частный сектор, также как и государственный, с осторожностью относятся к вложению капитала в реализацию наукоемких, высокотехнологичных инвестиционных проектов. Действительно такие проекты имеют ряд рисков, которые могут привести к значительным отклонениям от первоначального плана, и таким образом не окупить ожидаемые результаты. К наиболее значимым рискам относят нежизнеспособность осуществляемых инноваций в следствие технических и инженерных ошибок, так и из-за некачественного исследования потребностей рынка, на котором разрабатываемая инновация не будет пользоваться спросом. Кроме того, ввиду задержки в разработке, инновация может морально устареть, еще не выйдя на рынок высоких темпов научно-технического прогресса. На рыночный спрос на инновацию могут также повлиять и внешне-экономические условия, например, если дата выхода нового продукта на рынок совпала с периодом экономического спада региона и страны в целом.

Учитывая все вышеперечисленные риски, компании отказываются от инвестирования в проекты, где риск относительно высок. Однако, инвестиционная привлекательность высокорискованного проекта может существенно вырасти, если подходить к анализу проекта нетрадиционным способом, а именно учитывать и просчитывать все возможные решения, которые можно принять по ходу реализации проекта на всех его этапах.

**Цель исследования:** изучение базовых аспектов метода реальных опционов. Для достижения цели были сформулированы следующие задачи:

1. Изучить актуальность, роль и последствия оценки инвестиционных проектов.
2. Изучить метод дисконтированных потоков и провести сравнительный анализ с другими методами оценки.
3. Изучить сущность, характеристики, особенности метода реальных опционов в инвестиционном проектировании.

**Материал и методы исследования:** анализ, синтез, предметное моделирование, сравнение.

### Результаты исследования и их обсуждение

Метод реальных опционов позволяет отойти от традиционного метода оценки инвестиционной привлекательности проекта. Метод реальных опционов позволяет учитывать не только риски проекта, а также все возникающие возможности, которые появляются по ходу реализации проекта.

Метод оценки реальными опционами является наиболее актуальным для различных венчурных фондов, которым приходится оценивать потенциал быстрорастущих компаний и проектов, которые находятся лишь на стартовом этапе развития. Данный вопрос актуален и важен для России, так как в последнее время большое внимание уделяется созданию высокотехнологичных

компаний, которым необходим стартовый капитал, а рынок, на который выходят такие компании, отличается высоким уровнем неопределенности [2].

Существующие методики оценки, например, наиболее распространенный метод дисконтированных денежных потоков (DCF) применим к тем компаниям и проектам, которые ведут свою деятельность в стабильных условиях. Также традиционные методы оценивают риски неопределенности будущих событий лишь с отрицательной стороны в качестве источника опасности и убытков, что в значительной мере снижает инвестиционную привлекательность проекта. В связи с этим, когда мы говорим об оценке высокорискованных инновационных и наукоемких проектов, следует рассматривать альтернативные варианты.

Метод, который нашел востребованность в экономиках стран, занимающих лидерские позиции, но почти не используемый в Российских компаниях, является метод реальных опционов. Задача менеджеров компании и лиц, принимающих решения, учесть наиболее точно все альтернативные пути реализации проекта, сделать аргументированные предположения о результатах и принять наилучшее решение об инвестировании.

Традиционный метод DCF не дает возможности проанализировать и принять во внимание стадийность реализации проекта, работ и их взаимосвязи, а именно эти пункты во многом определяют суть и содержание каждого конкретного проекта [4].

Основная суть метода дисконтированных денежных потоков состоит в том, что денежные потоки, генерирующиеся в разные периоды времени, соотносятся с первоначальной величиной инвестиций и дисконтируются к первоначальному этапу. В случае, когда будущие притоки денежных средств превышают первоначальный размер инвестиций проект считается инвестиционно-привлекательным, выгодным, и как следствие в отношении такого проекта будет принято положительное решение.

Метод внутренней нормы доходности (IRR – Internal Rate of Return) заключается в вычислении ставки дисконтирования, при которой общий размер генерирующихся денежных потоков, приведенных к настоящему времени, будет эквивалентен инвестициям в проект. Далее рассчитанную ставку дисконта необходимо сравнить с расходами

на привлечение инвестиционного капитала, другими словами, с реальной ставкой капитала, которую применяет компания [4].

Положительное решение по старту реализации проекта принимается в случае, когда внутренняя норма доходности проекта на капитал выше, чем стоимость привлечения капитала.

Главное преимущество заключается в том, что метод IRR способствует определению уровня привлекательности любого проекта, при этом структура капитала компании должна быть идентична структуре финансирования проекта.

Данный метод является распространенным среди менеджеров по оценке инвестиционных проектов, однако IRR не может в полной мере оценить добавленную стоимость, которую проект сможет принести компании, реализующей проект [1].

Вычисление IRR является полезным инструментом при комплексной оценке и определения ценности отдельного проекта, однако не может быть использован при выборе между несколькими вариантами инвестиционных проектов.

Метод NPV является самым признанным и распространенным методом оценки инвестиционной привлекательности проектов. Тем не менее, несмотря на все его преимущества возможно искажение итогового результата.

Результат NPV верен настолько, насколько верны и корректны входные данные: ставка дисконтирования, размер денежных потоков, распределение денежных потоков во времени. Зачастую менеджеру слишком сложно оценить, какие параметры будут у проекта даже в условиях стабильной экономической и политической обстановки, а в современных неопределенных условиях, выполнение такой задачи практически невозможно [2].

Менеджеры с целью исправления ситуации неопределенности увеличивают рисковую долю в ставке дисконтирования, что в последующем значительно сокращает денежный поток, и как следствие, сокращает инвестиционную привлекательность проекта. Прогнозные предположения, на которых основана модель оценки NPV, ограничивают ее восприятие реальной обстановки, в которых реализуется проект. Как итог, возникают большое количество несовпадений, искажающих реальную оценку инвестиционного проекта.

По ходу реализации проекта могут возникнуть важные нематериальные активы или иные стратегические направления, которые способны принести значительную ценность в проект.

Таким образом, NPV не учитывает возможность альтернативных сценариев развития событий проекта по ходу его реализации. Например, развитие благоприятных обстоятельств на следующих этапах, которые способны повлиять на размер генерируемых денежных потоков, что в конечном итоге приведет к повышению инвестиционной привлекательности проекта и увеличению его стоимости [1].

Метод дисконтированных денежных потоков не учитывает целый ряд параметров, которые относятся ко многим инвестиционным проектам, особенно инновационным, наукоемким:

1. Необратимость инвестиций полная или частичная – после закладывания первых инвестиций в проект вернуть вложенные средства до его окончания полностью (частично) не представляется возможным.

2. Неопределенность будущих выгод от инвестиций. Точным образом запланировать и спрогнозировать будущие доходные притоки денежных средств невозможно, всегда будет доля субъективных допущений.

3. Наличие возможности выбора времени инвестирования. Зачастую компания может самостоятельно определить подходящее для нее время начала инвестирования.

Таким образом, методы искажают значение требуемой доходности, и как следствие, делают некорректным итоговый результат оценки. Традиционные методы оценки инвестиционной привлекательности проектов не могут в полной мере отразить добавленную ценность, которую проект способен принести в стоимость компании.

Возможность инвестировать скорее является правом, а не обязательством к покупке инвестиционного актива в конкретный период времени. Данная позиция не учитывается при оценке инвестиционных проектов методом дисконтированных денежных потоков. Наличие таких факторов приводит к тому, что принятие решений об инвестировании таких проектов при помощи традиционного показателя инвестиционной оценки NPV и IRR становятся некорректным. Методы используют упрощенное восприятие и прогнозирование будущих сценариев развития событий. Для того, чтобы исправить

вышеупомянутые недостатки, в оценке используют метод реальных опционов.

Метод реальных опционов дает возможность менеджеру использовать гибкость, заложенную в инвестиционный проект, а также адаптивно управлять рисками, с которыми сталкивается проект и компания.

Метод реальных опционов (далее МРО) отличается от метода дисконтированных денежных потоков тем, что метод оценивает не коммерческие показатели проекта, а эксклюзивное право инвестора принимать гибкие инвестиционные решения по ходу реализации проекта, когда внешние условия и факторы способны стремительно меняться. Опционы при принятии решений позволяют повысить достоверность оценки инвестиционного проекта [5].

Реальный опцион в инновационно-инвестиционном проекте – это инновационно-инвестиционная возможность, которая заложена в проект и при определенном воздействии факторов способна модифицировать структуру и содержание проекта. Такая возможность способствует использовать инновации с максимальной выгодой, за счет принятия более грамотных управленческих решений о внедрении инноваций по мере поступления новых данных.

Метод реальных опционов позволяет менеджерам компаний и проектов принимать поэтапные стратегические решения, а также учитывать принятие гибких управленческих решений в нестабильных и изменчивых условиях. Реальные опционы позволяют корректировать уже принятые решения, принимать обдуманно новые в будущем в соответствии с новой информацией [5].

Важными условиями для целесообразного использования МРО, являются неопределенность и зависимость решений менеджера в будущем от размера и направленности денежных потоков от инвестиционного проекта. Метод позволяет количественно оценить стратегические возможности. Ниже сформулированы некоторые требования к проекту, который следует оценивать МРО:

- Итоги и результаты проекта не могут быть точно определены и спрогнозированы;
- По мере реализации проекта есть вероятность менять направление осуществления проекта со стороны руководства ввиду новой появившейся информации;
- При оценке проекта методом дисконтированных денежных потоков NPV проекта

показывает результат близкий к 0 или совсем отрицательный;

- Над проектом работает команда, состоящая из высококвалифицированных специалистов, менеджеров, которые в силах увидеть опционы, корректно сделать интерпретацию результатов и изменить свои решения в будущем относительно проекта в соответствии с полученными результатами;
- Существует возможность принятие важных и значимых решений после старта проекта, а не только на этапе предварительного планирования.

Рассмотрение проекта с точки зрения реальных опционов открывает новые возможности, который при оценке методом дисконтированных денежных потоков не учитываются. Зачастую МРО обнаруживает высокую ценность проектов, которые при оценке NPV показали отрицательные результаты. Обычно такие проекты реализуются в сферах, в которых высок уровень рыночной неопределенности и риска (например, процентные ставки, курсы валют, цены на сырье, материалы и товары и т. д.) [3].

МРО позволяет не только качественно, но и количественно оценить возможности, которые встроены в реализуемый инвестиционный проект. Именно величина и количество возникающих возможностей, а также затраты, с которыми столкнется компания при осуществлении инвестиций в появляющиеся возможности, воздействуют на итоговую стоимость опционов каждого инвестиционного проекта и его эффективность.

## Выводы

Итак, основными выводами из данного исследования являются:

- Реальный опцион, встроенный в инновационно-инвестиционный проект, является своего рода возможностью в ходе реализации проекта модифицировать его структуру в зависимости от воздействия внешних условий и факторов. Такая возможность позволяет использовать инновации с максимальной выгодой, наращивать добавочную ценность за счет принимаемых управленческих решений на основе обновляющейся информации.

• Реальные опционы могут учитывать высокую неопределенность, которая присуща инновационным проектам, результат которых трудно предугадать.

• Реальные опционы используются при инвестиционном проектировании, помогая осуществлять процесс инновационных преобразований. Это инструмент оценки инвестиционной привлекательности проекта, стоимости, встроенной в проект, диверсификации рисков, методом ограничения воздействия негативных сценариев развития событий.

