

Журнал основан в 1918 г.

УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ
КРЫМСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА имени
В. И. ВЕРНАДСКОГО.
ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Научный журнал

Том 9 (75). № 4

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского
Симферополь, 2023

ISSN 2413–1644

Свидетельство о регистрации средства
массовой информации – ПИ № ФС 77–61827 от 18 мая 2015 года

**Учредитель – ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет
имени В. И. Вернадского»**

Регистрирующий орган – Роскомнадзор

Журнал включен 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, отрасль науки 5.2.1 – Экономическая теория (экономические науки), 5.2.5 – Мировая экономика (экономические науки), а также в систему «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ).

**Редколлегия журнала «Ученые записки Крымского федерального
университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление»:**

Никитина М. Г. – д-р экон. наук, д-р геогр. наук, проф., главный редактор;

Воронина Т. В. – д-р экон. наук, проф.;

Джалал А. К – д-р экон. наук, проф.;

Ершова С. А. – д-р экон. наук, проф.;

Кирильчук С. П. – д-р экон. наук, проф.;

Климовец О. В. – д-р экон. наук, проф.;

Климчук С. В. – д-р экон. наук, проф.;

Лукьянович Н. В. – д-р полит. наук, проф.;

Медведкин Т. С. – д-р экон. наук, проф.;

Насырова Г. А. – д-р экон. наук, проф., Республика Казахстан;

Реутов В. Е. – д-р экон. наук, проф.;

Симченко Н. А. – д-р экон. наук, проф.;

Солодовников С. Ю. – д-р экон. наук, проф., Республика Беларусь;

Стародубцева Е. Б. – д-р экон. наук, проф.;

Шмарловская Г. А. – д-р экон. наук, проф., Республика Беларусь;

Ячменева В. М. – д-р экон. наук, проф.

Ответственный секретарь – Мираньков Д. Б.

**Печатается по решению Научно-технического совета Крымского федерального
университета имени В. И. Вернадского, протокол № ___ от «___» декабря 2023 г.**

Адрес редакции: 295007, г. Симферополь, пр. Академика Вернадского, 4,

Подписано в печать «___» _____ 20__ г.. Формат 70x100 1/16.

6,9 усл. п. л. Тираж 25. Заказ № _____. Бесплатно.

Дата выхода в свет «___» _____ 20__ г.

Отпечатано в Издательском доме ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского».

Адрес издательства и типографии: 295051, г. Симферополь, бул. Ленина, 5/7.

<http://sn-ecomana.cfuv.ru>

© Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, 2023 г.

УДК 338.22.021.1

РОЛЬ ЦЕНТРОВ ПРОТОТИПИРОВАНИЯ И КОЛЛЕКТИВНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ В ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИИ КОМПЛЕКТУЮЩИХ В СФЕРЕ АВТОПРОМА И АВИАПРОМА В РОССИИ

Ванюшкин А. С., Никитина М. Г., Друзин Р. В., Мираньков Д. Б.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: vanyushkin2@yandex.ru

Усиление санкций против России требует активизации политики импортозамещения в стратегических отраслях промышленности, в т.ч. авиапроме и автопроме, где актуальна проблема низкого качества российских комплектующих. Несмотря на реализацию программ импортозамещения в сфере промышленности в России с 2014 года, их результат скромнен: по данным Правительства доля импорта в Россию промышленных товаров сократилась с 49% в 2014 году до 40% в 2020 году. Это обусловлено недостаточной конкурентоспособностью большинства видов промышленной продукции России и сохранением технологического отставания российских производителей от зарубежных конкурентов. Эти проблемы могут быть решены за счет создания отраслевых центров прототипирования и коллективного пользования. Однако ни в тематических научных публикациях, ни в программах Правительства РФ в данной сфере такая связь не нашла отражения. Целью исследования является обоснование роли центров прототипирования и коллективного пользования в импортозамещении комплектующих в сфере автопрома и авиапрома в России. Выявлено, что помимо решения вышеуказанных проблем импортозамещения, роль центров прототипирования и коллективного пользования также заключается в способности нивелировать влияние эффекта масштаба в сферах авиапрома и автопрома России за счет применения аддитивных технологий, концепции гибкого производства. Обзор источников выявил необходимость унификации подходов к созданию центров прототипирования и коллективного пользования. В этих целях авторами разработана типовая структура таких центров для сфер авиапрома и автопрома. Ее научная новизна заключается в том, что она учитывает парадигмы гибкого производства и кастомизации, в отличие от аналогов из других сфер в публикациях и на практике. Исходными материалами послужили данные о последовательности процессов и операций, видах услуг центров прототипирования и коллективного пользования в России. По результатам исследования обоснован значимый финансовый эффект от создания сети центров прототипирования и коллективного пользования в сфере авиапрома и автопрома в России. Исходными данными для оценки послужили объемы и динамика рынков аддитивных технологий, автозапчастей, комплектующих в сфере авиапрома, услуг инжиниринга в России, финансовые параметры проектов подобных центров. Результаты данного исследования могут быть использованы для корректировки отраслевых стратегий импортозамещения в России.

Ключевые слова: импортозамещение, риски, авиапром, автопром, центры прототипирования и коллективного пользования, инжиниринг, «Индустрия 4.0», аддитивные технологии, типовая структура, экономический эффект.

ВВЕДЕНИЕ

Ввиду существенного нарастания геополитической напряженности с 2022 года, введения широких секторальных санкций против России, усиливается актуальность обеспечения экономической безопасности России, что подразумевает, прежде всего, снижение зависимости от импорта товаров и технологий в стратегических отраслях промышленности России.

Концепция и разнообразные программы импортозамещения реализуются в России на протяжении почти 10 лет, начиная с 2014 года, когда были введены первые санкции Запада против страны. Несмотря на то, что были достигнуты определенные

успехи, в первую очередь, в сфере самостоятельного обеспечения продовольствием, реализация концепции и программ импортозамещения в России имеет ряд нерешенных проблем. По-прежнему высокая доля импорта в стратегических отраслях экономики России. Так, доля импорта конечной продукции в России составляет: в медицинской и фармацевтической промышленности 65-70%, в легкой промышленности 60%, в разных секторах машиностроения России от 35% до 55% [1, с.6]. При этом отдельно оценивается зависимость от импорта компаний – производителей по деталям и компонентам, машинам и оборудованию, технологиям, услугам (инжиниринг, ремонт). Из перечисленных составляющих импортной зависимости практически по всем отраслям промышленности РФ преобладают услуги (35-58%), второе место занимают технологии (28-50%). Доли импортной зависимости по машинам и оборудованию и по деталям и компонентам схожие в рамках каждой из отраслей промышленности РФ, различаясь между ними (16-44%) [1, с.5]. При этом в сфере автопрома и авиапрома, в силу их технологической сложности, импортозамещение деталей и компонентов практически невозможно организовать без новых технологий и таких услуг как инжиниринг. Согласно данным НИУ ВШЭ, по суммарному итогу по всем четырем составляющим импортной зависимости в России лидируют такие отрасли как производство автотранспортных средств, машин и оборудования, компьютеров, электронных и оптических изделий, а также прочих транспортных средств (авиапром), учитывая существенную долю в них авионики – электронных приборов управления летательным аппаратом [1, с.5].

Согласно данным Центра конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ, 65% предприятий промышленности в РФ способны в течение 1-3 лет отказаться от импортных составляющих без ущерба для производственного процесса [2, с.8]. Эти данные свидетельствуют о достаточно большом потенциале импортозамещения в РФ даже в краткосрочном периоде. Однако реализация потенциала и политики импортозамещения сопряжена с рядом существенных рисков.

В ряде научных работ приводятся основные риски политики импортозамещения, которые имели место в ряде стран, в т.ч., Латинской Америки, вследствие реализации мер протекционизма. К таким рискам относятся [3, с.165; 4, с.719; 5, с.642; 6, с.622]:

- снижение конкурентоспособности национальных производителей ввиду ухудшения условий конкуренции на внутреннем рынке;
- закрепление технологического отставания национальных производителей в случае копирования существующих товаров и использования импортных комплектующих;
- стагнация инновационной деятельности и научных исследований, консервирующая сформировавшийся технологический уклад.

Проявление этих рисков в ряде развивающихся стран мира привело к консенсусу среди ученых о том, что политика импортозамещения может привести к позитивным результатам только в краткосрочном периоде [7; 8; 9].

В мировом опыте применялись три следующие основные стратегии импортозамещения [10, с.31; 11, с.101]:

- стимулирование слаборазвитых отраслей промышленности, продукция которых неконкурентоспособна по сравнению с импортными аналогами;
- создание новых для страны отраслей промышленности и производств;
- стимулирование развитых отраслей промышленности, имеющих достаточный потенциал для роста экспорта.

В России, так или иначе, применяются все три вышеуказанные стратегии. Так, с первой стратегией (стимулирование слаборазвитых отраслей промышленности)

соотносится импортозамещение в сфере авиапрома и автопрома в России. Со второй стратегией (создание новых для страны производств) соотносится разработка в России собственных газовых турбин большой мощности и создание новых образцов российской продукции в электронной промышленности. С третьей стратегией (стимулирование развитых отраслей промышленности) соотносится развитие оборонно-промышленного комплекса (ОПК) России, поставляющего продукцию на экспорт.

Согласно исследованию НИУ ВШЭ, наиболее сильную зависимость от импорта в России демонстрируют предприятия высокотехнологичной сферы, производители продукции конечного потребления (для населения), отрасли, испытывающие жесткую конкуренцию со стороны импорта [1, с.6]. Этим характеристикам более всего соответствуют сферы авиапрома и автопрома в РФ, которые, в соответствии с приведенной классификацией, относятся к слаборазвитым отраслям.

Мировой опыт показывает, что развитие автопрома и авиапрома осуществляется по пути кластеризации, в соответствии с которым вокруг головного сборочного предприятия (завода) формируется сеть поставщиков компонентов и комплектующих. Стратегию кластеризации в сфере автопрома и авиапрома также пытаются внедрить в России. Однако на текущий момент результаты такого внедрения нельзя назвать успешными. Это касается как раз сети поставщиков компонентов. Так, в автопроме лишь около 5% российских поставщиков соответствуют мировым стандартам; издержки большей части местных поставщиков на 10-15% выше, чем у зарубежных; у них не хватает базовых технологий; отсутствует собственная база по НИОКР, инжиниринговые центры [12, с.243]. Что касается авиапрома, то в материалах Минпромторга России признается «низкая эффективность текущей модели отрасли», в т.ч., «устаревшая индустриальная модель», где передель низших ступеней занимают «до 65% всех трудозатрат и инвестиций» [13, с.19, с.24]. Кроме того, в автопроме и авиапроме России распространена первичная локализация («отверточная» сборка продукта), в то время как вторичная и третичная локализации (формирование местной цепочки поставок комплектующих и национальной цепочки создания стоимости) представлены реже [14, с.118]. В то же время, для успеха политики импортозамещения важно преобладание вторичной и третичной локализации.