• При использовании МРО на практике важную роль играет разграничение и классификация опционов по видам: на отсрочку, на рост, на тиражирование опыта, изменение масштабов и т. д. Такая методика работы позволит учитывать специфику опционов и принимать более грамотные управленческие решения.

## Библиографический список

1. Баев И.А., Алябушев Д.Б. Реальные опционы в менеджменте: экономическая оценка инновационных проектов // Вестник Уральского института экономики, управления и права. 2010. №1 (10). С. 41-45.
2. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов. М.: Олимп-Бизнес, 2007. 1008 с.
3. Крюков С.В. Учет реальных опционов при оценке эффективности инвестиционных проектов // Вестник Ростовского государственного экономического университета «РИНХ». 2006. №2. С. 81-89.
4. Лаврухина Н.В. Сравнительный анализ методов оценки экономической эффективности инвестиций // Журнал Теория и практика общественного развития. 2014. № 16. С. 1-5.
5. Ман Д. Стратегическая гибкость инвестиционных решений: анализ реальных опционов // Экономические стратегии. 2012. № 2 (100). Т. 14. С. 62-73.

УДК 338.24

***Т. Ю. Феофилова***

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»,  
Санкт-Петербург, e-mail: feotu@yandex.ru

***Е. В. Радыгин***

ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия»,  
Санкт-Петербург, e-mail: kaf.gsed@szfrgup.ru

***А. Н. Литвиненко***

ФГКОУ ВО «Санкт-Петербургский университет МВД РФ», Санкт-Петербург,  
e-mail: lanfk@mail.ru

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ –  
СТРАТЕГИЧЕСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРИОРИТЕТ РФ:  
АНАЛИЗ НОВОЙ СТРАТЕГИИ  
НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РФ**

**Ключевые слова:** экономическая безопасность, устойчивое развитие, национальная экономика, национальная безопасность, национальные интересы, стратегические национальные приоритеты, угрозы.

Одним из ключевых документов стратегического планирования в РФ является Стратегия национальной безопасности. 2 июля 2021 г. Президент РФ утвердил новую стратегию национальной безопасности страны, в которой экономическая безопасность закреплена как стратегический национальный приоритет. Принятый документ определил новые акценты на области экономической безопасности. Целью настоящего исследования – на основе анализа положений Стратегии национальной безопасности уточнить понимание экономической безопасности, ее границ и роли в обеспечении устойчивого развития национальной экономики РФ. В статье подробно проанализированы понятия, используемые в документе. Установлено, что уточнено понимание «национальной безопасности», «обеспечения национальной безопасности», «национальных интересов», «стратегических национальных приоритетов». В изложении тенденций и возможностей России в современном мире по сути изложена миссия РФ в повышении устойчивости системы мировых отношений. В статье проанализировано содержание понятия «экономическая безопасность» заложенное в Стратегии национальной безопасности, в результате сформулировано его авторское определение. Детально проанализирован раздел стратегических национальных приоритетов «Экономическая безопасность». Выявлен иной подход к изложению проблем, задачи по противодействию угрозам экономической безопасности заменены задачами по обеспечению экономической безопасности. В заключении сформулированы направления научных исследований в области экономической безопасности, актуализированных в связи с утверждением новой Стратегии национальной безопасности РФ.

***Т. Ю. Feofilova***

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, e-mail: feotu@yandex.ru

***Е. V. Radygin***

Russian State University of Justice, St. Petersburg, e-mail: kaf.gsed@szfrgup.ru

***А. N. Litvinenko***

St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation,  
St. Petersburg, e-mail: lanfk@mail.ru

**ECONOMIC SECURITY – STRATEGIC NATIONAL PRIORITY  
OF THE RUSSIAN FEDERATION:  
ANALYSIS OF THE NEW STRATEGY OF NATIONAL SECURITY  
OF THE RUSSIAN FEDERATION**

**Keywords:** economic security, sustainable development, national economy, national security, national interests, strategic national priorities, threats.

One of the key documents of strategic planning in the Russian Federation is the National Security Strategy. On July 2, 2021, the President of the Russian Federation approved a new strategy for the coun-

try's national security, in which economic security is enshrined as a strategic national priority. The adopted document defined new emphasis on the field of economic security. The purpose of this study is, based on the analysis of the provisions of the National Security Strategy, to clarify the understanding of economic security, its boundaries and role in ensuring sustainable development of the national economy of the Russian Federation. The article analyzes in detail the concepts used in the document. It has been established that the understanding of "national security", "ensuring national security", "national interests", "strategic national priorities" has been clarified. In outlining the tendencies and capabilities of Russia in the modern world, in essence, the mission of the Russian Federation in increasing the stability of the system of world relations is outlined. The article analyzes the content of the concept of "economic security" laid down in the National Security Strategy, as a result, formulated its author's definition. The section of strategic national priorities "Economic security" is analyzed in detail. A different approach to the presentation of problems has been identified, the tasks of countering threats to economic security are replaced by tasks of ensuring economic security. In the conclusion, the directions of scientific research in the field of economic security, updated in connection with the approval of the new National Security Strategy of the Russian Federation, are formulated.

### Введение

Экономическая безопасность в разные периоды в современной России не однозначно рассматривалась с позиции государства. В девяностых годах, в период разрушения экономических связей, затянувшегося экономического и социального кризиса, криминализации экономических и общественных отношений был утвержден первый документ, который в основных положениях излагал позицию государства по пониманию сущности и мерах обеспечения экономической безопасности. Достаточно долгое время этот документ являлся единственным, в котором обозначалась проблема экономической безопасности. Принятый документ во многом обусловил активизацию научного интереса и развитие теории экономической безопасности. Последующие концептуальные и документы в области национальной безопасности поддержали научные интерес и положительно отразились на полученных в ходе исследований результатах. Значимость стратегических документов для научного поиска подтверждается и Стратегией национальной безопасности, принятой в 2009 г., в которой область экономической безопасности была сведена к минимуму, а феномен экономической безопасности по сути был подвергнут сомнению. Таким образом, анализ стратегических документов в области национальной безопасности позволяет выявить направления исследований в области экономической безопасности и активность таких исследований.

В России одним из ключевых документов стратегического планирования в РФ является Стратегия национальной безопасности. 2 июля 2021 г. Президент РФ утвердил новую стратегию национальной безопасно-

сти страны, в которой экономическая безопасность закреплена как стратегический национальный приоритет. Стратегические документы существенным образом влияют на государственную политику и на процессы, происходящие в стране в целом. Поэтому анализ таких документов имеет практическое значение и способствует определению актуальных направлений научных исследований [1, 2, 7] не только в области национальной безопасности, но и в сфере экономической безопасности и других видов безопасности страны [3].

Принятый документ определил новые акценты в области экономической безопасности, которые должны будут найти отражения в иных нормативных правовых актах. Однако детализация принятой позиции в области обеспечения экономической безопасности должна быть научно обоснована, для чего необходим анализ содержания документа и определение вопросов, требующих проведение дополнительных исследований.

**Цель исследования** – на основе анализа положений Стратегии национальной безопасности уточнить понимание экономической безопасности, ее границ и роли в обеспечении устойчивого развития национальной экономики РФ.

### Материалы и методы исследования

Основными материалами исследования выступили следующие стратегические документы РФ: Стратегия национальной безопасности РФ (2015), Стратегия экономической безопасности РФ до 2030 года (2017), Стратегия национальной безопасности РФ (2021). Основными методами исследования явились общенаучные анализ и синтез, а также моделирование.

### Результаты исследования и их обсуждение

Формирование новых политических, экономических, эпидемиологических, экологических и др. реалий изменяет мировые отношения и влияют на каждую из стран. Этот факт требует корректировки позиции государства в части обеспечения национальной безопасности.

В соответствии со ст. 18 Федерального закона от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 31.07.2020) «О стратегическом планировании в Российской Федерации» 2 июля 2021 г. указом Президента РФ № 400 [4] утверждена новая «Стратегия национальной безопасности Российской Федерации» (далее – Стратегия НБ), которая отменила аналогичный документ, утвержденный Президентом РФ от 31.12.2015 г. указом № 683 [6].

В разделе «Общие положения» уточнена роль Стратегии НБ как базового документа стратегического планирования в области обеспечения национальной безопасности и устойчивого развития РФ на долгосрочную перспективу. То есть границы действия документа обширны и распространяется на все сферы деятельности в стране, если они имеют отношения к обеспечению национальной безопасности или устойчивого развития РФ. Ранее действие Стратегии НБ ограничивалось внутренней и внешней политикой РФ в соответствующих областях. Это подтверждает дополненная трактовка понятия «обеспечения национальной безопасности», расширившая взаимодействие органов публичной власти не только институтами гражданского общества, как было в предыдущем документе, но и организациями.

Определения основных понятий не претерпели значительных изменений, вместе с тем они существенные. Так понимание «национальной безопасности РФ» дополнилось качественными критериями «гражданский мир и согласие в стране».

Конкретизированы национальные интересы, вместо не вполне корректно сформулированных: «...значимых потребностей ... в обеспечении их защищенности и устойчивого развития» появились вполне корректные «значимые потребности в безопасности и устойчивом развитии».

Стратегические национальные приоритеты дополнились направлениями обеспечения устойчивого развития РФ.

Дополнилось название второго раздела, современная его редакция предполагает изложение тенденций и возможностей. Изменилась тональность содержания раздела. Если в Стратегии НБ (2015) демонстрировалось то, что страна справилась и может справляться с различными трудностями и ограничениями, то в Стратегии НБ (2021) по существу изложена миссия России как «одного из влиятельных центров современного мира» в повышении устойчивости системы мировых отношений на базе существующих и понятных «правил игры». Миссия страны в обеспечении мирового правопорядка нашла отражение в национальных интересах: «поддержание стратегической стабильности, укрепление мира и безопасности, правовых основ международных отношений». Вызывает тревогу и озабоченность обозначенная в Стратегии вероятность решения противоречий между странами с применением военной силы и обуславливает увеличение военной мощи РФ.

Если в Стратегии НБ (2015) «конкурентоспособность» рассматривалась в экономическом контексте, то в новой редакции она стала неотъемлемым элементом и фактором, определяющим положение России в мире. При этом критериями конкурентоспособности страны определены состояние науки и образования, инновационной сфере, промышленности, здравоохранения и культуры.

Существенным образом конкретизированы национальные интересы, которые увеличились количественно. К традиционному повышению качества жизни, добавилось благосостояние граждан; «обеспечение стабильного демографического развития» заменено на «сбережение народа России», таким образом, полагаем, декларируется отсутствие видимых успехов от реализации демографической государственной политики.

Укрепление законности, правовой защиты граждан и собственности, искоренение коррупции стали для РФ новыми национальными интересами.

«Устойчивое развитие российской экономики на новой технологической основе» заменил ранее закрепленный национальный интерес «повышение конкурентоспособности национальной экономики», что указывает на смену индикаторов оценивания экономики за счет снижения значимости внешнеэкономических сравнений и пере-

ход на внутрисистемные характеристики – постоянный позитивный рост и инновационную составляющую. Следует отметить, что анализ одноименного национальному интересу раздела Стратегии НБ позволяет сделать вывод о том, что в словосочетание «устойчивое развитие» предусматривает постоянный позитивные рост национальной экономики, нежели контекст, заложенный в концепции ООН «устойчивого развития» и изложенный комиссией под руководством Гру Брундтланда.