Из изложенного следует, что меры и механизмы кластеризации авиапрома и автопрома в России являются недостаточными и требуется поиск других инструментов. Как известно, стратегия импортозамещения была успешно внедрена в ряде стран ЮВА, в т.ч., в Тайване. Там «ключевую роль в реализации стратегии импортозамещения сыграли государственные научно-исследовательские центры прикладного характера» (НИИ) [15, с.3]. В СССР также существовала разветвленная сеть отраслевых НИИ, которая в 1990-х годах была практически полностью разрушена. Возрождение подобной сети в изначальном виде в РФ в современных условиях затруднено, ввиду необходимости больших временных и финансовых затрат. На наш взгляд, здесь уместнее будет рассмотреть популярную в мире концепцию «Индустрия 4.0». Согласно К. Швабу, ее основу составляют «цифровые фабрики» будущего с 3-D сканированием и моделированием, аддитивными технологиями (3D-печатью), распределенными сетями [16]. Большинство из этих технологий уже стали реальностью и совершенствуются во многих странах мира. Они могут минимизировать упомянутые риски политики импортозамещения.

С концепцией «Индустрия 4.0» тесно связана парадигма «гибкого производства», появившаяся в развитых странах мира, основы которой освещены в монографиях [17,

18]. Гибкость производственных систем проявляется в универсальности оборудования и приспособляемости к меняющимся требованиям рынка [19, с.89, с.93]. Также с концепцией «Индустрия 4.0», тесно связана парадигма «кастомизированного производства», основная суть которой сводится к обеспечению возможности индивидуализации свойств продукции в соответствии с запросами заказчиков [20]. Производство комплектующих в авиакосмической и автомобильной промышленности РФ является перспективной сферой приложения этой парадигмы.

Прообразом «цифровых фабрик» будущего с гибким и кастомизированным производством являются центры прототипирования и коллективного пользования, «Фабрики – Лаборатории» (FabLab), уже функционирующие в развитых странах и в ряде развивающихся (в т.ч. в России). Они являются воплощением другой популярной концепции – «экономики совместного потребления», по терминологии К. Шваба [16]. В источниках центры прототипирования и коллективного пользования, FabLab рассмотрены с общих позиций, включая основные характеристики, направления их использования, финансовые и маркетинговые аспекты, кадровое обеспечение и т.п. [21; 22]. Близкой по решаемым задачам структурой является инжиниринговый центр. В источниках на данную тему рассмотрены классификация, ключевые барьеры, риски создания инжиниринговых центров и способы их минимизации [23].

Для импортозамещения комплектующих в сфере автопрома и авиапрома в России необходимо создавать сеть центров прототипирования и коллективного пользования, что актуализирует задачу разработки концептуальной структуры типового центра, включающего функции дизайна и инжиниринга. Приведенные в источниках схемы центров прототипирования и коллективного пользования (см. [24, с.56; 25; 26, с.356-357; 27, с.505-531]) являются неполными, т.к. в них не нашли отражения следующие важные элементы:

- упомянутая ранее парадигма «кастомизированного производства»;
- блок испытаний образцов, входящий в жизненный цикл всех видов комплектующих;
- блок обработки заказов, без которого не обходится ни одно предприятие.

Целью исследования является обоснование роли центров прототипирования и коллективного пользования в импортозамещении комплектующих в сфере автопрома и авиапрома в России. Достижению этой цели будет способствовать решение таких задач:

- разработка типовой структуры центров прототипирования и коллективного пользования;

оценка возможного финансово-экономического эффекта от создания в России сети центров прототипирования и коллективного пользования в сфере автопрома и авиапрома.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

В сети Интернет есть информация о целом ряде созданных в России центров прототипирования и коллективного пользования, где перечислена последовательность процессов и операций в них, а также возможности создания различных изделий. Так, в описании центра прототипирования высокой сложности, созданном при Московском Институте стали и сплавов (МИСиС), указана следующая последовательность: прорисовка будущего изделия в графическом редакторе – 3D-моделирование макета – 3D-печать изделия [28]. В описании центров прототипирования при технопарке «Мосгормаш» и «Мой бизнес» в Краснодарском крае России указаны следующие виды

РОЛЬ ЦЕНТРОВ ПРОТОТИПИРОВАНИЯ И КОЛЛЕКТИВНОГО...

услуг: разработка изделий, обратное проектирование, 3D-сканирование, изготовление прототипов изделий аддитивным методом, литье в силиконовой форме, фрезеровочные работы, инжиниринг [29; 30]. В описании центра прототипирования «Мой бизнес» в Волгоградской области России указано, что на 3D-принтере есть возможность изготовить не только отдельные детали, но и макеты зданий, модели автомобилей [31]. В описании многофункционального центра прототипирования при Московском автомеханическом институте (МАМИ) приведены примеры успешных проектов, т.ч., разработка прототипа лопатки для газовой турбины, подготовка мелкосерийного производства поршней дизельного двигателя [32].

Как известно, серийный автомобиль содержит порядка 20-30 тыс. деталей (вместе с двигателем), а серийный пассажирский самолет – 4-6 млн. деталей. Это указывает на то, что ни один центр прототипирования или коллективного пользования не сможет выпускать весь этот огромный ассортимент полностью, что подтверждает необходимость создания сети подобных центров с распределенными компетенциями по типу выпускаемых деталей. Вместе с тем, каждая деталь может иметь порядка несколько десятков разновидностей, в зависимости от производителя и модели конечного продукта (напр., автомобилей). Кроме того, могут потребоваться детали для старых автомобилей, которые заводы – производители уже перестали выпускать. Это указывает на необходимость использования в центрах прототипирования и коллективного пользования парадигм гибкого и кастомизированного производства с тем, чтобы минимизировать сроки переналадки оборудования на выпуск различных вариантов одной и той же детали (разных производителей). На наш взгляд, этого можно добиться за счет многовариантного проектирования, когда для каждой детали создается целый каталог ее возможных вариаций (по размерам, материалам и т.п.), с заложенной ресурсной моделью и иными подробностями производственного цикла.

Стоит отметить, что среди потенциальных клиентов центров прототипирования и коллективного пользования могут быть не только производители авто и авиа компонентов, головные сборочные заводы, но также и ремонтные мастерские и гарантийные центры. Для последнего типа клиентов целесообразно в структуре типовых центров прототипирования и коллективного пользования предусмотреть подразделение мелкосерийного производства наиболее востребованных деталей и комплектующих.

Как следует из описаний уже существующих в России центров прототипирования и коллективного пользования, в их рамках (при наличии подразделений инжиниринга и дизайна) возможно создавать макеты автомобилей, и даже самолетов. В данном случае следует учесть специфику автопрома и авиапрома, которая, среди прочего, заключается в том, что макеты конечных изделий должны пройти аэродинамические испытания (продувку) в аэродинамических лабораториях. Поэтому такие лаборатории следует предусмотреть в рамках центров прототипирования и коллективного пользования. Кроме того, инжиниринговые подразделения подобных центров должны быть способны, при наличии запроса заказчика, перепроектировать сборочные линии заводов заказчика. К тому же, в сферах автопрома и авиапрома распространенной является практика приглашения именитых промышленных дизайнеров и конструкторов, поэтому следует учесть эту особенность в отраслевых центрах прототипирования.

Все вышеизложенное формализовано нами в виде концептуальной структуры центра дизайна, прототипирования и испытаний в сфере автопрома и авиапрома (см. рис. 1).



Рисунок 1. Концептуальная структура центра дизайна, прототипирования, испытаний образцов

Источник: составлено авторами

В отличие от результатов других исследователей в данной сфере ([24-27]), авторская типовая структура центра дизайна, прототипирования, испытаний образцов (см. рис.1) лучше учитывает концепции гибкого и кастомизированного производства, необходимых для обеспечения эффективного функционирования подобных центров.

В «Сводной Стратегии развития обрабатывающей промышленности России до 2024 года и на период до 2035 года» указано, что одной из серьезных проблем конкурентоспособности обрабатывающей промышленности России является «недостаток компетенций, относящихся к четвертой промышленной революции» [33, с.5]. Как раз создание сети центров прототипирования и коллективного пользования может решить эту проблему. Также данная мера способствует решению указанных в Сводной Стратегии задач: «ускорение технологического развития РФ и увеличение

РОЛЬ ЦЕНТРОВ ПРОТОТИПИРОВАНИЯ И КОЛЛЕКТИВНОГО...

количества организаций, осуществляющих технологические инновации»; «обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в промышленности» [33, с.8, с.9]. В Сводной Стратегии изложены меры технологической политики, в т.ч. «содействие развитию промышленного и инжинирингового программного обеспечения», «развитие инжиниринговой деятельности», «стимулирование развития механизмов трансфера технологий и совершенствования процедур реверсивного инжиниринга» [33, с.14]. В госпрограмме России «Развитие авиационной промышленности на 2013 – 2025 годы» указаны цели и задачи ряда составных подпрограмм, в т.ч. «выход на мировой рынок в качестве поставщиков компонентов и агрегатов 2-4 уровня», «локализация производства лучших образцов ... агрегатов и самолетных систем... с целью освоения и переноса на территорию России передовых технологий», «создание отвечающей перспективным требованиям научно-экспериментальной базы», «создание эффективной системы взаимодействия организаций науки и промышленности с целью разработки и внедрения передовых технологий» [34, с.18, с.22, с.25, с.29, с.31]. Все вышеперечисленные задачи могут быть решены путем создания сети центров прототипирования и коллективного пользования.

В «Стратегии развития автомобильной промышленности России на период до 2025 года» указано, что сборочные производства на территории РФ «ограничивают передачу компетенций в области инжиниринга, развития технологий и производственных систем и не способствуют развитию национальной экономики», «без системных усилий по снижению затрат конкурентное преимущество (слабого рубля) может быть нивелировано»; «необходимо максимальное повышение уровня локализации, развитие конструкторско-технологических компетенций по разработке компонентов» [35, с.4-6]. Создание сети центров прототипирования и коллективного пользования в отрасли может решить перечисленные проблемы.

Также в Стратегии развития автопрома РФ указано, что «производство авто компонентов имеет определяющее влияние на экономику автопроизводителей и может быть источником конкурентного преимущества отрасли за счет повышения локализации, снижения себестоимости производства автомобилей», «объем добавленной стоимости у производителей компонентов составляет от 40% до 70%» [35, с.9]. Однако реализации этих преимуществ препятствует целый ряд факторов, в т.ч. «отсутствие производства и низкий уровень локализации ряда авто компонентов», «отсутствие инжиниринговых компетенций у многих производителей авто компонентов», «инжиниринг ряда моделей и платформ автомобилей осуществляется вне территории России» [35, с.10]. Вышеизложенное указывает на правильность специализации сети центров прототипирования и коллективного пользования на проектировании и мелкосерийном выпуске авто компонентов (наряду с авиа), верности включения в структуру типовых центров аддитивных технологий, снижающих себестоимость производства изделий, а также подразделений инжиниринга (см. рис.1). Кроме того, за счет широкого использования аддитивных технологий может быть частично снята много раз упомянутая в данной Стратегии проблема недостаточного эффекта масштаба в автомобильной отрасли России.

Значительно повышает шансы на успех создания сети центров прототипирования и коллективного пользования в России тот факт, что за прошедшие 10-15 лет с момента

появления технологий «Индустрии 4.0», произошло снижение эффекта масштаба, т.е. они стали экономически эффективными не только при серийном выпуске [36]. Это выразилось, в т.ч., в создании «Фабрик – Лабораторий» (FabLab), которые не нацелены на массовое производство, и отличаются тем, что сочетают мелкосерийное производство и обучение. Таким образом, они частично способствуют снижению одного из ключевых рисков, препятствующих успешному функционированию инжиниринговых центров, дефицита квалифицированных кадров (см. [23]).

На сайте консалтинговой компании «Деловой профиль» (Москва, Россия) представлен обзор рынка 3D-печати в мире и в России, дана оценка перспектив внедрения аддитивных технологий в производство, в т.ч. перечислены индустриальные эффекты [37]:

- сокращение сроков вывода новых продуктов на рынок до 75%;
- сокращение срока освоения продукции до 50%;
- кратное снижение капитальных затрат на создание производства заготовок;
- снижение издержек производства до 90%;
- увеличение коэффициента использования материалов до 80%;
- снижение затрат энергии при ремонте до 75%;
- уменьшение сроков ремонта до 60%;
- снижение размера запасов в 1,5-2 раза.

Согласно данным по динамике рынка аддитивных технологий, среднегодовой рост в мире составил 19,3%, а в России за последние восемь лет он вырос в 10 раз. Российское оборудование для аддитивных технологий занимает 42% локального рынка [37]. Как в мире, так и в России наиболее активно аддитивные технологии внедряются в сферах авиапрома и автопрома. Это дает возможность получения значимого экономического эффекта от более масштабного внедрения аддитивных технологий в России в сфере авиапрома и автопрома, в рамках центров прототипирования и коллективного пользования в условиях прогрессирующих экономических санкций стран G7 против России, в т.ч. в технологической сфере.

Как указано ранее, одним из элементов типовой структуры центров прототипирования и коллективного пользования является проектирование дизайна корпусов автомобилей и летательных аппаратов, т.е. инжиниринг. Согласно данным журнала «Эксперт», за последние три года рост выручки российских инжиниринговых центров, созданных при университетах, составил 15%, при этом за время реализации профильной госпрограммы объем показателя превысил размер господдержки в 4,6 раза, а численность подобных центров достигла 80 единиц [38]. Это указывает на возможность получения приемлемого экономического эффекта от дальнейшего расширения сети инжиниринговых сервисов в России в рамках создания сети центров прототипирования и коллективного пользования в сфере авиапрома и автопрома.

В сети Интернет доступен проект создания «Центра прототипирования аддитивных технологий» в городе Жуковский (Московская область России). В нем представлены сведения о росте спроса на комплектующие изделия в сфере авиапрома, который за три последних года вырос в два раза, на 100 млрд. руб., и прогнозируется рост до 300 млрд. руб. в год [39, с.2]. В этом же источнике указаны финансовые параметры данного проекта: общая стоимость (400 млн. руб. в ценах 2018 года), объемы выручки (300 млн.

руб. в ценах 2018 года, на 5-й год реализации проекта) [39, с.9, с.11]. Согласно данным консалтинговой компании «Деловой профиль», размер рынка автозапчастей в РФ составил 1600 млрд. руб. в 2020 году, в натуральном выражении – более 1 млн. всех видов деталей в год, при слабой динамике роста (3-5% в год) [37]. Данные об объемах рынка сбыта авто и авиа компонентов в России указывают на экономическую целесообразность создания сети центров прототипирования и коллективного пользования в стране. Для сети из 100 подобных центров потребуются инвестиции порядка 40 млрд. руб., а объем годовой выручки при выходе на полную мощность может составить порядка 30 млрд. руб. Такая сеть сможет покрыть 5-10% отраслевых потребностей в комплектующих. При этом сроки ее создания будут зависеть от наличия квалифицированных кадров и могут составить от 5 до 10 лет.

ВЫВОДЫ

В результате проведенного исследования выявлена роль центров прототипирования и коллективного пользования в импортозамещении комплектующих в авиапроме и автопроме России. Она заключается, прежде всего, в снижении рисков политики импортозамещения: падения конкурентоспособности национальных производителей и закрепления их технологического отставания от зарубежных конкурентов. Это достигается за счет того, что в рамках центров прототипирования и коллективного пользования предполагается широкое использование технологий «Индустрии 4.0»: аддитивных технологий (3D печати), а также 3D-моделирования для проектирования, мелкосерийного выпуска авто и авиа компонентов. Эти технологии также способны снизить негативное влияние эффекта масштаба, имеющее место быть в сферах авиапрома и автопрома России.

На основе анализа последовательности процессов и операций в существующих центрах прототипирования, а также возможности создания различных изделий в них, логического анализа специфики потребностей сфер авиапрома и автопрома в комплектующих, услугах инжиниринга и дизайна разработана типовая структура центра прототипирования, дизайна и испытаний образцов (см. рис.1). Эта типовая структура включает в себя следующие составные элементы:

- центр обработки заказов от сборочных заводов и производителей компонентов;
- 3D-сканирование, создание 3D моделей комплектующих разных видов;
- создание вариаций свойств (размеры, материалы и т.п.) 3D моделей деталей;
- создание опытных образцов, форм отливки изделий (3D печать, пресс-формы), механообработка различных видов;
- испытания образцов, подтверждение свойств, сертификация;
- мелкосерийный выпуск деталей для ремонтных мастерских, гарантийных центров;
- создание 3D моделей, макетов корпусов транспортных средств;
- сборка корпусов транспортных средств (авто, авиа) в натуре;
- испытания («продувка») корпусов в аэродинамической лаборатории;
- перепроектирование сборочной линии для заказчика.

Оценен возможный финансово-экономический эффект от создания в России сети центров прототипирования и коллективного пользования в сфере автопрома и авиапрома. В частности, выявлены виды экономических эффектов от внедрения аддитивных технологий, в т.ч., сокращение капитальных затрат и издержек производства, сроков освоения новой продукции и вывода ее на рынок. Обосновано, что получению значимого экономического эффекта от создания сети центров прототипирования и коллективного пользования в автопроме и авиапроме в России способствуют:

- позитивная динамика роста рынка аддитивных технологий в стране (19,3% в год, в среднем за последние 5 лет);
- рост спроса на комплектующие в сфере авиапрома (на 100 млрд. руб.);
- стабильный размер рынка автозапчастей в России (1600 млрд. руб.);
- востребованность услуг российских инжиниринговых центров (объем их совокупной выручки превысил размер господдержки в 4,6 раза).

На основе анализа опыта создания центров прототипирования в России выявлено, что для формирования сети из 100 таких центров необходимы капитальные затраты на уровне 40 млрд. руб., а при выходе на полную мощность (не ранее чем через 5 лет) ежегодный доход такой сети может достичь 30 млрд. руб. При этом срок создания такой сети может вырасти двукратно при наличии острого дефицита квалифицированных кадров.

Практическая значимость данного исследования заключается в возможности использования разработанной типовой структуры центра прототипирования, дизайна и испытаний образцов, а также оценок финансово-экономического эффекта от создания сети таких центров для корректировки и детализации стратегий импортозамещения деталей и комплектующих в сферах авиапрома и автопрома России.

Перспективы дальнейших исследований в рамках заявленной проблематики связаны с детализацией каждого из элементов типовой структуры центра прототипирования, дизайна и испытаний образцов, а также уточнением продуктовой специализации подобных центров в составе единой сети в России (в сфере авиапрома и автопрома).

Список литературы

1. Импортозамещение в России: вчера и завтра. [Электронный ресурс] // НИУ ВШЭ. – 2023. – Режим доступа: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/814560067.pdf?ysclid=ltit0q2zpl372298353>
2. Лола И.С., Семина В.В., Мануков А.Б. Тенденции импортозамещения в промышленности в 2022 – 2023 гг. [Электронный ресурс] // Центр конъюнктурных исследований НИУ ВШЭ. – Режим доступа: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/840066570.pdf?ysclid=ltisol38ap120855865>
3. Анимца Е.Г., Анимца П.Е., Глумов А.А. Импортозамещение в промышленном производстве региона: концептуально-теоретические и прикладные аспекты. // Экономика региона. – 2015. – №3. – с.:160-172.
4. Жиронкин С.А., Колотов К.А. Методология исследования неоиндустриального импортозамещения в экономике России. // Известия Байкальского государственного университета. – 2016. – Вып. 26. – №5. – с.713-722.
5. Комков Н.И., Бондарева Н.Н. Импортозамещающая стратегия России как фактор развития в условиях глобальных вызовов. // Модернизация. Инновации. Развитие. – 2017. – №4. – с.640-656.
6. Ershova I, Ershov A. Development of a Strategy of Import Substitution. // Procedia Economics and Finance. – 2016. – no.39. – pp.620-624.

РОЛЬ ЦЕНТРОВ ПРОТОТИПИРОВАНИЯ И КОЛЛЕКТИВНОГО...