Совершенно новые интересы сформулированы в области обеспечения безопасности информационного пространства и экологической безопасности, что переводит проблемы в этих областях в разряд первостепенных. В части экологической безопасности и рационального природопользования в новой Стратегии был решен некоторый парадокс – стратегический национальный приоритет в этой сфере был продекларирован в документе (2015), а соответствующий национальный интерес не был закреплен. Абсолютно новый стратегический национальный приоритет, который предстоит реализовывать в целях обеспечения национальной безопасности – информационная безопасность, который соответствует добавленному в Стратегию национальному интересу.

Изменение национальных интересов соответствующим образом модифицировали стратегические национальные приоритеты. Помимо немного трансформированных приоритетов в области экологической безопасности и рационального природопользования без изменений остались оборона страны, государственная и общественная безопасность. Следует отметить, что в формулировании стратегических национальных приоритетов усматривается тенденция к их обобщению. Так, «повышение качества жизни российских граждан и здравоохранение» заменил в соответствии с национальным интересом более емкий приоритет «сбережение народа России и развитие человеческого потенциала». То же можно сказать про приоритет «научно-техническое развитие», которое безусловно включает в себя и науку, и технологии, и образование, составляющие национальные приоритеты в предыдущей редакции, а также иные элементы, факторы, механизмы и т.д., не учтенные ранее.

Представляет интерес, что национальный интерес «устойчивое развитие российской экономики на новой технологической основе» предполагается обеспечивать за счет реализации стратегического национального приоритета «экономическая безопасность». Усматривается трансформация понимания экономической безопасности. Напомним, что в стратегии экономической безопасности РФ до 2030 г. (2017) категория определена как состояние защищенности национальной экономики от внешних и внутренних угроз, при котором обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства, условия для реализации стратегических национальных приоритетов Российской Федерации [5]. Полагаем, что именно конкретное состояние национальной экономики может позволить обеспечить что-либо, а не состояние защищенности. При этом суверенитет и единство экономического пространства могут быть обеспечены при крайне низких значениях экономических показателей, что будет способствовать возникновению на социальной напряженности и негативно отразится на уровне национальной безопасности. Таким образом, логично представление целевой функции и критерия уровня экономической безопасности через устойчивое развитие национальной экономики. Исходя из цели обеспечения экономической безопасности, представленной в соответствующем разделе можно предложить формулировку категории «экономическая безопасность» просматривающуюся в новой Стратегии, как такое состояние национальной экономики, при котором обеспечивается укрепление экономического суверенитета страны, повышение конкурентоспособности российской экономики и ее устойчивости в условиях воздействия внешних и внутренних угроз, а также создаются условия для экономического роста РФ.

Также, как и в предыдущей редакции экономические вопросы рассматриваются в контексте каждого стратегического национального приоритета.

Раздел, посвященный стратегическому национальному приоритету «экономическая безопасность» описывает новые реалии экономической деятельности и, пожалуй, впервые в нем сделан акцент на внутренний потенциал страны при сохранении открытости отечественной экономики. В Стра-

тегии НБ закреплена цель обеспечения экономической безопасности РФ, которая по содержанию близка цели государственной политики в области обеспечения экономической безопасности, закреплённая в Стратегии экономической безопасности до 2030 г. (2017). Однако изложение раздела основано на принципиально новом подходе. Если в Стратегии НБ (2015) предполагалось противодействовать угрозам экономической безопасности, то есть реагировать на имеющиеся негативные воздействия, то в Стратегии НБ (2021) планируются действия на опережение и предлагаются для решения задачи по обеспечению экономической безопасности. Ряд задач в области обеспечения национальной безопасности соответствует задачам государственной политики, изложенным в Стратегии экономической безопасности РФ до 2030 г. (2017). В частности, это касается задач в области государственного контроля, регионального развития и пространственного размещения производительных сил, теневого и криминального секторов экономики, создания благоприятного климата для инвестирования и ведения экономической деятельности.

Заметим, что задачи изменились качественно и количественно, и увеличились до тридцати пяти, то есть на двадцать задач. Несмотря на то, что частично содержание задач предыдущей Стратегии НБ (2015) сохранилось, отчетливо прослеживается произошедшая переоценка направлений деятельности в области обеспечения экономической безопасности РФ за счет их модернизации и расширения.

С нашей точки зрения, основополагающей является задача по обеспечению институциональной и структурной перестройки национальной экономики на современной технологической основе, которая требует, как минимум переосмысления норм и правил, как с позиции их состоятельности в содействии развитию экономической системы, так и с позиции создания условий по активизации внедрения инноваций в экономику страны. Второй элемент задачи касается структурных трансформаций, что требует проведение «инвентаризации» существующей структуры экономической системы и понимание того, какой она должна быть. В различных формулировках внедрение инноваций предусмотрено в двадцати процентах задач.

Ориентация на внутренний потенциал еще раз продемонстрирована в задачах в области обеспечения экономической безопасности, в частности за счет повышения платежеспособного внутреннего спроса, стимулирования использования внутренних источников для инвестирования в основной капитал, приоритетного использования отечественной продукции при решении задач модернизации экономики.

Выделены две задачи по преодолению критической зависимости российской экономики от импорта технологий, оборудования и комплектующих, а также в области племенного дела, селекции, семеноводства и аквакультуры. При этом в технологической части предусмотрены меры по преодолению зависимости, но в части животноводства, растениеводства и рыболовства таких мер не предусмотрено.

Отраслевой аспект изложен в задачах в области обеспечения экономической безопасности и затрагивает помимо указанных отраслей: авиационную, судостроительную отрасли, ракетно-космическую промышленность, двигателестроение, атомного энергопромышленного комплекса, сферу информационно-коммуникационных технологий, строительство, связь, энергетику, сельское хозяйство, добычу полезных ископаемых, машиностроение в целом и приборо- и станкостроения в частности, обороно-промышленный комплекс, производство лекарственных средств и медицинских изделий. Отдельно выделены обобщенные задачи, касающиеся реального и финансового секторов экономики, а также задачи развития инфраструктур рыночной, энергетической, инженерной, инновационной, транспортной, социальной, инфраструктуры финансовых рынков, в том числе платежной инфраструктуры.

Принципиально новыми в стратегических документах являются задачи по дедолларизации национальной экономики, установлению принципа приоритетности трудоустройства российских граждан, сохранение в собственности государства имущества предприятий и других организаций, имеющих стратегическое значение, в том числе пакетов акций.

### Заключение

Таким образом, утверждённая Стратегия национальной безопасности РФ обозначи-

ла области, требующие научного обоснования и поиска в области теории и практики обеспечения экономической безопасности. Ключевым вопросом, полагаем, является уточнение границ и областей пересечения, если они есть, экономической безопасности и устойчивости национальной экономики, параметров и индикаторов экономической безопасности и устойчивости национальной экономики.

Несмотря на то, что устойчивое развитие в Стратегии не базируется на соответствующей концепции ООН, требуется системати-

зация направлений этого развития, а также его критериев. Не менее значимым является вопрос роли экономической безопасности в обеспечении такого развития. Его значимость определяется тем, что существует возможность дальнейшей подмены функций менеджмента по управлению экономикой и экономическими отношениями на любом уровне на функции по обеспечению экономической безопасности, что отрицательно отразится на развитии теории и методологии экономической безопасности и на эффективности решений, принимаемых на практике.

*Библиографический список*

1. Ильин В.А. Стратегия национальной безопасности-2015-шаг к новому этапу развития России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. № 1 (43).
2. Крохичева Г.Е., Архипов Э.Л., Восканова А.С. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации в системе экономической безопасности // Вестник евразийской науки. 2017. Т. 9. № 1 (38). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategiya-natsionalnoy-bezopasnosti-rossiyskoy-federatsii-v-sisteme-ekonomicheskoy-bezopasnosti> (дата обращения: 04.07.2021).
3. Русин С.Н. Экологическая безопасность в системе национальной безопасности Российской Федерации (новации, достижения и проблемы новой Стратегии национальной безопасности и проекта Стратегии экологической безопасности) // Административное право и процесс. 2017. № 5. С. 25-28.
4. Указ Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». URL: <https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=389271&dst=100190&date=04.07.2021&demo=2>.
5. Указ Президента РФ от 13.05.2017 № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» URL: <https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=216629&dst=100019&date=04.07.2021&demo=2>.
6. Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». URL: <https://login.consultant.ru/link/?req=doc&base=LAW&n=191669&dst=100138&date=04.07.2021&demo=2>.
7. Урсул А.Д. Стратегия национальной безопасности России и образование для устойчивого развития // Открытое образование. 2009. № 4. С. 63-72.

УДК 330.3:330.191.66:12.22

***М. Л. Шер***

СКФ ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»,  
ФГБОУ ВО «Кубанский Государственный Университет»,  
Краснодар, e-mail: mlsher@yandex.ru

***Л. В. Миронов***

ФГБОУ ВО «Кубанский Государственный Технологический Университет»,  
СКФ ФГБОУ ВО «Российский государственный университет правосудия»,  
Краснодар, e-mail: leniamironoff@yandex.ru

## **ВОПРОСЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННО-ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ**

**Ключевые слова:** инвестиционная деятельность, инвестиционная привлекательность, государственное регулирование, инновационные процессы, эффективная экономическая политика, правовое регулирование инвестиционной деятельности.

В статье обсуждаются вопросы, связанные с государственным регулированием инвестиционных процессов в экономике России на современном этапе. Государство, наравне со всеми участниками инвестиционного процесса заинтересовано в создании инвестиционной инфраструктуры, в финансировании научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, в разработке долгосрочных стратегических планов инновационного развития, поскольку инвестиции позволяют развивать экономику. Благоприятная среда для развития инвестиционной деятельности в регионах позволяет поддерживать российский бизнес и обеспечивать его конкурентоспособность. Деятельность государства представляет собой институт инвестиционных отношений по регулированию и поддержке инвестиционного режима на международном, национальном и региональном уровнях. В своей работе авторы раскрывают вопросы важности и необходимости увеличения уровня финансового обеспечения инвестиций в основной капитал, рассматривают составляющие инвестиционного климата территорий и, имеющиеся определенные барьеры в организации инвестиционной деятельности, поскольку без решения данного вопроса, невозможно решить в перспективе вопросы, связанные с ростом экономики страны.

***M. L. Sher***

Russian State University of Justice, Kuban State University, Krasnodar,  
e-mail: mlsher@yandex.ru

***L. V. Mironov***

Kuban State Technological University, Russian State University of Justice,  
Krasnodar, e-mail: leniamironoff@yandex.ru

## **ISSUES OF STATE REGULATION INVESTMENT AND INNOVATION ACTIVITIES IN THE RUSSIAN FEDERATION**

**Keywords:** investment activity, investment attractiveness, government regulation, innovation processes, effective economic policy, law regulation in investment activity.

The article discusses issues related to state regulation of investment processes in the Russian economy at the present stage. The state, along with all participants in the investment process, is interested in creating an investment infrastructure, in financing research and development work, in developing long-term strategic plans for innovative development, since investments allow the development of the economy. A favorable environment for the development of investment activities in the regions allows supporting Russian business and ensuring its competitiveness. The activity of the state is an institution of investment relations to regulate and support the investment regime at the international, national and regional levels. Authors disclose the importance and need to increase the level of financial support for investments in fixed assets, considering territorial investment climate components and the existing certain barriers in organizing investment activities, since without solving this issue, it is impossible to solve in the future issues related to the growth of the country's economy.

*«Наилучший способ измерить ваш инвестиционный успех заключается не в том, чтобы заработать больше рынка, а в том, чтобы иметь финансовый план и поведенческую дисциплину и следовать им. Именно они (план и дисциплина), наиболее вероятно, приведут вас туда, куда вы хотите».*

*Бенджамин Грэхэм  
(Benjamin Graham)*

## Введение

В условиях действительности разработка концептуальных основ инновационно-ориентированной инвестиционной политики российских регионов является приоритетной в экономическом развитии. Важное место в этом вопросе занимает правовое регулирование процесса реализации инвестиционной политики на местах, от начала разработки комплексных программ до окончательного решения вопросов по инвестиционному обеспечению инновационно-ориентированных предприятий. Потенциальные инвесторы в приоритете видят вложение своих средств в перспективные отрасли хозяйства и инновационные технологии реального сектора национальной экономики. Современные инновационные технологии не всегда быстро окупаемы, что вызывает определенные «опасения» у инвесторов, поэтому необходимо расширять действие льгот, преференций, когда инвестиции используются на инновационные цели.

Инвестиционная деятельность является очень важным инструментом развития экономики любого государства, поскольку позволяет возводить новые промышленные и торговые объекты, создавать научно-исследовательские центры и т.д. Но все эти вопросы, возникающие в процессе инвестиционной деятельности, напрямую связаны с их правовым регулированием, которое в том числе должно защищать интересы инвесторов. В федеральном законе от 01.04.2020 N 69-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «О защите и поощрении капиталовложений в Российской Федерации» прописано регулирование отношений, возникающих в связи с осуществлением инвестиций на основании соглашения о защите и поощрении капиталовложений [10]. В рамках данного закона прописано создание государственной информационной системы «Капиталовложения», позволяющей осуществлять информационное обеспечение процессов в рамках поддержки

развития инвестиционной и хозяйственной деятельности, защиту и поощрение капиталовложений в инвестиционно-инновационной деятельности в РФ.

Инвестиционное право – это совокупность правовых норм, регулирующих общественные отношения по поводу привлечения, использования и контроля за инвестициями и осуществляемой инвестиционной деятельностью, а также отношения, связанные с ответственностью инвесторов за действия, противоречащие законодательству [1].

Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» (ред. от 08.12.2020) определяет правовые и экономические основы инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, на территории Российской Федерации регулируются международными договорами и нормативными правовыми актами Российской Федерации [9].

Основы правового регулирования инвестиционной деятельности регламентируют внутриэкономическое взаимодействие, такое как, порядок использования имеющихся на территории производственных факторов, потоки финансовых средств, направляемых на реализацию инвестиционных проектов, систему налогообложения, льготы и государственные гарантии. Обеспечение реализации современных проектов, связанных с инвестированием различной деятельности достигается за счет применения имеющегося инвестиционного потенциала территорий, где все показатели должны показывать отрегулированную совокупность финансовых ресурсов, проявляющихся в материальных, технических и нематериальных активах. Инвестиции позволяют сформировать и развить передовые инновационные технологии, что в свою очередь, принесет развитие как территорий, так и страны в целом, предоставит большую социальную отдачу, что на сегодняшний момент является очень важным фактором.

Рассматривать инвестиционную деятельность в отрыве от норм права невозможно, поскольку она затрагивает большое количество как участников, так и средств. «Институт инвестиционного права – это объективно-обусловленная структура, состоящая из норм инвестиционного права, объединенная в единый правоприменительный комплекс, согласованно регулирующий качественно однородный определенный вид

общественных отношений в сфере инвестиционной деятельности» [8].

Вся мировая и российская экономики оказались в достаточно затяжном кризисе, который привел многие страны к сложному состоянию экономической ситуации. Россия и остальные государства вынуждены адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам в жестких внешних условиях, которые существенно влияют на всю экономическую и социальную ситуацию внутри страны.

Экономический кризис 2020 года оказал глобальное негативное влияние на экономику РФ, кроме того, из-за введенных санкций и в условиях снижения нефтегазовых котировок кардинально снизилась инвестиционная привлекательность большинства регионов и страны в целом. Перед руководством страны стоит важная задача посткризисного восстановления экономики в целом, использо-

вать научный и технический потенциал для привлечения инвесторов. Привлекать инвестиции не только в традиционные сферы, но и с учетом вызовов современности, развивать экологию, лекарственную безопасность, биотехнологию, таргетную терапию, прорывные генетические технологии.

Ключевым результатом инвестиционно-инновационной деятельности в России в целом, является повышение инвестиционного потенциала регионов. В рамках работы экономического Форума в Санкт-Петербурге составлен рейтинг инвестиционной привлекательности регионов Российской Федерации. В лидерскую «пятерку» вошли Москва, Республика Татарстан, Тюменская область, Тульская область и Республика Башкортостан.

Оценим современное состояние инвестиционного климата в ряде субъектов РФ (таблица).

Распределение субъектов РФ по рейтингу инвестиционного климата 2020 [14]

Регион	Место в 2020 г.	Место в 2019 г.	Динамика
Амурская область	26	—	
Белгородская область	7	8	+1
Воронежская область	15	15	—
Ивановская область	28	—	—
Калининградская область	23	30	+7
Калужская область	8	4	-4
Камчатский край	27	28	+1
Краснодарский край	6	13	+7
Ленинградская область	13	9	-4
Липецкая область	24	23	-1
Москва	1	1	—
Московская область	5	7	+2
Нижегородская область	18	—	—
Новгородская область	11	14	+3
Новосибирская область	19	19	—
Республика Башкортостан	9	16	+7
Республика Саха (Якутия)	20	22	-2
Республика Татарстан	2	2	—
Самарская область	22	24	+2
Санкт-Петербург	4	5	+1
Сахалинская область	30	—	—
Смоленская область	16	20	+4
Тамбовская область	21	12	-9
Тульская область	3	6	+3
Тюменская область	12	3	-9
Удмуртская Республика	29	29	—
Ульяновская область	17	10	-7
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	14	17	+3
Челябинская область	25	21	-4
Ярославская область	10	18	+8

Как видно из таблицы, являющейся поддержкой из национального рейтинга состояния инвестиционного климата в регионах России, который ежегодно готовит Агентство стратегических инициатив (АСИ) совместно с деловыми объединениями, первое место занимает Москва заняла первое место, второе место – Республика Татарстан, третью строчку рейтинга заняла Тульская область. В первую десятку рейтинга вернулись Краснодарский край, вошли Республика Башкортостан и Ярославская область [14].

В данном рейтинге оценивается работа региональных управленческих команд по созданию благоприятных условий ведения бизнеса в регионе. Он рассчитывается на основе опросов предпринимательского сообщества данной территории и учитывает инвестиционный потенциал и инвестиционный риск. Руководство данных регионов проводит грамотную политику, направленную на привлечение инвестиций, предоставляет преференции, льготы для инвесторов, представляет интересные проекты для развития бизнеса в своих территориях.

Из анализа различных аналитических источников можно сделать вывод о том что, российские регионы остаются привлекательными для инвесторов, несмотря на потери некоторых европейских партнеров и общую политическую ситуацию в мире по отношению к нашей стране, что говорит о правильном стратегическом направлении, осуществляемом руководством, в частности, Совет Федерации в Постановлении от 8 июля 2020 года № 274-СФ «О предложениях Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по формированию концепции федерального бюджета на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов»

рекомендовал Правительству Российской Федерации стимулировать применение субъектами Федерации инвестиционного налогового вычета, в том числе обеспечив признание данного вычета эффективной налоговой льготой, и предусматривая ассигнования из федерального бюджета на частичную компенсацию выпадающих доходов региональных бюджетов от применения инвестиционного налогового вычета [6].

Происходящие трансформации в обществе, полностью меняют содержание экономики, которая становится цифровой, и это меняет подходы в инвестиционной деятельности – инвестиции не рассматриваются без инноваций, что в свою очередь накладывает определенный отпечаток на правовую сторону инвестиционной деятельности.

Инвестиционная сфера с правовой точки зрения зависит от гражданского законодательства, частично административного, бюджетного и налогового, таким образом инвестиционное законодательство объединяет в себя нормы права разной отраслевой принадлежности. В настоящее время данные замечания имеют особую значимость, поскольку в юридической науке принято делить инвестиции на реальные и финансовые. Правовое регулирование инвестиционной деятельности будет эффективным тогда, когда будет единообразный подход в законодательстве, единый предмет, принципы и методы правового регулирования, поскольку достаточно сложно эффективно регулировать отношения, находящиеся в различных правовых плоскостях. Инвестиционный потенциал государства учитывает основные макроэкономические характеристики, такие, как: насыщенность территории факторами производства, потребительский спрос населения и так далее (рис. 1).



Рис. 1. Инвестиционный потенциал государства

Совокупный потенциал страны складывается из восьми отраслевых потенциалов: трудовой, потребительский, инфраструктурный, производственный, инновационный, финансовый, институциональный, ресурсно-сырьевой [11].

С ростом значимости наукоёмких производств и невозможности существования экономик изолированно, несмотря на противоречивость вопросов глобализации, эффективное развитие национальной экономики без инвестиционных вливаний зарубежных инвесторов становится невозможно, из-за чего существует необходимость полной интеграции в международное экономическое сообщество. Вследствие чего, в настоящее время в России необходимо развивать прозрачные инвестиционные стратегии, благодаря которым можно будет решить проблемы «ловушки средних доходов», предотвращение дальнейшего бегства капитала из производственной сферы, и в целом развития экономического потенциала.

#### **Материалы и методы исследования**

Вопросы привлечения инвестиций в российскую экономику являются очень важными и значимыми на сегодняшний момент, это обусловлено необходимостью модернизировать, переоснащать производства современным оборудованием, внедрять инновационные технологии, увеличивать экспорт продуктов переработки. Именно такие задачи, являются первоочередными, и решать их нужно на всех уровнях.

Несмотря на то, что избыточный контроль со стороны государства иногда «лишает» инвестиционную привлекательность для иностранных инвесторов, мы считаем, что при отсутствии соответствующего регулирования со стороны государства осуществлять инвестиционную деятельность на международном рынке практически неосуществимо. Обеспечение безопасности привлечённого капитала и хорошо функционирующая судебная ветвь власти в значительной степени способствуют формированию и развитию системы эффективного управления инвестиционной деятельностью. При этом для государства – основной причиной регулировать инвестиционные процессы является функция выбора стратегических инвестиционных приоритетов, концентрация бюджетных ресурсов на конкретных целях, где на государственном уровне определяются приоритетные направления с учетом ма-

кроэкономической ситуации, что устраняет фактор неопределенности.

Несмотря на все существующие проблемы и трудности, связанные с политической ситуацией вокруг Украины, Крыма, Северного потока, в нашей стране проводится работа по созданию и поддержанию положительного имиджа Российской Федерации, ежегодно размещается оценка инвестиционной привлекательности регионов России, публикуется информация о принимаемых мерах, стимулирующих инвестиционную деятельность.

Правительством Российской Федерации принято Постановление от 31.03.2020 N 376 (ред. от 31.03.2021) «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика»», которые расставляют приоритеты и цели государственной политики, в том числе общие требования к государственной политике субъектов Российской Федерации [5]. Сама государственная программа определяет основные задачи для создания условий, позволяющих развивать конкуренцию, привлекать инвестиции в экономику РФ, стимулировать инновации и т.д., сроки выполнения данной программы 31.12.2024 [3].