7. Мухин Н.Ю. Стратегии импортозамещения и стимулирования экспорта в экономической политике зарубежных государств. // Российский внешнеэкономический вестник. – 2016. – №2. – с.103-111.
8. Adewale A.R. Import substitution industrialization and economic growth – Evidence from the group of BRICS countries. // Future Business Journal. – 2017. – no.2. – pp.138-158.
9. Irwin D.A. The Rise and Fall of Import Substitution. // NBER Working Paper Series. 27919. – Cambridge, 2020.
10. Ватолкина Н.Ш., Горбунова Н.В. Импортозамещение: зарубежный опыт, инструменты и эффекты. // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского политехнического университета им. Петра Великого. Экономические науки. – 2015. – Вып. 233. – №6. – с.29-39.
11. Скворцов А.О., Скворцова В.А. Импортозамещение: опыт других стран и задачи для России. // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. – 2015. №1. – с.97-104.
12. Щиголев А.В. Состояние автомобильных кластеров и перспективы их развития в России. // Транспортное дело России. – 2013. – №6. – с.242-245.
13. Проект Стратегии развития авиационной промышленности России на период до 2030 года. [Электронный ресурс] // Министерство промышленности и торговли России. – Режим доступа: https://aviatr.ru/files/strategicaccents/Strategiya-2030_proekt_05102017.pdf?ysclid=ltkeef9isb775881363
14. Котлярова С.Н., Лаврикова Ю.Г., Аверина Л.М. Роль локализации промышленного производства в политике импортозамещения. // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2017. – №5. – с.115-127.
15. Захарченко Е.А. Задачи стратегии импортозамещения с учетом мирового опыта. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/zadachi-strategii-importozamesheniya-s-uchetom-mirovogo-opyta/viewer>
16. Schwab Klaus. The Fourth Industrial Revolution. – World Economic Forum. – Geneva, 2016. – 405 p.
17. Gunasekaran A. (ed.) Agile Manufacturing: The 21st Century Competitive Strategy. – Elsevier, 2001. – URL: doi.org/10.1016/B978-0-08-043567-1.X5000-1
18. Grzesik W. (ed.) Advanced Machining Processes of Metallic Materials. Theory, Modeling and Applications. – Elsevier, 2017. – ISBN 978-0-444-63711-6. – 735 p.
19. Туровец О.Г., Родионова В.Н. Организационные факторы обеспечения гибкости производственной системы. // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2018. – №3. – с.88-96.
20. Кастомизированное производство на «фабриках будущего». Глобальные технологические тренды. [Электронный ресурс] // НИУ ВШЭ. – 2016. – Режим доступа: <https://issek.hse.ru/trendletter/news/189959870.html>
21. Чеченкина Т.В. Центры коллективного пользования в развитых странах мира: проблемы и перспективы. // Управление наукой и наукометрия. – 2017. – №1. – с.80-101.
22. Lena-Acebo F.J., Garcia-Ruiz M.E. The FABLAB Movement: Democratization of Digital Manufacturing. – URL: https://www.researchgate.net/publication/330426056_The_FABLAB_Movement_Democratization_of_Digital_Manufacturing
23. Пальцев В.В., Шушкин М.А. Создание автомобильных инжиниринговых центров в России: путь преодоления технологической зависимости. // Вестник Казанского технологического университета. – 2014. – №1. – с.454-461.
24. Александров П.А. Анализ и проблемные аспекты создания регионального центра прототипирования. // Экономика, социология, право. – 2016. – №1. – с.56-58.
25. Описание проекта создания центра прототипирования. [Электронный ресурс] // Сайт полимерного кластера Санкт-Петербурга. – Режим доступа: <http://www.kp-plant.ru/page.php?id=83>
26. Ropin H., Pflieger-Landthaler A., Irsa W. A FABLAB as integrative part of a Learning Factory. // Procedia Manufacturing. – 2020. – no.45. – pp.355-360.
27. Grzesik W. Virtual / Digital and Internet Based Machining. // Grzesik W. (ed.) Advanced Machining Processes of Metallic Materials. Theory, Modeling and Applications. – Elsevier, 2017. – pp. 505-531.
28. Хамраева В. (2017) «Технари-мечтатели»: кто работает в первом центре прототипирования в России. [Электронный ресурс] // Сайт РИА Новости. – Режим доступа: <https://ria.ru/20170203/1487069795.html>

29. Центр прототипирования. [Электронный ресурс] // Сайт технопарка «Мосгормаш». – Режим доступа: <http://tpmgm.ru/%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%8F/>
30. Центр прототипирования. [Электронный ресурс] // Центр поддержки «Мой бизнес» в Краснодарском крае России. – Режим доступа: <https://moibiz93.ru/support/prototyping-center/>
31. Центр прототипирования Волгоградской области России. [Электронный ресурс] // Сайт газеты «Комсомольская правда». – Режим доступа: <https://www.kp.ru/best/volgograd/innovaciya/>
32. Николаенко А., Петров П. Создание многофункционального центра прототипирования на базе университета машиностроения. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sapr.ru/article/23697>
33. Сводная Стратегия развития обрабатывающей промышленности России до 2024 года и на период до 2035 года. [Электронный ресурс] // Сайт Правительства России. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/Qw77Aau6IOSEluQqYnvR4tGMCy6rv6Qm.pdf>
34. Государственная программа России «Развитие авиационной промышленности на 2013 – 2025 годы». [Электронный ресурс] // Сайт Министерства промышленности и торговли России. – Режим доступа: https://minpromtorg.gov.ru/common/upload/files/docs/gp_gar_140228.pdf
35. Стратегия развития автомобильной промышленности России на период до 2025 года. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Правительства России. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/EVXNIplqvhAfF2Ik5t6l6kWrEIH8fc9v.pdf>
36. Шмелева Е. Отольют в цифре. [Электронный ресурс] // Сайт «Российской газеты». – Режим доступа: <https://rg.ru/2012/01/24/prototipirovanie.html>
37. Шнипова А. Рынок технологий 3D-печати в России и мире: перспективы внедрения аддитивных технологий в производство. [Электронный ресурс] // Сайт консалтинговой компании «Деловой профиль». – Режим доступа: <https://delprof.ru/press-center/open-analytics/rynok-tehnologiy-3d-pechati-v-rossii-i-mire-perspektivy-vnedreniya-additivnykh-tehnologiy-v-proizv/>
38. Инжиниринг нарахват. [Электронный ресурс] // Сайт журнала «Эксперт». – Режим доступа: <https://expert.ru/2021/07/8/inzhiniring-naraskhvat/>
39. Проект создания региональной инновационной инфраструктуры (центра прототипирования аддитивных технологий) городского округа Жуковский. [Электронный ресурс] // Администрация г. Реутов. – Режим доступа: <http://www.reutov.net/common/upload/%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80.pdf>

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 332. 05

МИГРАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

Васильев Е. И.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: Jv-crimea@mail.ru

Данное исследование направлено на изучение влияния внешней трудовой миграции на социально-экономическое развитие страны. На основе аналитических показателей динамики миграционных потоков приводится оценка внешнего миграционного прироста и его влияния на экономику России и её отдельных регионов. Особое внимание уделяется миграции высококвалифицированных кадров как основному качественному параметру международного миграционного потока.

Ключевые слова: трудовая миграция, миграционный прирост, высококвалифицированная рабочая сила, социально-экономическое развитие, региональное развитие.

ВВЕДЕНИЕ

Современные миграционные процессы отражают процесс глобализации мировой экономики, в их основе - установление прочных экономических, социокультурных, геополитических и иных связей между странами. Миграционные процессы являются важным социально-экономическим явлением, действие которого напрямую влияет не только на экономику государства, его хозяйственное и социально-политическое развитие, но и социально-экономическое развитие отдельных российских регионов.

Миграция выступает в качестве балансового механизма между спросом и предложением на рабочую силу. Объём миграционного потока в регион определяется непосредственно экономической привлекательностью этого региона. Проблемы внутренней и внешней миграции характерны на сегодняшний день для многих государств, в т.ч. и для Российской Федерации. Это обусловлено не только высокой миграционной привлекательностью страны, а также усилившимися в результате различных конфликтов миграционными потоками. Особенности этих потоков объясняются размерами государства, многоэтничностью населения, федеративным устройством государства, неравномерностью заселения территории, а также различным уровнем экономического и социального развития регионов [5].

Понимание структуры миграционных процессов, их причин, изучение тенденций и особенностей миграции, а также методик учета, способствует установлению правильного регулирования этих процессов со стороны государства, быстрому социально-экономическому развитию государства в целом.

Вопросы влияния международной трудовой миграции на социально-экономическое развитие России нашли своё отражение в работах таких авторов, как И.Ю.Глебова [1] Е.С. Красинец [2], М. Кудаева [3], Э.А. Мамонтова [4], М.Н.Руденко [8], С.В. Рязанцев [9], В.И. Сигов [10], В.А.Силантьева [11], Л.Н. Трусова [14], Н.П. Шевелёва [17], И.П. Цапенко [15] и другие.

Особенностью современных миграционных процессов является всё более динамичный характер потоков международных трудовых мигрантов, появление новых форм занятости, и как следствие – необходимость более детальных исследований роли международной трудовой миграции в развитии экономик отдельных стран.

Современная концепция социально-экономического развития не уделяет должного внимания изменениям качественных характеристик трудовых мигрантов, не в полной мере учитывает влияние фактора внешней трудовой миграции на региональное развитие принимающих рынков труда. Отсутствие должного внимания к проблеме усиливающегося миграционного оттока высококвалифицированной рабочей силы и его региональной специфике и предопределило цель данного исследования.

Цель исследования - на основе анализа участия России в процессах международной трудовой миграции выявить влияние потоков трудовых мигрантов на социально-экономическое развитие страны и её отдельных регионов.

Методологической основой исследования послужил комплексный подход, увязывающий теоретические основы влияния международной трудовой миграции на социально-экономическое развитие стран и регионов и оценку динамики и структуры внешних миграционных потоков в России.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Международная трудовая иммиграция с социально-экономической точки зрения — наиболее значимый и динамичный миграционный поток в стране, который отличается неравномерным и циклическим развитием.

В условиях глобализации кардинально меняется роль международной трудовой миграции – «миграция становится средством, содействующим глобализации стран и регионов, важнейшим фактором социально-экономического развития» [7, С. 96].

В начале 1990-х гг. в России было занято около 100 тыс. трудовых мигрантов из ближнего и дальнего зарубежья [6, С. 119]. За последние три десятилетия численность иностранных работников в национальной экономике многократно возросла. Так за анализируемый период наибольшее количество прибывших в страну иностранных граждан отмечается в 2022 году – 730 347 чел (Таблица 1.). Основная масса иностранных граждан (около 90,6%) прибывает из стран ближнего зарубежья (стран СНГ).

В целом отмечается тенденция к росту уровня иммиграции. Однако, в связи с закрытием границ и введенными ограничениями в связи с пандемией Covid -2019 потоки трудовых мигрантов в Россию в 2020 году вступили в полосу торможения. «Произошло ощутимое сужение потоков трудовых мигрантов из государств постсоветского пространства: Молдавии (в 3,5 раза), Украины (почти втрое), Киргизии и Таджикистана (в 2,4 раза), из Узбекистана (более чем вдвое)» [2, С.106].

МИГРАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО...

Таблица 1. Основные показатели иммиграции в Российской Федерации, чел.

год	Прибывшие из-за пределов России			В том числе в трудоспособном возрасте		
	Всего	Из СНГ	из других зарубежных стран	Всего	Из СНГ	из других зарубежных стран
2016	575 158	511 773	63 385	447 531	393 424	54 107
2017	589 033	524 452	64 581	465 036	410 068	54 968
2018	565 685	510 994	54 691	444 901	399 129	45 772
2019	701 234	617 997	83 237	557 100	483 153	73 947
2020	594 146	535 923	58 223	471 579	419 817	51 762
2021	667 922	606 190	61 732	531 517	477 962	53 555
2022	730 347	661 986	68 361	551 437	491 510	59 927

Источник: [16]

Так по результатам исследований Высшей школы экономики в период пандемии в апреле-мае 2020 г., «в России потеряли работу около трети трудовых мигрантов» [4, С. 164]. И как отмечает Цапенко И.П., «в мире в результате принятия противоэпидемических мер резко сжатию подверглись почти все людские потоки» [15, С. 41].

Наибольший интерес для развития экономики принимающей страны представляют иммигранты в трудоспособном возрасте. Среди прибывших в Российскую Федерацию иностранных граждан большую часть составляют именно лица в трудоспособном возрасте, однако, 28% прибывших в Россию – низкоквалифицированные мигранты из Таджикистана, около 20% мигранты из Украины. В результате привлечения и использования трудовых мигрантов из-за рубежа восполняются потери трудового потенциала страны, компенсируется недостаток рабочей силы, обеспечивается стабильное функционирование секторов отечественной экономики [2, С. 111]. Россия является одним из главных мировых центров притяжения трудовых мигрантов, особенно для стран постсоветского пространства, характеризующихся значительно более низкими показателями качества жизни [18].

За анализируемый период можно выделить две волны максимального оттока населения из страны: в 2020 году (487 672 чел.) и в 2022 году (668 430 чел.) (Таблица 2). С начала 2022 года продолжает наблюдаться миграционный отток населения. Число выбывших из Российской Федерации к концу года увеличилось на 430,4 тыс. человек, или в 2,8 раза, как за счет эмигрантов в государства-участники СНГ - на 373,2 тыс. человек, или в 2,8 раза, так и за счет выбывших в страны дальнего зарубежья - на 57,1 тыс. человек, или в 3,0 раза [16]. Среди стран СНГ основной эмиграционный поток направлен в Украину, Таджикистан, Армению. Большая часть выбывших – лица трудоспособного возраста.

Таблица 2 - Основные показатели эмиграции из Российской Федерации, чел.

год	Выбывшие за пределы России			В том числе в трудоспособном возрасте		
	Всего	В СНГ	в другие зарубежные страны	Всего	В СНГ	в другие зарубежные страны
2016	313 210	256 480	56 730	257 640	208 019	49 621
2017	377 155	321 018	56 137	300 639	251 366	49 273
2018	440 831	381 918	58 913	353 457	302 163	51 294
2019	416 131	361 997	54 134	336 747	289 856	46 891
2020	487 672	417 059	70 613	402 217	338 164	64 053
2021	238 020	210 345	27 675	189 015	166 058	22 957
2022	668 430	583 607	84 823	553 970	477 305	76 665

Источник: [16]

Понятие миграционного прироста обозначается в экономике в виде разности между теми, кто прибывает в какую-либо страну (область, территорию) на постоянное место жительства, и теми, кто ее безвозвратно покидает. Для получения более точных статистических показателей рассчитываются средние значения за несколько лет, что дает возможность проанализировать текущую ситуацию, определить иммиграционную политику и управлять трудовыми ресурсами. Данные миграционного прироста представлены в Таблице 3.

Таблица 3 – Динамика миграционного прироста в Российской Федерации, чел.

год	Миграционный прирост			В том числе в трудоспособном возрасте		
	Всего	В СНГ	в другие зарубежные страны	Всего	В СНГ	в другие зарубежные страны
2016	261 948	255 293	6 655	189 891	185 405	4 486
2017	211 878	203 434	8 444	164 397	158 702	5 695
2018	124 854	129 076	-4 222	91 444	96 966	-5 522
2019	285 103	256 000	29 103	220 353	193 297	27 056
2020	106 474	118 864	-12 390	69 362	81 653	-12 291
2021	429 902	395 845	34 057	342 502	311 904	30 598
2022	61 917	78 379	-16 462	-2 533	14 205	-16738

Источник: [16]

В связи с введением странами мероприятий по противодействию распространения коронавируса в трансграничных передвижениях произошли серьезные трансформации, что и обусловило резкое снижение миграционного прироста в 2020 году. Как отмечает Рязанцев С.В. и другие «ограничения пространственных перемещений людей, перекрытие каналов выезда и въезда

МИГРАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО...

граждан в разных странах превратились в ключевые проблемы международной трудовой мобильности населения» [9, С. 8].

За анализируемый период максимальный прирост был достигнут в 2021 году – 429 902 человек. Основной миграционный прирост обеспечивается за счёт граждан из стран СНГ. В постковидный период в результате снятия многих ограничений и роста экономической активности в России произошло резкое увеличение трудовой иммиграции и легального использования труда мигрантов. Так, «в течение второго года пандемии численность иностранных граждан, указавших цель въезда в Россию «работу по найму», оказалась почти в 4 раза больше в сравнении с 2020 г. и в 1,7 раза больше по сравнению с 2019 г.» [2, С.107].

В 2022 г. в обмене населением со всеми государствами-участниками СНГ отмечается уменьшение миграционного прироста, а в целом – отток населения из страны, прежде всего, в страны дальнего зарубежья. Причины данного процесса – введённые санкционные ограничения, повлекшие за собой массовый выезд высококвалифицированной рабочей силы, а также структурные изменения на рынке труда в связи с проведением специальной военной операции.

Среди отдельных субъектов РФ наиболее сложная ситуация сложилась в Дальневосточном и Северо-Кавказском федеральных округах, где наблюдается отток населения из регионов, что снижает не только их демографический, но и кадровый потенциал (Таблица 4).

Таблица 4 – Миграционный прирост субъектов Российской Федерации в 2022 году, чел.

Федеральный округ	Миграционный прирост	
	СНГ	Дальнее зарубежье
Центральный	50675	-2259
Северо-Западный	10224	-1210
Южный	13141	-1907
Северо-Кавказский	-4203	-2120
Приволжский	2961	-2585
Уральский	14661	-1813
Сибирский	1205	-1772
Дальневосточный	-10285	-2796
Всего по РФ	78379	-16462

Источник: [16]

Почти 30% основного потока мигрантов в страны дальнего зарубежья направлено в Китай, Индию и Вьетнам. При этом половину выехавших в Китай (5 243 чел из 10982 чел) обеспечил Дальневосточный федеральный округ, около 75% выехавших в Индию – Центральный, Приволжский и Южный федеральные округа, половину выехавших во Вьетнам - Центральный федеральный округ. Что свидетельствует о неравномерной миграционной нагрузке в основных субъектах РФ.

Следует отметить, что одновременно с увеличением притока трудовых мигрантов возросла и их легальная занятость. Так в 2022 году количество выданных разрешений на работу иностранцам возросло почти в 1,2 раза в сравнении с 2020

годом. В 2 раза увеличилось количество оформленных патентов иностранным гражданам и лицам без гражданства (Таблица 5).

Таблица 5. Численность иностранных граждан, имеющих разрешение на работу в разрезе отдельных субъектов РФ (на конец года), в %

Федеральный округ	2011	2015	2020	2021	2022
Центральный	37,0	36,2	22,4	21,6	27,6
Северо-Западный	19,0	5,7	6,8	8,8	10,3
Южный г	6,6	6,7	11,1	10,1	8,6
Северо-Кавказский	0,8	0,6	1,3	1,2	1,0
Приволжский	7,5	7,6	8,6	6,4	4,0
Уральский	10,9	11,5	21,2	19,9	18,7
Сибирский	7,3	9,6	6,9	9,5	8,8
Дальневосточный	8,8	21,7	20,7	21,5	20,1
Всего РФ					
%	100	100	100	100	100
человек	1 027 929	182 370	52 838	54 040	62 877

Источник: [13]

По данным официальной статистики основными российскими регионами, привлекающими легальных трудовых мигрантов, являются Центральный ФО, Дальневосточный ФО и Уральский ФО, на которые приходится более 65% численности иностранных граждан, имеющих разрешение на работу. Почти половина иностранных граждан, имеющих действующий патент на осуществление трудовой деятельности в России, традиционно сосредоточено в Центральном ФО (47,5% в 2022 году), в Северо-Западном ФО - 18,4% в 2022 году.

Для анализа влияния международной трудовой миграции на социально-экономическое развитие страны важны не только количественные, но и качественные показатели миграционных потоков.

Уровень образования мигрантов является чрезвычайно важным аспектом с точки зрения как освоения их кадрового потенциала, так и конкуренции на рынке труда. Статистические данные свидетельствуют о приросте лиц, имеющих высшее (высшее профессиональное) образование (Таблица 6).

Таблица 6 – Миграционный прирост в Российской Федерации лиц, имеющих высшее образование, чел.

год	высшее профессиональное (высшее)	Из них	
		доктора наук	кандидаты наук
2016	102 388	234	404
2017	38 268	68	92
2018	24 588	59	40
2019	- 20 341	-62	-40
2020	19 427	49	232
2021	41 306	116	382
2022	10 705	19	169

Источник: [13]

МИГРАЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО...

Исключение составляет 2019 год, в котором отмечается миграционная убыль лиц с высшим образованием, в том числе со степенью доктора и кандидата наук. В целом миграционный прирост лиц с высшим (высшим профессиональным образованием) имеет тенденцию к сокращению – в 2022 году почти в 10 раз ниже значения 2016 года.

В ряде субъектов РФ в 2022 году отмечался отток (отрицательный миграционный прирост) лиц, имеющих высшее образование: Северо-Кавказский ФО (- 2066 чел.), Приволжский ФО (-3981 чел.), Уральский ФО (-2268 чел.), Сибирский ФО (-6002 чел.), Дальневосточный ФО (-4972 чел.). Соответственно миграционный прирост лиц с высшим образованием в РФ как таковой обеспечен за счёт Центрального, Северо-Западного и Южного федеральных округов.