Особенное внимание в инвестиционной сфере уделяется современным инновационным технологиям. Инновационный путь развития страны – это тот путь, который позволит России обеспечить макроэкономическую стабильность, но основным барьером для развития проектов, связанных с современными новейшими технологиями, является отсутствие доступного финансирования. Очень важным в этом вопросе является необходимость создания системы институтов инновационного развития (в качестве примера, можно привести Фонд «Сколково», Фонд содействия инновациям и др.), поскольку в «Глобальном инновационном индексе» (ГИИ, Global Innovation Index), в котором отражаются результаты мониторинга инновационных систем ведущих стран мира и составляется их рейтинг по уровню инновационного развития, Россия находится на 47 месте по итогам 2020 года. Такой показатель говорит о том, что дальнейшая государственная поддержка исследований и научно-исследовательских разработок во всех секторах экономики должна стать приоритетом для РФ. Очень важна поддержка со стороны государства в инновационной сфере, необходимо

всячески способствовать внедрению во все сферы жизнедеятельности технологические и технические инновации, развивать науку, образование, финансировать наукоемкие отрасли промышленности и производства, разрабатывать программы по территориальным кластерам. По данным статистики общий объем затрат на инновационную деятельность в 2019 г. в РФ составил 1,95 трлн руб.

«Для улучшения инвестиционного климата в РФ на всех уровнях реализуются меры, направленные на совершенствование законодательства в части упрощения условий ведения бизнеса, сокращения административных барьеров, обеспечения необходимого качества правоприменительной практики. Для улучшения инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации были утверждены распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.01.2017 № 147-р 12 целевых моделей упрощения процедур ведения бизнеса и повышения инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации по 9 направлениям. Целевые модели разработаны на основе лучших региональных практик совместно с регионами России и предпринимателями и предполагают совокупность обязательных целевых показателей (сроки, стоимость, количество процедур) и мероприятий по ключевым факторам, наиболее влияющих на бизнес-среду» [16].

В условиях рыночной экономики государственное регулирование инновационно-инвестиционных процессов включает различные формы и методы создания благоприятных условий для роста инвестиционной активности соответствующих субъектов, а также прямого участия государства в инвестиционной деятельности, для чего используются как экономические, так и административные методы воздействия, формирующие инвестиционную политику страны (рис. 2).

Инвестиционная политика государства, как и любая другая, основывается на нормативно – правовых актах, которые должны создавать юридические коллизии, а представлять собой стройную и налаженную государственную систему управления инвестиционным процессом, гарантировать правовую защищенность инвестора и регламентировать порядок использования выгодных в контексте инвестиций факторов производства, где наличие большого количества правовых механизмов позволяет качественно управлять инвестиционные процессы. «Анализ отечественного правового обеспечения в области инвестиционной деятельности позволяет отметить две важные тенденции: его ориентацию на совершенствование правового регулирования финансовых рынков и развитие инвестиционного законодательства в каждом конкретном субъекте РФ» [7].

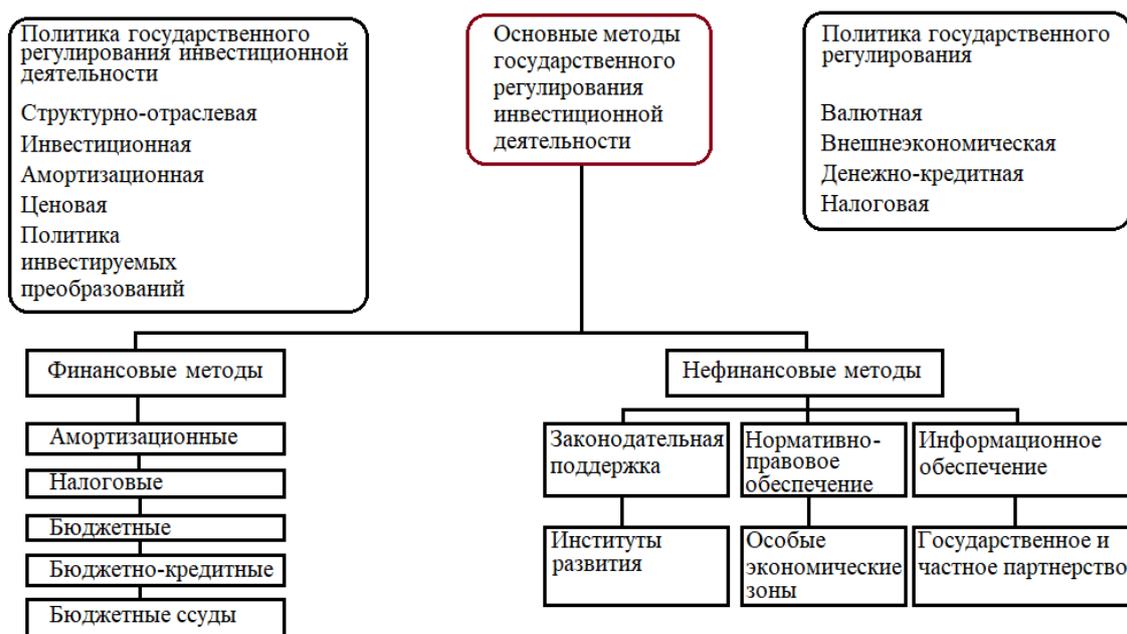


Рис. 2. Методы государственного регулирования инвестиционной деятельности

В РФ наряду с территориями, существуют специальные административные районы (САР), созданные для привлечения иностранных инвесторов и удобства их работы в этих районах, для этого с 2018 года вступили в силу ряд Федеральных законов: «О специальных административных районах на территориях Калининградской области и Приморского края»; «О международных компаниях и международных фондах»; «О внесении изменений в Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле»» в связи с принятием Федерального закона «О специальных административных районах на территориях Калининградской области и Приморского края», Федерального закона «О международных компаниях и международных фондах»; «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О специальных административных районах на территориях Калининградской области и Приморского края»», Федерального закона «О международных компаниях»; «О внесении изменений в Кодекс торгового мореплавания Российской Федерации в части создания Специального судового реестра в связи с принятием Федерального закона «О международных компаниях»»; «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О специальных административных районах на территориях Калининградской области и Приморского края»».

На уровне министерств и ведомств в РФ, для обеспечения инвестиционной привлекательности, проводится работа по совершенствованию институтов корпоративного управления, направленная на построение сбалансированной системы корпоративного законодательства, также прорабатывается вопрос об имплементации институтов корпоративного права, широко используемых в иностранных юрисдикциях [16].

Практически все регионы России занимаются созданием условий для формирования благоприятного инвестиционного климата, поскольку это влечет за собой развитие региона в целом, создание новых рабочих мест, модернизацию существующих производств, повышение квалификации

персонала, привлечение молодежи в эти регионы, развитие инфраструктуры, реализацию программ благоустройства и многое другое. Нужно отметить, что наличие инвестиционного законодательства на региональном уровне является положительным знаком для инвесторов, говорящем о большой заинтересованности территорий в них и признаком «зрелости» регионального правового режима. На рисунке 3 представлены основные инструменты регионального регулирования инвестиционной деятельности, позволяющие создать благоприятную инвестиционную среду, при этом стоит отметить, что на территориальном уровне инвестиционная деятельность имеет свои ограничения.

Анализ материалов инвестиционной привлекательности регионов говорит о том, что существуют отдельные проблемы и инвестиционной привлекательности, и механизмов их решения, порой отсутствует баланс между интересами местного населения, инвесторов и органов власти.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Для того, чтобы сформировалась в стране экономика с эффективной инвестиционной средой необходимо использовать системный подход регулирования инвестиционной деятельностью на всех уровнях управления. Так же нужно учитывать особенности и потенциал разных регионов, например, в Краснодарском крае можно большое внимание уделить туристскому комплексу и санаторно-курортной сфере, кроме того, достаточно привлекательной для инвесторов является сфера виноградарства и виноделия.

Рассмотрев вопросы правового регулирования в инновационно-инвестиционной сфере в нашей стране, можно сказать, что необходимо продолжать серьезную работу по совершенствованию правового регулирования данной сферы, контролю за исполнением нормативно-правовых актов, с обязательной корректировкой, отвечающей веяниям и требованиям текущего момента, поддержкой малого и среднего предпринимательства, занимающегося инновационной деятельностью, развитием инвестиционной деятельности в каждом конкретном субъекте РФ.

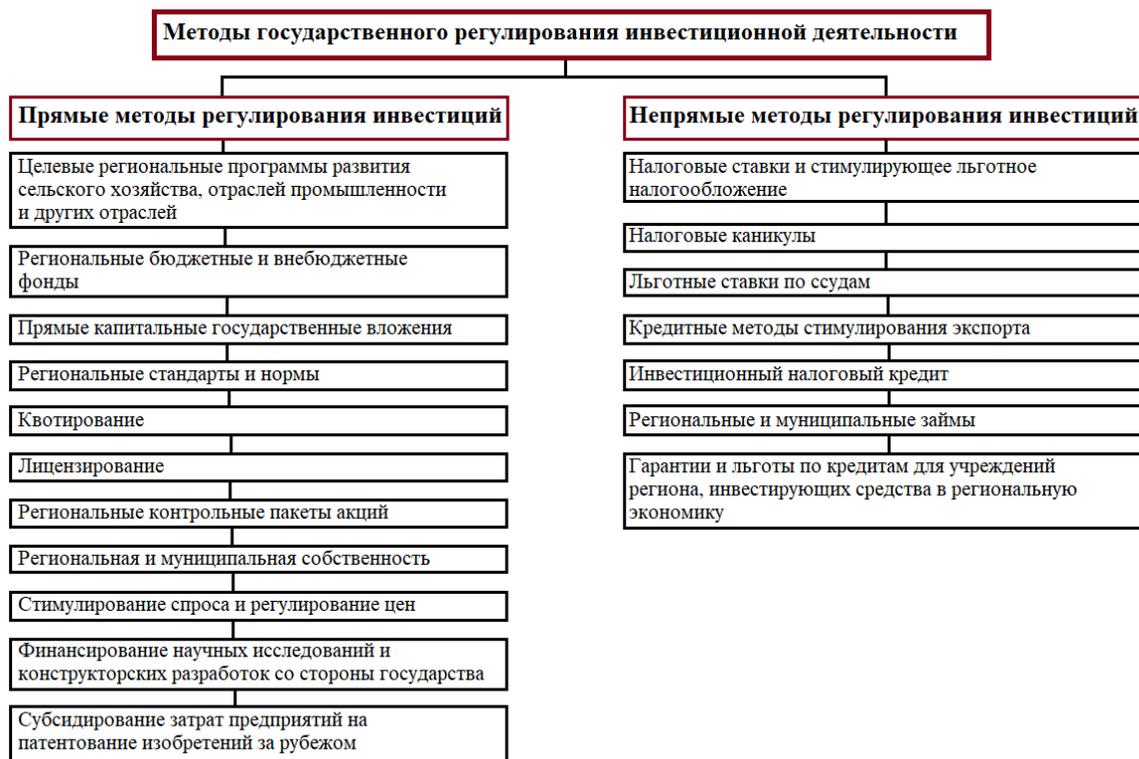


Рис. 3. Инструменты регионального регулирования инвестиционной деятельности

Для повышения инвестиционной привлекательности нужно формировать привлекательные условия для инвесторов, а также вести поиск альтернативных источников финансирования производства. Государственное регулирование в рамках этой правовой базы основано на взаимосвязанных правовых основаниях разного уровня иерархии: федеральные нормативно-правовые акты, региональные нормативно-правовые акты, муниципальные нормативно-правовые акты и локальные правовые акты отдельных организаций. Государственное регулирование инвестиционной деятельности осуществляется положениями базовых и комплексных отраслей права [6].