При этом численность иностранных граждан – высококвалифицированных специалистов, имевших действующее разрешение на работу (на конец года), постоянно увеличивается (Рисунок 1), что, безусловно, способствует росту наукоёмких отраслей и инновационному развитию российской экономики. Следует отметить, что более 90% из них – представители стран дальнего зарубежья и стран ЕС. Основным поставщиком высококвалифицированных специалистов, имевших действующее разрешение на работу (на конец года) является Китай (в 2019 году 25,8%, а в 2022 году – 27,7% от общей численности этой категории трудовых мигрантов) и Турция (в 2019 году 20,0%, а в 2022 году – 34,1% от общей численности этой категории трудовых мигрантов).

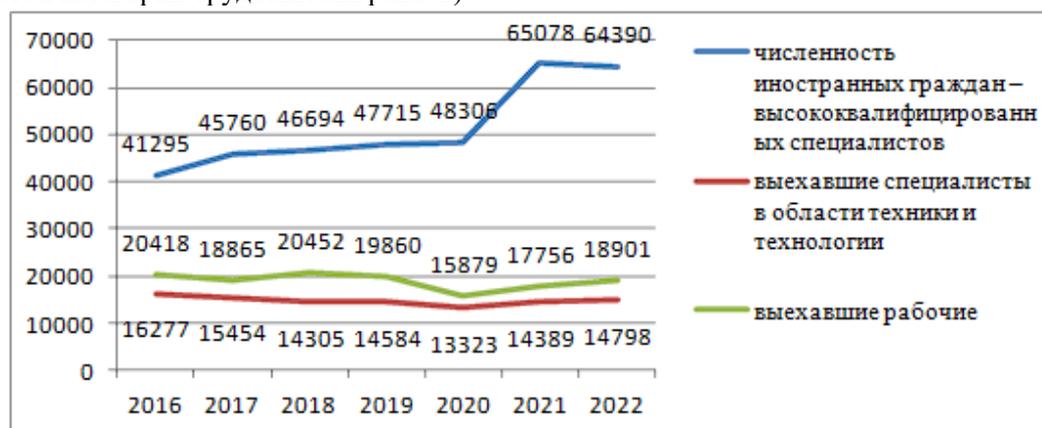


Рисунок 1. Динамика миграционного потока в Российской Федерации с учётом уровня квалификации, чел.

Источник: [13]

Согласно статистике МВД РФ за январь-декабрь 2023 года отмечается рост количества государственных услуг по выдаче иностранным гражданам разрешений на работу (+23,6%; 99,1 тыс.) и по оформлению и выдаче патента (+3,6%; 2,3 млн) в сравнении с аналогичным периодом предшествующего года [12].

Среди российских граждан, выехавших на работу за границу (на момент выезда) примерно 1/3 составляют представители рабочих профессий (матросы, шкиперы

боцманы, машинисты всех наименований (включая трактористов)). Специалистов в области техники, технологии (инженеры, техники, механики, лаборанты, архитекторы) покидает страну меньшее количество. Что отражает общую тенденцию снижения численности российских граждан, выехавших за границу с целью трудоустройства (Рисунок 2).

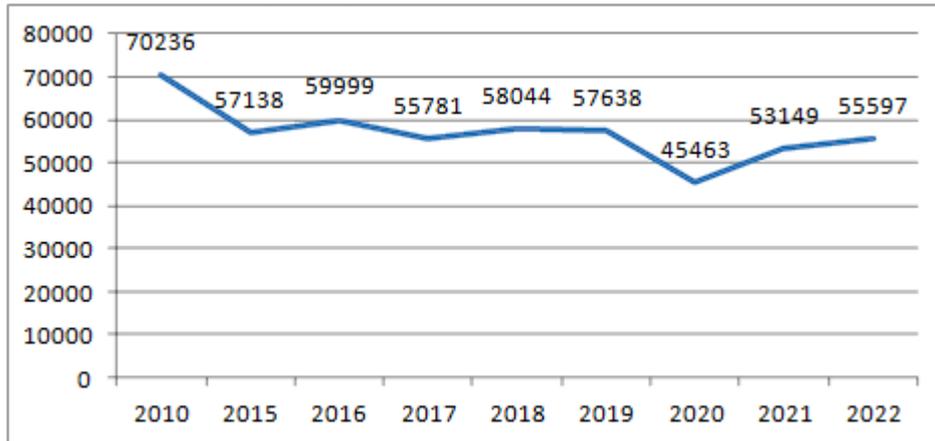


Рисунок 2. Динамика численности российских граждан, выехавших на работу за границу, чел.

Источник: [13]

Однако, если рассматривать численность российских граждан, выехавших на работу за границу, с точки зрения уровня образования, то достаточно велика доля лиц с высшим образованием – 59,3% в 2022 году, в то время как в 2010 году их доля составляла 39,4%.

Увеличение притока высококвалифицированных трудовых мигрантов, безусловно, является не единственным способом обеспечения экономики страны и её отдельных регионов рабочей силой. Однако, в условиях сокращения численности рабочей силы и её старения, низкой эффективности «внутренних» механизмов ликвидации дисбаланса на рынке труда привлечение дополнительной рабочей силы из-за рубежа приобретает реальное практическое значение.

ВЫВОДЫ

Таким образом, «допандемийный» период характеризовался как возрастающими масштабами трудовой иммиграции, так и ростом численности трудовых мигрантов. В условиях разрушительных последствий пандемии трудовая иммиграция вступила в полосу торможения и стала характеризоваться нисходящим трендом. Восстановление российской экономики в «постпандемийный» период привело к возрастанию спроса как на низкоквалифицированных, так и на высококвалифицированных трудовых мигрантов. Однако, традиционно Российская Федерация поставляет кадры высокой квалификации на рынки труда развитых стран,

принимая при этом низкоквалифицированную рабочую силу из стран ближнего зарубежья.

Существующий разрыв между уровнем образования, квалификации и человеческого капитала мигрантов в целом и уровнем человеческого капитала в стране не может не влиять на социально-экономическое развитие Российской Федерации и её отдельных регионов.

Исследование миграционного компонента социально-экономического развития регионов России высвечивает разительные контрасты и пространственный дисбаланс миграционного потока. Оплотами устойчивости развития на основе миграционного прироста высококвалифицированной рабочей силы служат Центральный и Северо-Западный ФО, неустойчивости – Дальневосточный и Северо-Кавказский ФО.

Низкоквалифицированный иммиграционный поток создает условия для привлечения инвестиций в более трудоемкие и менее технологичные отрасли российской экономики, что не только способствует сегментации рынка труда, но и усиливает диспропорции в региональном развитии. Остро стоит проблема несоответствия качества иностранной рабочей силы, присутствующей на региональных рынках труда, потребностям российской экономики и, в конечном итоге, не способствует формированию инновационной модели экономического развития страны.

Список литературы

1. Глебова, И.Ю. Международная миграция как фактор социально-экономического развития России / И.Ю. Глебова, Т.А. Долбик-Воробей [Электронный ресурс] // Статистика и Экономика. - 2020. - №17(3). – С. 37-46. – Режим доступа: <https://doi.org/10.21686/2500-3925-2020-3-37-46>
2. Красинец, Е.С. Международная трудовая миграция в развитии современной России / Е.С. Красинец // Народонаселение. — 2022. — Т. 25. — № 2. — С. 104-115. DOI: 10.19181/population.2021.24.3.9
3. Кудасева, М. Влияние миграционных потоков на экономическую активность и рынок труда России в целом и региональном аспекте / М. Кудасева, И. Редозубов [Электронный ресурс] // Серия докладов об экономических исследованиях. – 2021. – Режим доступа: - https://www.cbr.ru/statichtml/file/131869/wp_khab_dec.pdf
4. Мамонтова, Э.А. Проблемы внешней трудовой миграции и безработицы граждан России в период пандемии коронавируса / Э.А. Мамонтова, А.М. Попов // Вестник экономической безопасности. — 2021. — № 5. — С. 163–167.
5. Никитина, М.Г. Территория и общественное развитие: геоэкономический компендиум / М.Г. Никитина, Е.А. Шутаева, В.В. Побирченко, Д.Б. Мираньков // Учёные записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2018. - Т. 4 (70). – №2. – С. 80-94.
6. Россия-2000 / под ред. Н.М. Римашевской. — Москва : ИСЭПН РАН, 2001. — 312 с.
7. Рубинская, Э. Д. Международная трудовая миграция как экономическая научная категория: новый концептуальный подход / Э. Д. Рубинская // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. - 2022. - Т. 8 (74). № 3. - С. 90–97.
8. Руденко, М.Н. Миграционные процессы в условиях глобализации и их влияние на региональную стабильность / М.Н. Руденко [Электронный ресурс] // Вестник Астраханского государственного технического университета. - 2015. - № 5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/migratsionnye-protsessy-v-usloviyah-globalizatsii-i-ih-vliyanie-na-regionalnuyu-stabilnost/viewer>.
9. Рязанцев, С.В. Положение трудовых мигрантов в регионах мира: вызовы пандемии COVID-19 и реакция правительств / С.В. Рязанцев, А.Д. Брагин, Н.С. Рязанцев // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. — 2020. — № 3. — С. 7–21.

10. Сигов, В.И. Регулирование трудовых миграционных процессов в регионе / В.И. Сигов, Д.В. Круглов // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2017. — № 5. — С. 90—90.
11. Силантьева, В.А. Концепция государственной миграционной политики РФ: содержание и реализация / В.А. Силантьева // Право Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. — 2020. - № 4. - С. 146—151.
12. Статистические сведения по миграционной ситуации // МВД РФ: [сайт]. — Режим доступа: <https://xn--b1aew.xn--p1ai/deyatelnost/statistics/migracionnaya/item/47183542/>
13. Труд и занятость в России. 2023: Стат.сб./Росстат – Т78 М., 2023. – 180 с.
14. Трусова Л.Н. Исследование региональных миграционных процессов / Л.Н. Трусова // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. — 2019. — № 3. — С. 174—179.
15. Цапенко, И.П. Межстрановая мобильность населения в период и после эпидемического шока / И.П. Цапенко // Социально-трудовые исследования. — 2020. — № 40(3). — С. 31—43.
16. Федеральная служба государственной статистики. Численность и миграция населения Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13283>
17. Шевелева, Н. П. Влияние международной трудовой миграции на социально-экономическое развитие принимающей страны / Н. П. Шевелева, Н. Г. Савкина, Д. А. Панарина [Электронный ресурс] // Общество: социология, психология, педагогика. – 2018. - №4— Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-mezhdunarodnoy-trudovoy-migratsii-na-sotsialno-ekonomicheskoe-razvitiie-prinimayuschey-strany>
18. Шутаева, Е.А. Качество жизни населения на постсоветском пространстве: методологические подходы и оценка основных показателей / Е.А. Шутаева, В.В. Побирченко // Вестник Академии знаний - 2020. - №37 (2). – С. 394- 403.