Инвестиции несут определенные риски для инвестора, что влечет за собой проведение аудит эффективности инвестиционной стратегии, включающих объемы финансовых вложений, период окупаемости, применение инновационных технологий, изучение правовых вопросов и ряд других аспектов [12].

Существуют нормативно правовые акты всех уровней: федеральные нормативно-правовые акты, основополагающие законы, регламентирующие документы на регио-

нальном и муниципальном уровнях. «Существующая система оценки эффективности инвестиций более соответствует понятию набора (простых и дисконтированных) показателей, а не системы, причем приоритет отдается дисконтированным показателям, так как расчетный срок их исчисления охватывает весь жизненный цикл инвестиционных проектов и учитывается фактор времени» [13].

Начиная с 2014 году всю мировую экономику периодически «штормит» от санкций, применяемых к России, от политических ситуаций, происходящих в тех, или иных государствах, и это повлекло сокращение объема инвестиций в экономику РФ, выведение капитала из страны. Серьезные последствия сложились в экономике и в результате локдауна 2020 года. Хотя Россия, в результате грамотной экономической политики на макроэкономическом уровне, пострадала меньше, чем другие страны, но последствия ощущаются до сих пор.

### Заключение

Инвестиционный процесс определяет устойчивое функционирование регионов,

повышая тем самым экономический и социальный потенциал, является действенным механизмом социально-экономических преобразований территорий и государства, в целом, и достижение эффективных значимых индикаторов инвестиционного развития. Он напрямую зависит от взаимосвязи целей и задач, и идентичности потенциалов и производственных действий субъектов всего инвестиционно-инновационного процесса. Прямые международные инвестиции в экономику, опирающуюся на инновационные технологии, являются одним из важнейших инструментов обеспечения конкурентоспособности страны на мировом рынке, их значимость трудно переоценить. Внутренние инвестиции в рамках программ импортозамещения способны стабилизировать экономическое развитие, однако в отличие от иностранных инвести-

ций они не приводят к улучшению платёжного баланса страны на валютном рынке, но активизация процесса инвестирования становится одним из наиболее эффективных механизмов социально-экономического развития страны.

Анализируя современное состояние правового регулирования инвестиционной деятельности, мы пришли к выводу, что необходимо и дальше развивать, и совершенствовать региональное инвестиционное законодательство, принимать нормативно-правовые акты на муниципальном уровне, выстраивать систему правового регулирования инвестиционной деятельности в Российской Федерации. Все эти вопросы требуют анализа передового эффективного регионального опыта инвестиционной деятельности в нашей стране и других государствах.

*Библиографический список*

1. Богатырев А.Г. Инвестиционное право. М.: Российское право, 1992. 272 с.
2. Бочкарева Е.А., Бутько Л.В. Административное и финансовое право в условиях новой экономической реальности: опыт и перспективы // Журнал юридических исследований. 2018. Т. 3. № 1. С. 148-158.
3. Государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика» [Электронный ресурс]. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/departments/d19/gosudarstvennaya\\_programma\\_ekonomicheskoe\\_razvitie\\_i\\_innovacionnaya\\_ekonomika](https://www.economy.gov.ru/material/departments/d19/gosudarstvennaya_programma_ekonomicheskoe_razvitie_i_innovacionnaya_ekonomika) (дата обращения: 23.05.2021).
4. Мороз С.П. Инвестиционное право: учебник. М.: ЮСТИЦИЯ, 2018. 72 с.
5. Постановление Правительства РФ от 31.03.2020 N 376 (ред. от 31.03.2021) «О внесении изменений в государственную программу Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика»» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_349854](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_349854) (дата обращения: 23.05.2021).
6. Постановление СФ ФС РФ от 08.07.2020 N 274-СФ «О предложениях Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по формированию концепции федерального бюджета на 2021 год и на плановый период 2022 и 2023 годов». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=EXP&n=744533#07046212116224888> (дата обращения: 23.05.2021).
7. Старшов А.А. Правовое регулирование инвестиционной деятельности в Российской Федерации // Концепт. 2019. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pravovoe-regulirovanie-investitsionnoy-deyatelnosti-v-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 23.05.2021).
8. Фархутдинов И.З., Трапезников В.А. Инвестиционное право: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2018. 273 с.
9. Федеральный закон от 25.02.1999 № 149-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации» (ред. от 08.12.2020) [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_101534/3e82feb052a80e2dc03247fbc682fb489ec8e42/#dst100016](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_101534/3e82feb052a80e2dc03247fbc682fb489ec8e42/#dst100016) (дата обращения 20.05.21).
10. Федеральный закон от 01.04.2020 N 69-ФЗ (ред. от 30.12.2020) «О защите и поощрении капиталовложений в Российской Федерации» [Электронный ресурс]. URL: <https://demo.consultant.ru/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=372945#0714782716843007>. (дата обращения: 20.04.21).
11. Чуб Б.А. Управление инвестиционными процессами в регионе: монография. М.: Буквица, 1999. 186 с.
12. Шер М.Л., Опрышко Е.Л., Миронов Л.В. Пути развития инвестиционной привлекательности и стратегический аудит предприятий // Экономика и предпринимательство. 2017. № 9-1 (86). С. 973-977.
13. Шер М.Л. Проблемы оценки эффективности инвестиционных проектов в посткризисных условиях // Управление социально-экономическим развитием регионов: проблемы и пути их решения:

материалы Международной научно-практической конференции (Курск, 1 июля 2011 г.) / отв. ред. Горохов А.А. Курск: Юго-Западный государственный университет, 2011. С. 266-268.

14. Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России 2021 года. [Электронный ресурс]. URL: <https://delen.ru/investicii/rejting-regionov-po-investicionnoj-privlekatelности.html> (дата обращения: 23.05.2021).

15. Совершенствование корпоративного законодательства и привлечение инвестиций. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya\\_deyatelnost/sovershenstvovanie\\_korporativnogo\\_zakonodatelstva\\_i\\_privlechenie\\_investiciy](https://www.economy.gov.ru/material/directions/investicionnaya_deyatelnost/sovershenstvovanie_korporativnogo_zakonodatelstva_i_privlechenie_investiciy) (дата обращения: 23.05.2021).

16. Тезисы выступлений Министра экономического развития Российской Федерации. [Электронный ресурс]. URL: [https://www.economy.gov.ru/material/file/7adc655f8401c1ab850ecd59abc67264/invest\\_.pdf](https://www.economy.gov.ru/material/file/7adc655f8401c1ab850ecd59abc67264/invest_.pdf) (дата обращения: 23.05.2021).

УДК339.138

*А. Б. Штриков*

ФГАОУ ВО «Самарский Государственный экономический университет», Самара,  
e-mail: ashtrikov@yandex.ru

*Д. Б. Штрикова*

ФГБОУ ВПО «Самарский Государственный технический университет», Самара,  
e-mail: shtrikovadb@yandex.ru

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ**

**Ключевые слова:** маркетинговые мероприятия, планирование маркетинга, интернет-технологии, рынок, образовательная организация.

Интенсивный рост конкуренции на рынке образовательных услуг требует от организации ведения активной маркетинговой деятельности для привлечения абитуриентов. В работе изучаются вопросы, связанные с использованием интернет-технологий в маркетинговой деятельности образовательного учреждения. Все больше коммуникаций уходит в сферу онлайн, следовательно, возрастает значимость интернет-технологий при продвижении образовательной организации. В работе рассмотрены отличительные черты интернет-технологий, их инструменты, и основные интернет-технологии. Рассмотрен процесс планирования, структура и содержание плана маркетинговых мероприятий для образовательных организаций. В целях анализа текущего состояния АНПОО «Оренбургский экономико-юридический колледж» проведены балльная оценка конкурентоспособности, SWOT-анализ и PEST-анализ деятельности этого учреждения. Разработан комплекс мероприятий на базе интернет-технологий, определены основные целевые показатели и целевой бюджет на проведение всех мероприятий, проведена оценка эффективности маркетинговых затрат.

*A. B. Shtrikov*

Samara State University of Economics, Samara, ashtrikov@yandex.ru

*D. B. Shtrikova*

Samara State Technical University, Samara, e-mail: shtrikovadb@yandex.ru

## **APPLICATION OF INTERNET TECHNOLOGIES IN MARKETING ACTIVITIES OF AN EDUCATIONAL INSTITUTION**

**Keywords:** marketing activities, marketing planning, Internet technologies, market, educational organization.

The intense growth of competition in the educational services market requires the organization to conduct active marketing activities to attract applicants. The work examines issues related to the use of Internet technologies in the marketing activities of an educational institution. More and more communications are going into the online sphere, therefore, the importance of Internet technologies in the promotion of an educational organization is increasing. The paper discusses the distinctive features of Internet technologies, their tools, and the main Internet technologies. The process of planning, the structure and content of the plan of marketing activities for educational organizations is considered. A point assessment of competitiveness, SWOT-analysis and PEST-analysis of the activities of "Orenburg College of Economics and Law" have been carried out in the aim of analysis of the current state of this educational institution. A set of activities based on Internet technologies has been developed, the main target indicators and a target budget for all activities have been determined, and the effectiveness of marketing costs has been assessed.

### **Введение**

Шифр основной специальности, по которой выполнена работа – 08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством.

Интенсивный рост конкуренции на рынке образовательных услуг требует от организации ведения активной маркетинговой

деятельности для привлечения абитуриентов. В современных условиях традиционные способы продвижения образовательных услуг, такие как проведение дней открытых дверей и выпуск печатной продукции, оказываются недостаточными. Все больше коммуникаций уходит в сферу онлайн, сле-

довательно, возрастает значимость интернет-технологий при продвижении образовательной организации.

В большинстве случаев образовательные организации не уделяют должного внимания необходимости изучения и применения интернет-технологий в своей маркетинговой деятельности. Актуальность темы работы обусловлена недостаточной проработанностью вопроса планирования маркетинговых мероприятий на основе применения интернет-технологий в образовательной организации.

**Целью** работы является разработка плана маркетинговых мероприятий на базе применения интернет-технологий для образовательной организации.

#### **Материал и методы исследования**

Исследование проведено на базе АН-ПОО «Оренбургский экономико-юридический колледж». В исследовании были применены методы маркетингового планирования, методы балльной оценки привлекательности колледжа, SWOT-анализа, PEST-анализа, метод составления бюджета маркетингового мероприятия и метод оценки эффективности маркетингового мероприятия.

#### **Результаты исследования и их обсуждение**

Интернет-маркетинг представляет собой вид маркетинговой деятельности, включающий элементы и функции традиционного маркетинг-микса (продукт, цена, сбыт и продвижение), однако, по мнению Соколовой И.В его действие может быть увеличено за счет использования новых инструментов и ускорения информационного обмена [1].

Еременко Ю. А. считает, что маркетинговые интернет-технологии – это совокупность приемов, методов, инструментов, реализуемых в виртуальной среде и позволяющих оптимизировать маркетинговую деятельность предприятия для максимального удовлетворения потребностей потребителей [2].

Отличительными чертами интернет-технологий в маркетинге являются:

1. интерактивность – клиент сам иницирует контакт, он сам ищет информацию о продукте,
2. массовость и доступность,
3. возможность разделения аудитории по различным признакам (сегментация), тщательный анализ целевой аудитории и обращения к определенной части,

4. оперативность,
5. возможность оптимизации и автоматизации технологий маркетинга.

При этом, Л.М. Капустина и И.Д. Мосунов наиболее важной чертой является интерактивность [3], а по мнению Зиятдиновой В.В. и Марасовой И.А. таковой является возможность оптимизации и автоматизации [4].