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 339.9

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССОВ СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ

Гафарова К. Э.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация
e-mail: karina_gafarova@mail.ru

Статья посвящена комплексному исследованию теоретических и практических аспектов осуществления процессов социализации в условиях глобализации экономики. Раскрыта экономическая природа и определено содержание процессов социализации экономики. Исследованы процессы социализации экономики в разрезе их основных составляющих элементов, уровней, движущих сил и механизма реализации.

Ключевые слова: социальные услуги, социальная сфера, социализация экономики, процессы социализации, социализация глобальной экономики, социальные стандарты.

ВВЕДЕНИЕ

Понимание требований общества к развитию социальной сферы, логике становления национальной модели и ее организации требует изучения места этой сферы в процессах социализации, в частности, социализации экономики. Отметим, что в системе экономических целей любого общества условно можно выделить две группы. Первая группа – цели, связанные с приближением к границе производственных возможностей общества (современная неоклассическая традиция формализует условия полного использования производственного потенциала по параметрам «Парето-оптима»). Вторая группа – цели, связанные с приближением к распределительной эффективности, то есть к такому распределению ограниченных благ между участниками общественного производства, которое будет отвечать как требованиям экономической эффективности общественного воспроизводства, так и морально-этическим принципам, социально обусловленным приоритетам, общечеловеческим ценностям.

Попытки формализации требований к параметрам эффективного социального распределения, которые отражают как индивидуальные предпочтения всех членов общества, так и их коллективные решения (в частности, относительно пропорций распределения ресурсного потенциала между производством благ частного и общественного потребления и т.п.) выполняются в основном с помощью научного инструментария теории общего равновесия (работы В. Парето, Л. Вальраса, Ж. Дебре, К. Эрроу и других), теории общественного благополучия (А. Пигу, К. Виксель, Дж. Хикс и другие) и общественного выбора (Дж. Бьюкенен, Г. Таллок и т.п.).

Каждый раз, когда научное исследование рассматривает проблемы превращения производственного потенциала в благополучие широких слоев населения, возникает вопрос не только о том, как производить больше благ, приближая при этом структуру производства к структуре платежеспособных потребностей, но и об удовлетворении тех потребностей, которые не формируют рыночный спрос и удовлетворение которых, не может обеспечивать прибыль. Такое исследование привлекает внимание

к процессам социализации экономики и требует дальнейшего исследования роли социализации экономики на всех уровнях его развития.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Теоретические основы осмысления процессов социализации, их необходимости и обусловленности логикой развития экономических систем, можно видеть как в трудах классиков (например, критика законов о бедных Д. Рикардо, оценка условий, при которых расширение производства сопровождается повышением уровня потребления широких слоев населения в трудах Дж. Миля); в работах К. Маркса (в частности, противоречие между частнокапиталистическим способом присвоения благ и необходимостью более равномерного распределения); в трудах представителей германской исторической школы, в теориях всеобщего равновесия и общественного благополучия, в теории общественного выбора и т.д. Исследования современного этапа социализации связывают с работами представителей многочисленных институциональных направлений экономических исследований, а именно с работами Д. Белла, М. Кастельса, К. Поланьи, В. Иноземцева и многих других.

В работах отечественных исследователей, социализация интерпретируется как процесс наполнения частнокапиталистической экономики качественно новыми элементами, обеспечивающими согласование общественных и частных интересов на основе: «переориентации экономики с экономических критериев развития на критерии человеческого развития» [4, с. 262], «научно-технологического развития экономики» [2, с. 81], «борьбы с проблемой преодоления бедности» [5, с. 4], «развития человеческого капитала» [7, с. 7], «социального партнерства, экономического, политического и социальной солидарности» [3, с. 4]. Ряд ученых придерживаются мнения, что приоритетным направлением регулирования процессов гуманизации экономической системы должно стать усиление тенденций социально направленного экономического развития через координирование целей хозяйствующих субъектов, реализацию мер, направленных на создание благоприятных условий для развития человека и характеристик трудового капитала [1].

Современная система управления социализацией экономики представляет собой сложный механизм, в котором определяющая роль отводится государству, которое может как стимулировать, так и замедлять процесс становления эффективных собственников через соответствующие инструменты государственного регулирования [8]. Так, воздействие на экономические отношения возможно только путем использования комплекса децентрализованных социально значимых инструментов, связанных с определением единых социальных ценностей, стимулированием гражданской активности и социальной ответственности, повышением ценностных мотиваций экономического развития и др. С ростом требований к эффективности хозяйственной деятельности и уровню жизни общества

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССОВ...

возникает необходимость в своевременном мониторинге факторов улучшения жизнедеятельности населения для активного на них воздействия.

Обобщая все подходы к интерпретации сущности социализации экономики, можно сделать вывод, что социализация экономики представляет собой обобщение сложных процессов, происходящих в сфере экономического, социального, политического, идеологического взаимодействия, отражающего формирование таких пропорций распределения ресурсов и доходов, таких институтов, правил и норм взаимодействия экономических субъектов, которые постепенно наполняют экономику качественно новыми элементами, обеспечивающими согласование общественных и частных интересов на основе улучшения благосостояния широких слоев населения.

Выделяют также такие составляющие экономической социализации как социализация производительных сил, хозяйственного механизма и экономических отношений (рис.1).

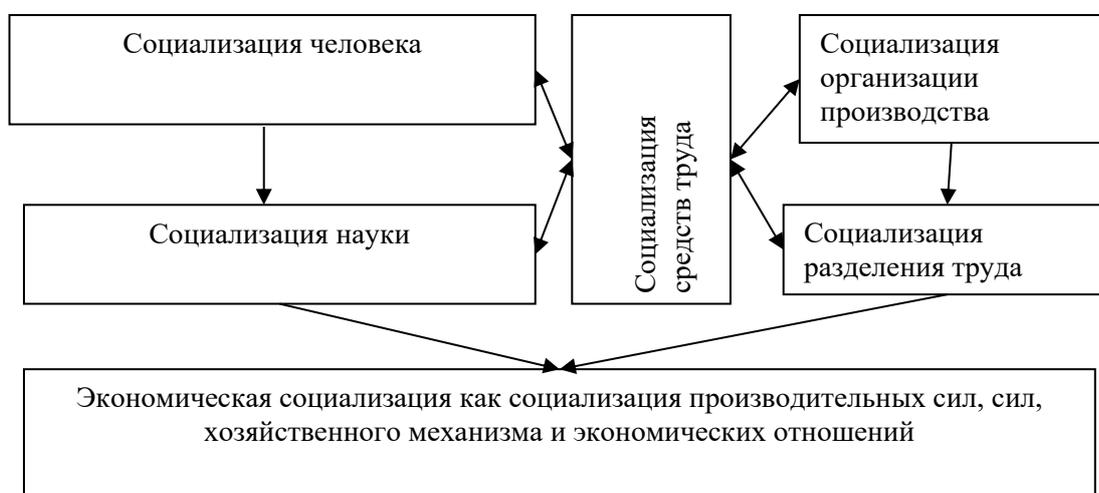


Рисунок 1 - Составляющие элементы экономической социализации

Источник: составлено автором

В составе производительных сил выделяют социализацию человека (формирование качественно новых черт человека - работника и человека - владельца); социализацию науки (формирование масштабной сферы научных исследований, направленных на потребности широких слоев населения); социализацию средств труда (обновление концепции создания средств труда: от средств максимизации производительности к средствам реализации и развития способностей человека за сохранение его здоровья и трудового потенциала, предотвращение опасностей и продление трудовой жизни); социализацию организации производства (переход к концепциям организации и мотивации труда, демократизация принятия управленческих решений, отказ от жесткого контроля в пользу гармонизации производственных отношений как залога

добросовестного отношения работников к своим обязанностям); социализацию разделения труда (обогащение содержания труда).

Иногда выделяют определение социализации на макроуровне (как характеристики общественных процессов) и на микроуровне (как характеристики изменения моделей поведения человека). Например, социализация экономики на макроуровне толкуется как обобществление процессов производства распределения и потребления, а на микроуровне – как тенденция, а впоследствии и закономерность, согласно которой под влиянием потребностей производства значительно ускоряется процесс усвоения и использования основными хозяйствующими субъектами (в своих интересах) специфической системы знаний, норм, ценностей, необходимых для успешного функционирования народного хозяйства. Оба определения раскрывают два аспекта тех же процессов: формирование определенных общественных пропорций распределения ресурсов и доходов, правил и норм социального взаимодействия неразрывно связано с изменениями моделей хозяйственного поведения субъектов экономических отношений.

Для целей объяснения обновления роли процессов социализации экономики, можно представить такие процессы социализации в единстве трех главных «поток» (рис. 2).

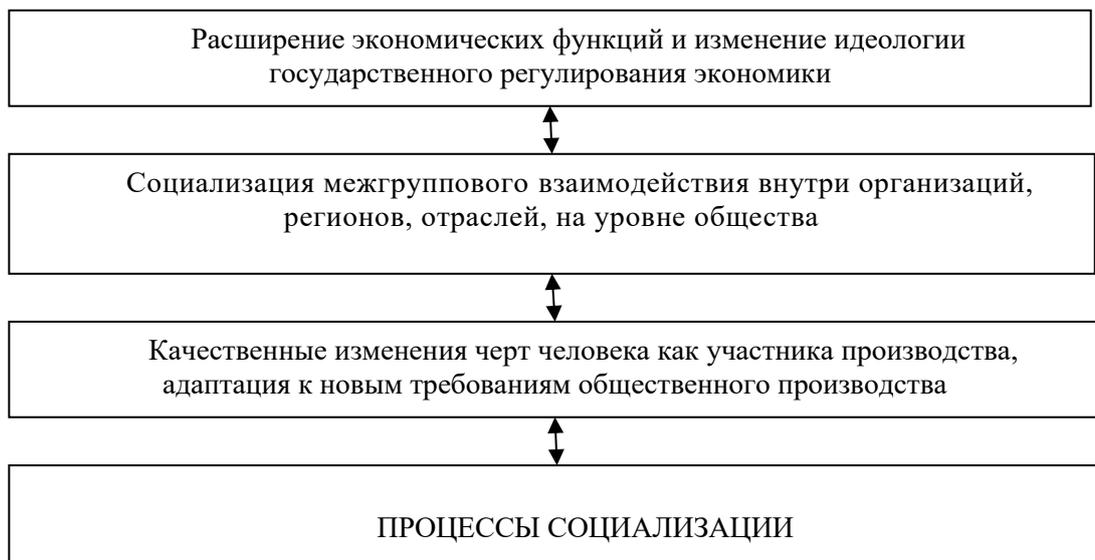


Рисунок 2 – Поток процессов социализации

Источник: составлено автором

Первый – расширение экономических функций и изменение идеологии государственного регулирования экономики.