Существуют различные подходы к классификации интернет-маркетинга в зависимости от различных параметров, представленные в работах Амировой Д.Р., Суворовой С.Д.

В зависимости от типов рынка Амирова Д.Р. различает следующие элементы интернет маркетинга [5]:

На рынке (B2B):

- корпоративный портал;
- управление связями с потребителями (e-CRM);

- система интернет-снабжения (SCM);
- торговая интернет-система.

На рынке (B2C):

- web-витрина;
- интернет-магазин;
- электронные торговые ряды;
- интернет-аукцион;
- электронная торговая площадка;
- каталог, поисковая система;
- горизонтальный портал;
- вертикальный портал;
- информационный портал

В зависимости от вида бизнеса Суворова С.Д. дифференцирует [6]:

- интернет-банкинг;
- интернет-трейдинг;
- виртуальные торговые площадки;
- модели организации торговых интернет-площадок: аукционы, биржи, сообщество, интернет-магазины, каталоги товаров, виртуальные казино.

Маркетинговые технологии, по мнению Теплякова В.А., включают в себя следующие инструменты (табл. 1) [7].

В числе основных интернет-технологий в маркетинге Учеваткин А.В. и Смирнов В.Н. правомерно выделить следующие:

1. web-сайт – позволяет объединить и открыть для широкой аудитории: контактные данные, ассортимент продукции, актуальную информацию;
2. контекстная реклама используется для привлечения наиболее и конкретно заинтересованной в продукте аудитории. Пользователи видят контекстную рекламу при вводе в поисковой строке интересующий их запрос;

3. баннерная реклама используется для выполнения скоростного охвата целевой аудитории и усиления узнаваемости рекламируемого продукта, за счет баннера, грамотно оформленного и размещенного на сайте;

4. поисковый маркетинг направлен на регистрацию ресурса в поисковых системах, то есть регистрация сайта в каталогах и индексация сайта поисковыми системами;

5. E-mail-маркетинг подразумевают индивидуальные рассылки по электронной почте. Продуктивнее всего рассылать информационные обзоры о новшествах в предложениях организации, бюллетени о деятельности и событиях, письма об акциях, мероприятиях, различные опросы;

6. маркетинг в социальных медиа (SMM) – это технология интернет-маркетинга, в которой используются социальные медиа в виде инструментов коммуникации с целевыми аудиториями.;

7. вирусный маркетинг – это распространение рекламы силами самих пользователей за счет яркой, креативной, необычной идеи или с использованием естественного или доверительного послания. Чаще данная технология применяется в видео-хостингах, блогах и социальных сетях.

8. ведение блогов, связанных с тематикой отрасли, в которой работают клиенты. Контент должен отвечать запросам целевых клиентов, быть уникальным, актуальным и полезным для потребителя [8].

Таблица 1

Инструментарий групп маркетинговых интернет-технологий

Группы интернет-технологий	Маркетинговые интернет-технологии	Инструменты интернет-маркетинга
1. Технологии продвижения	Поисковое продвижение сайта	Оптимизация html-кода, интернет-реклама (контекстная, баннерная, тизерная), уникальный контент, посты в социальных сетях, регистрация сайта на рейтинговых ресурсах, вирусный маркетинг, онлайн-игры, e-mail-рассылка
	Продвижение в социальных сетях	Контент, фото, видео, презентации, новости, статьи, конкурсы в социальных сетях, оптимизация сайта под социальные сети (SMO – social media optimization), онлайн-игры
	Блоггинг	Новости, статьи, пресс-релизы, фото- и видеоматериалы, презентации
	Мобильный интернет	Мобильные приложения
	Управление имиджем в Сети	Мониторинг отзывов, работа с сайтами рейтинга и сравнения, видеоконференции, вебинары, посты в социальных сетях
2. Технологии управления товарной политикой предприятия	Управление ассортиментом	Инструменты веб-аналитика сайта, интернет-опросы, инструменты аналитики социальных сетей, мониторинг веб-ресурсов конкурентов
	Разработка новых товаров	Конкурсы, опросы в социальных сетях, фото, видео товара, описание товара
	Сервисное обслуживание	Формы обратной связи на сайте, онлайн-консультирование
3. Технологии ценообразования в интернет-среде		Платежные интернет-системы, прайс-листы, скидки, интернет-каталоги, интернет-банкинг
4. Технологии сбытовой политики		Продажа через интернет-посредников, продажа через социальные сети, интернет-аукционы, веб-витрины, онлайн-посредников, системы мгновенных сообщений, формы обратной связи на сайте
5. Технологии управления взаимоотношениями с клиентами		eCRM- и sCRM-системы, онлайн-сервис, общение с потребителями через социальные сети, системы мгновенных сообщений
6. Технологии маркетинговых исследований в Сети		Интернет-опросы, инструменты веб-аналитики (Яндекс Метрика, Google Analytics), инструменты мониторинга конкурентов, контента, социальных сетей, отзывов

Планирование маркетинговой деятельности является непрерывным циклическим процессом, имеющим своей главной целью приведение возможностей организации в соответствие с возможностями рынка, а также с теми факторами рынка, которые не поддаются контролю организации. Для каждой конкретной организации планирование маркетинга будет различно в зависимости от содержания плана, длительности планируемого периода, организации планирования и т. д.

С точки зрения Невретдиновой Ю. В. и Романовича В. К. важность разработки плана маркетинговых мероприятий обусловлена тем, что:

- содержание плана оказывает влияние на показатели других планов организаций;
- план выполняет важную функцию управления – организует и согласует работу сотрудников всей организации;
- он позволяет четко установить цели и проконтролировать их достижение;
- план позволяет избежать лишних действий, не приводящих к намеченным целям, а также четко распределять время и другие ресурсы [9].

План маркетинговых мероприятий позволяет повысить эффективность работы

предприятия за счет четкого определения целей и методов их достижения, устранения неясностей и лишних действий, не приводящих к запланированным результатам. Результатами разработки плана могут послужить:

- расширение клиентской базы и увеличение объема продаж;
- повышение конкурентоспособности продукции организации за счет более эффективного распределения и управления ресурсами, концентрации усилий на наиболее перспективных и выгодных направлениях;
- проработанная эффективная ценовая и продуктовая политика;
- четкое определение сильных и слабых сторон организации.

Процесс маркетингового планирования имеет циклический характер, т. к. планирование такого вида деятельности требует постоянной адаптации к изменяющейся внешней рыночной среде.

У всех планов маркетинговых мероприятий есть общие черты, что позволяет выделить формальную структуру маркетингового плана для образовательных учреждений (табл. 2) [10].

Таблица 2

Структура и содержание плана маркетинговых мероприятий для образовательных учреждений

№	Раздел плана	Содержание
1	Преамбула	Краткая информация о содержании плана, главные цели, рекомендации и выводы
2	Оценка текущей маркетинговой ситуации	Характеристики целевого рынка и положение организации на этом рынке, целевых сегментов рынка, потребности покупателей, уровень удовлетворения спроса, наличие и жесткость конкуренции и анализ конкурентов и т. д.
3	Анализ опасностей и возможностей	Оценка любого вреда организации от опасности, т.е. его возможные осложнения, которые могут возникнуть при отсутствии целенаправленных маркетинговых усилий. Возможности оцениваются с точки зрения их перспективности и возможности успешного использования.
4	Цели и задачи	Желаемый конечный результат, который должен быть получен благодаря реализации маркетинга. Формулируются задачи, решение которых призвано обеспечить достижение поставленных целей.
5	Маркетинговая стратегия для каждого рыночного сегмента	Реакция на любую опасность или возможность рынка.
6	Программа действий	Что необходимо сделать, кто ответственный за выполнение задания и срок выполнения
7	Бюджет реализации программы	Общая смета расходов на маркетинг и затраты на отдельные элементы. Расходы могут определяться несколькими способами: на уровне прошлого года, в зависимости от прогнозируемого объема продаж и размера прибыли, на уровне аналогичных фирм конкурентов, экспертным методом и др.
8	Контроль выполнения плана	Порядок контроля за выполнением намеченных мероприятий, оценка результатов деятельности фирмы и эффективность маркетинга, и принятие необходимые меры по устранению выявленных недостатков.

Разработанные мероприятия маркетинг-микса для образовательных организаций включают в себя описание:

а) товарной политики: описание и ассортимент образовательных услуг, работа с потенциальными клиентами.

б) ценовой политики: условия оплаты, политика предоставления скидок;

в) распределительной политики: политика организация обучения;

г) коммуникативной политики: реклама, стимулирование продаж, работа с ответственностью.

### Выводы

Маркетинговая деятельность Колледжа в настоящее время находится на кризисном уровне, а нестабильность финансовых показателей говорит о необходимости повышения позиций Колледжа на региональном рынке образовательных услуг. Маркетинговая деятельность колледжа сосредоточена на применение традиционных методов профориентации и на следующих основных интернет-технологиях: web-сайт и открытое сообщество «ВКонтакте». Основная маркетинговая цель сайта колледжа состоит в предоставлении информации для целевой аудитории, а сообщество «ВКонтакте» обладает довольно низким показателем вовлеченности аудитории. В связи с этим возникает

необходимость в проведении маркетинговых мероприятий на основе применения интернет-технологий.

Главными конкурентами Колледжа являются Отделение СПО ОИ Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА) и Филиал Башкирского экономико-юридического колледжа в г. Оренбурге. В результате маркетинговых исследований определены: целевой рынок; набор характеристик услуги по сегментам; степень их важности; широта, насыщенность и глубина номенклатуры организаций.

Балльная оценка конкурентоспособности АНПОО «Оренбургский экономико-юридический колледж» приведена в табл. 3.

Таким образом, АНПОО «ЭОЮК» обладает средней конкурентоспособностью. Лидирующее положение на рынке образовательных услуг занимает Отделение СПО ОИ Университета имени О.Е. Кутафина.

Анализ внутренней среды Колледжа осуществлен по технологии SWOT (табл. 4).

Внешнюю среду проанализируем при помощи PEST-анализа (табл. 5) позволяет изучить политические, экономические, социальные и технологические факторы, которые могут воздействовать на деятельность колледжа. Их нужно учитывать, составляя стратегические планы.

Таблица 3

Оценка конкурентоспособности Колледжа

Факторы	АНПОО «ЭОЮК»	Конкуренты	
		Отделение СПО ОИ Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА)	Филиал Башкирского экономико-юридического колледжа в г. Оренбурге
Имидж	4	5	3
Качество образовательных услуг, уровень соответствия международным стандартам	4	5	4
Развитость НИОКР, наличие передовых технологий	4	5	4
Коммерческие условия (предоставление скидок, кредитов)	1	1	1
Организация сбытовой сети	5	5	5
Организация технического обслуживания	5	5	4
Продвижение услуг на рынок	4	5	3
Итого	27	31	24

SWOT-анализ Колледжа

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Высокий профессионализм педагогических кадров;</li> <li>– Успехи студентов в различных конкурсах и олимпиадах профессионального мастерства по направлениям подготовки;</li> <li>– Наличие опыта практико-ориентированной модели подготовки кадров по специальности 40.02.03 Право и судебное администрирование;</li> <li>– Достаточно хорошие показатели трудоустройства выпускников колледжа;</li> <li>– Высокие показатели выполнения контрольных цифр приема;</li> <li>– Повышение квалификации, обучение на курсах переподготовки кадров.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Низкий уровень оснащенности высокотехнологичным оборудованием учебных кабинетов;</li> <li>– Слабое развитие студенческого самоуправления (практически отсутствие);</li> <li>– Высокая текучесть педагогических кадров;</li> <li>– Недолжный уровень коммуникационного взаимодействия между участниками (администрацией, преподавателями, студентами и родителями);</li> <li>– Только одна образовательная программа (по специальности 40.02.03 Право и судебное администрирование);</li> <li>– Отсутствие системы дополнительного образования;</li> <li>– Отсутствие Студенческого научного общества;</li> <li>– Директор непосредственно не вовлечен в процесс управления, все функции возложены на двух заместителей</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Организация обучения педагогических работников колледжа;</li> <li>– Развитие студенческого самоуправления;</li> <li>– Создание и развитие Студенческого научного общества;</li> <li>– Внедрение новых образовательных технологий;</li> <li>– Улучшение качества образовательного процесса.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Близкое расположение (в одном здании) прямого конкурента (Отделение СПО Оренбургского института (филиала) Университета имени О.Е. Кутафина (МГЮА));</li> <li>– Снижение спроса в связи с ростом цен на образовательные услуги;</li> <li>– Сокращение потребности в подготовке кадров по специальности 40.02.03 Право и судебное администрирование.</li> </ul>

Таблица 5

PEST-анализ Колледжа

Политические факторы	Экономические факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Государственная поддержка образования;</li> <li>– Поддержка молодых педагогов со стороны государства;</li> <li>– Ограничения, связанные с Covid-19.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Падение уровня доходов населения;</li> <li>– Экономический кризис, высокий рост инфляции стал причиной недопонимания родителями организации платных образовательных услуг.</li> </ul>
Социальные факторы	Технологические факторы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Повышение престижности технических специальностей;</li> <li>– Демографическая ситуация;</li> <li>– Предпочтения потребителей, мода и образцы для подражания.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Переход на новые образовательные стандарты;</li> <li>– Повышение требований к качеству образования;</li> <li>– Развитие информационных технологий.</li> </ul>

В течение учебного года от внутренних и внешних потребителей не поступило ни одной жалобы и /или рекламации. Доля положительных отзывов работодателей на выпускников предыдущего года составляет около 75%. Численность обучающихся, удовлетворенных качеством обучения, составляет 80%.

Для улучшения позиций Колледжа на рынке образовательных услуг в Оренбургской области необходимо провести

маркетинговое исследование рынка труда и рынка образовательных услуг, улучшить коммуникационное взаимодействие с целевой аудиторией, повысить узнаваемость Колледжа на региональном рынке.

Позиционирование в Интернете должно быть нацелено на демонстрацию выгодных отличий Колледжа от конкурентов. Счастливые и успешные студенты говорят за нас. Поддержание связи с успешными выпускниками, содействие распространению по-

зитивных публикаций и проведение мероприятий для установления личных связей благоприятно скажется на продвижении Колледжа. Основную активность по продвижению необходимо проявлять в начале и в конце учебного года (сентябрь-октябрь и апрель-май), поскольку в эти периоды абитуриенты чаще всего принимают решение о выборе образовательной организации.

Предусмотрены следующие мероприятия на базе интернет-технологий:

1. Проведение маркетингового исследования рынка труда и рынка образовательных услуг

2. Улучшение коммуникационного взаимодействия с целевой аудиторией

2.1 расширение каналов взаимодействия: создание аккаунта Колледжа в Instagram;

2.2 внедрение на сайт и в социальные сети дополнительные сервисы онлайн-коммуникации для потребителей (подключение чат-ботов);

2.3 добавление на сайт ссылок на социальные сети, разработка для них контент-плана и обновление информации в них, создание фотоальбомов и загрузка фотографий;

2.4 улучшение функционирования и оптимизация сайта Колледжа; проведения круглого стола для школьников «Современная молодежь и право» на платформе Zoom;

2.5 проведение интерактивной лекции «Введение в юридическую профессию» в «ВКонтакте»; проведение виртуальной деловой игры для абитуриентов «Юридический олимп» в «ВКонтакте»;

2.6 проведение интерактивной лекции «Нескучная юриспруденция» в «ВКонтакте»;

2.7 организация встречи «Престижная работа юриста» в «Zoom» с приглашенными гостями (выпускниками Колледжа, высококвалифицированными специалистами);

2.8 анализ вовлеченности в группе «ВКонтакте» с помощью онлайн-сервиса LiveDune;

2.9 анализ сайта с помощью онлайн-сервиса «pr-cy.ru» (определение позиций и ошибок функционирования);

2.10 разработка рекомендаций с учетом результатов проведенных анализов).

3. Повышение узнаваемости Колледжа на региональном рынке, в том числе и в Сети, включая:

3.1. разработку элементов фирменного стиля: логотип, слоган;

3.2. обновление дизайна на сайте, загрузка элементов фирменного стиля на сайт и в социальные сети (обновление обложки и шапки сообщества);

3.3. разработка рекламных материалов, применение сервисов SEO-продвижения («Яндекс. Директ» и «GoogleAdwords»);

3.4. проведение контекстной рекламы с помощью сервисов «Яндекс.Директ», «GoogleAdwords»;

3.5. обновление информации о Колледже в каталоге сайта «Postupi.online»;

3.6. проведение онлайн-трансляции «День открытых дверей» в «ВКонтакте» и «Instagram»;

3.7. проведение фото-конкурса «Буду юристом» для абитуриентов в «Instagram»;

3.8. проведение эстафеты «Успех каждого выпускника» с тегом #БлагодарюОЭ-ЮК (выпускники в Сети делятся историями успешного обучения в Колледже);

3.9. регистрация Колледжа в каталоге сайта «Учеба.ру»;

3.10. анализ эффективности применения контекстной рекламы и SEO-продвижения и оценка результатов проведения;

3.11. разработка рекомендаций для осуществления дальнейшей маркетинговой деятельности.

Бюджет маркетинговых мероприятий Колледжа был определен методом финансирования «от возможностей» (табл. 6).

Контроль реализуется по двум основным направлениям:

1) анализ конкурентного положения Колледжа;

2) анализ отношения абитуриентов и их родителей к Колледжу и его программе подготовки.

Контроль включает в себя вопросы анализа маркетинговой среды: характеристики потребителей, имидж Колледжа, сильные и слабые стороны конкурентов, законодательные регуляторы и экономические тенденции.

Осуществление контроля также проходит посредством опроса студентов и их родителей с целью определения степени удовлетворенности оказываемыми образовательными услугами.

Необходимо достичь следующих основных показателей:

1. Количество посетителей сайта Колледжа в месяц – 3000;

2. Индекс качества сайта – 500;

Бюджет маркетинговых мероприятий Колледжа

Наименование статьи расходов	Стоимость за единицу, руб.	Количество	Сумма, руб.
Заработная плата координатора маркетинговой деятельности	15 000	7	105 000
Заработная плата программиста	12 000	7	84 000
Исследование рынка компанией ООО «ЭЛАНКОМ»	70 000	1	70 000
Продление домена сайта	800	1	800
Установка SSL сертификата (с SEO адаптацией)	4 000	1	4 000
Услуги дизайнера по разработке логотипа	2 000	1	2 000
Услуги дизайнера по разработке рекламных материалов: баннер 1456×180; 640×134	1 000	1	1 000
Услуги интернет маркетолога по SEO-продвижению («Студия Sunset», Оренбург)	7 000	2	14 000
Услуги интернет-маркетолога по настройке контекстной рекламы Яндекс.Директа («Студия Sunset», Оренбург)	5 000	2	10 000
Услуги интернет-маркетолога по настройке Google AdWords («Студия Sunset», Оренбург)	5 000	2	10 000
Медийная кампания в Яндекс.Директ, Google AdWords (СРМ (стоимость за 1000 показов) – 180 руб.)	18 000	1	18 000
Книга «Хороший юрист, плохой юрист. С чего начать путь от новичка до профи» Вячеслава Оробинского	813	1	813
Непредвиденные расходы			30 000
Итого			349 613

3. Количество эффективных показов сайта в «Яндекс» – 2500;

4. Количество эффективных показов сайта в «Google» – 2700;

5. Количество участников сообщества «ВКонтакте» – 850;

6. Количество подписчиков в «Instagram» – 400;

7. Коэффициент вовлеченности в «ВКонтакте» (Engagement Rate) – 20%;

8. Среднее количество отметок «нравится» в «Инстаграм» – 60.

Рассчитаем прогноз относительной величины прироста выручки при реализации предложенных маркетинговых мероприятий.

Прирост выручки =  $19\,175\,000 \times 0,1 = 1\,917\,500$  руб.

Показатель, позволяющий оценить экономическую эффективность рассчитывается по формуле:

$$E = \frac{A}{R}, \quad (1)$$

где E – показатель экономической эффективности;

A – потенциальный эффект;

R – ресурсы на реализацию плана маркетинговых мероприятий.

Подставим числа в формулу и рассчитаем экономическую эффективность прогноза.

$$E_{п} = \frac{1\,917\,500}{349\,613} = 5,48 \text{ руб.}$$

Таким образом, определена экономическая эффективность разработанного плана маркетинговых мероприятий на базе интернет-технологий. Оценка показала, что на один рубль, израсходованный на реализацию предложенных мероприятий Колледж вернет 5,48 руб. Предложенные мероприятия в ходе работы оправдают себя. План маркетинговых мероприятий являются эффективным, способствующим улучшению экономических показателей деятельности Колледжа и поднятию позиций на рынке образовательных услуг.

*Библиографический список*

1. Соколова А.И., Шишакова Ю.В. Разработка маркетингового плана и маркетингового проекта в организации // Менеджмент: теория и практика. 2020. № 1-3. С. 203-214.
2. Еременко Ю.А. Инструментарий реализации маркетинговых интернет-технологий в бизнесе // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2017. № 3 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumentariy-realizatsii-marketingovyh-internet-tehnologiy-v-biznese> (дата обращения: 25.06.2021).
3. Капустина Л.М., Мосунов И.Д. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. 102 с.
4. Зиятдинова В.В., Марасова И.А. Использование интернет – технологий в маркетинге // Вестник Димитровградского инженерно-технологического института. 2020. № 1. С. 57-60.
5. Амирова Д.Р. Преимущества использования инструментов интернет-маркетинга для современных компаний // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/preimuschestva-ispolzovaniya-instrumentov-internet-marketinga-dlya-sovremennyh-kompaniy> (дата обращения: 25.06.2021).
6. Суворова С.Д., Куликова О.М., Боровкова В.С. Социальные медиа как современный инструмент построения коммуникаций с потребителями // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2019. № 1 (35). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-media-kak-sovremennyy-instrument-postroeniya-kommunikatsiy-s-potrebitelyami> (дата обращения: 25.06.2021).
7. Тепляков В.А. Основные инструменты интернет-маркетинга // Достижения науки и образования. 2018. № 2 (24). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-instrumenty-internet-marketinga> (дата обращения: 25.06.2021).
8. Учваткин А.В., Смирнов В.Н. Вирусный маркетинг и его создание // Бюллетень науки и практики. 2020. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/virusnyy-marketing-i-ego-sozdanie> (дата обращения: 25.06.2021).
9. Невретдинова Ю.В., Романович В.К. Влияние разработки маркетингового плана на конкурентоспособность компании // Экономика и бизнес: теория и практика. 2019. № 4-3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-razrabotki-marketingovogo-plana-na-konkurentosposobnost-kompanii> (дата обращения: 25.06.2021).
10. Соколова И.В. Исследование понятия интернет-маркетинга // Проблемы современной экономики (Новосибирск). 2014. № 20. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-ponyatiya-internet-marketinga> (дата обращения: 25.06.2021).