Второй – социализация межгруппового взаимодействия внутри организаций, регионов, отраслей, на уровне общества. В экономической сфере

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССОВ...

она выражается, в основном, в изменении установок и, соответственно, позиций сторон добровольных (рыночных) соглашений, которые отказываются от максимальной реализации частных экономических интересов при жесткой конфронтации с интересами контрагентов в пользу самоограничения собственных интересов и потребностей при гармонизации интересов всех участников сделки. Это преобразует сферу рыночных трансакций (в первую очередь на рынках ресурсов, труда, капитала, информации) из механизма реализации давления на контрагентов в механизм гармоничного согласования интересов, а принципы индивидуалистического эгоизма замещаются принципами социальной солидарности и партнерства. В сфере культурно-идеологической это отражается в качественных радикальных изменениях интенсивности информационного обмена и коммуникативной нагрузки на человека, в кардинальных изменениях факторов влияния на его поведение со стороны общества.

Третий – качественные изменения черт человека как участника производства, адаптация к новым требованиям общественного производства и новой роли, новых возможностей, получаемых обладателями высокой квалификации, уникальных знаний и умений, больших коммуникативных способностей. Это сопровождается качественными изменениями системы мотивации к труду, ростом роли нематериальных мотивов, усложнением потребностей и новыми чертами работников, новыми моделями поведения, процедурами принятия решений и процедурами их информационного обеспечения. Как следствие, изменяется система отношений между участниками публичного производства, меняется система ролей между участниками хозяйственной деятельности.

Понимание специфического места трансформации процессов социализации экономики в трех вышеприведенных потоках позволяет определить общественные требования к развитию этой сферы. Практически модель социализации экономической системы и, соответственно, совокупность общественных требований к социальной сфере определяется специфическим способом сочетания трех приведенных выше потоков, каждый из которых выступает и как результат, и как причина изменений двух других и новых качеств общественной жизни. Общее видение обусловленности национальной модели обеспечения населения социальными процессами может быть представлено следующим образом.

Развитие отраслевых рынков, их глобализация, обуславливает динамичный рост требований к эффективности комбинирования и использования ресурсов производства, повышение общественно необходимой степени результативности хозяйственной деятельности. Такое повышение само по себе не определяет необходимости улучшения условий жизни подавляющего большинства людей и, соответственно, изменения требований к параметрам функционирования и ресурсного обеспечения социальной сферы. Поддержание конкурентоспособности на уровне отдельного центра производства и в

масштабах отрасли может обеспечиваться и без качественных изменений в пропорциях общественного распределения.

Лишь рост динамичности социальной среды, восприятие национальным бизнесом стратегии высокой инновационной активности, превращение инноваций в неотъемлемую составляющую хозяйственной деятельности, требующую постоянного обновления содержания трудовых функций подавляющей массы исполнителей, прочно связывает конкурентоспособность компаний с двумя характеристиками привлечения человеческого фактора производства. Во-первых, с высоким профессионально-квалификационным уровнем (отсюда – повышение требований к образовательному уровню, мотивированности, коммуникативности, добросовестности и самостоятельности работника, соответственно – готовность бизнеса воспринимать новые стандарты финансирования социальной сферы). Во-вторых, с мотивацией на принципиально новых началах, что предполагает отказ от жесткого контроля за выполнением четко формализованных трудовых функций в пользу превращения наемного работника в полноценного участника бизнеса, предоставления ему возможности и преимущества, которые ранее были присущи только владельцу материальных условий производства или предпринимателю.

Поэтому масштабы и темпы расширения постиндустриального сектора, быстрота восприятия бизнесом адекватных этому этапу развития стандартов и правил построения отношений с наемными работниками становятся первым, определяющим фактором объемов ресурсов, выделяемых коммерческим сектором на финансирование социальной сферы. По типу реакции на вызов глобальной конкуренции отдельные отрасли национальных хозяйств и национальные экономические системы разделяются по принципиальной характеристике, которая в значительной степени определяет путь дальнейшего развития страны и должна учитываться для оценки роли процессов социализации экономики в период трансформации глобальной экономики.

ВЫВОДЫ

Одним из ключевых компонентов современных мирохозяйственных трансформаций является социализация экономики, которая проявляется, прежде всего, в усилении интеграции личностных и общественных начал в процессе производства, его социальной переориентации, в росте масштабов социальных инвестиций и рынка социальных услуг, а также в перенесении человека в центр социально - экономического развития. В институциональном плане этот процесс отражает формирование таких правил и норм взаимодействия экономических субъектов, которые превращают экономику в инструмент улучшения благосостояния широких слоев населения. Можно говорить о прямой связи между приближенностью реальных процессов в экономике к уровням социально-экономического развития страны.

В существующих сегодня подходах к определению сущности социализации экономики она трактуется преимущественно как рост в производственных процессах роли социального компонента и усиление социальных функций

государства на национальном уровне. Однако в условиях глобализации социализация расширяет механизмы своего действия и реализуется на трех уровнях: макроуровне (из-за обобществления процессов производства, распределения и потребления благ), микроуровне (из-за роста объемов удовлетворения социальных потребностей непосредственно на рабочем месте) и индивидуальном уровне (из-за наращивания индивидуумом личного ресурса). Именно эти три уровня социализации формируют сегодня систему оптимизации общеобщественных пропорций распределения ресурсов и доходов, а также определяют правила и нормы социального взаимодействия субъектов экономических отношений.

Список литературы

Биглова, Г. Ф. Бикметов, Л. Ю., Герасимова, Л. А. и др. Социализация экономики как фактор социального развития региона: монография / под общ. ред. д-ра филос. наук, проф., акад. АН РБ Ф.С. Файзуллина. – Уфа: ИСЭИ УФИЦ РАН, 2019. – 298 с.

2. Биглова, Г. Ф. Социализация и инновационность экономики: качественная взаимосвязь / Г. Ф. Биглова, Г. Я. Житкевич // Вестник Барановичского государственного университета. Серия: Исторические науки и археология. Экономические науки. Юридические науки. – 2019. – № 7. – С. 80–85.

3. Бодрунов С.Д. Социализация экономики: приоритеты современного развития России/ С.Д. Бодрунов// Экономическое возрождение России. – 2022. - №4(74). – С.5-8.

4. Быченко, Ю. Г. Социализация экономики в России: проблемы и перспективы / Ю. Г. Быченко, Л. В. Логинова // Вестник Саратовского государственного технического университета. – 2009. – Т. 1. – № 1 (37). – С. 262–272.

5. Пунанова, Т. И. Перспективы социализации экономики России / Т. И. Пунанова // Управление социально-экономическими системами. – 2019. – № 2. – С. 4–8.

6. Сауткина, В. А. Возрождение солидарной экономики: попытка реализации утопии или реальная мотивация к развитию? / В. А. Сауткина // Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – № 1. – С. 88–96.

7. Сергеев С.М. Социализация экономики: основные показатели и критерии в рамках программно-целевого подхода /С. М. Сергеев// Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. -2022. -№ 4 (72).- С.6-13.

8. Тоньшева, Л. Л., Трофимова, Ю. В. Регулирование развития социально-ориентированной экономики региона: монография. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – 170 с.

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 352:353.8

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ТРАНСФОРМАЦИЮ СМАРТ–ГОРОДОВ

Горда А. С., Горда О. С.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: alx2777@mail.ru

В статье рассмотрено взаимодействие глобализационных процессов и трансформаций на муниципальном уровне с особым акцентом на развитии смарт-городов. Актуализирована проблема обеспечения цифровой готовности муниципалитетов, поскольку развитие смарт-городов требует высокого уровня цифровой инфраструктуры, компетентных кадров и готовности граждан к использованию цифровых технологий. Исследование показало, что в условиях глобализации формируется новая городская иерархия, ускоряющая рост тех городов, которые концентрируют в себе новые функции. Анализ показал, что цифровые технологии могут играть ключевую роль в решении проблем, поскольку они генерируют значительные объемы информации. Подчеркнуто, что внедрение «умных» решений в политику развития современных городов является крупным общественным социально-политическим проектом, смарт-города могут решать проблемы, связанные с увеличением плотности населения и постоянным влиянием на жилищную и транспортную инфраструктуру, управлением отходами, качеством воды и энергетическими сетями.

Ключевые слова: глобализация, смарт-город, цифровизация, трансформация, развитие, технологии, инновации.

ВВЕДЕНИЕ

В свете растущего влияния глобализационных процессов возникает потребность в изучении их влияния на муниципальные трансформации, особенно в контексте развития смарт-городов. Глобальные тенденции не только создают новые возможности для развития городов, но и ставят перед ними ряд вызовов, требующих системного решения. Одной из главных проблем является необходимость разработки эффективных стратегий адаптации муниципальных структур к глобальным экономическим, технологическим и социокультурным изменениям и дальнейшим соответствующим преобразованиям. Глобализация приводит к усилению конкуренции между городами за инвестиции, технологии и инновации. Это ставит под угрозу развитие небольших городов и может привести к их отсталости.

Актуальной проблемой является обеспечение цифровой готовности муниципалитетов. Развитие смарт-городов требует высокого уровня развития цифровой инфраструктуры, компетентных кадров и готовности жителей к использованию цифровых технологий. Многие города сталкиваются с вызовами в имплементации цифровых инициатив из-за финансовых ограничений и недостаточности ресурсов.

Важно учитывать и проблему обеспечения инклюзивности в контексте развития смарт-городов. Глобальные технологические трансформации могут приводить к социально-экономическому расслоению общества, когда некоторые группы населения получают доступ к преимуществам современных технологий, в то время как другие нет. Это подчеркивает важность разработки политик, направленных на

уменьшение такого расслоения и обеспечения доступности цифровых технологий и инноваций для всех слоев населения.

Развитие городов в новой глобальной среде изучается учеными различных сфер деятельности, поскольку именно города выступают основными локациями глобализации. Следует отметить наработки таких зарубежных исследователей как: Ричард Флорида (по развитию и конкурентоспособности городов), Джейн Джейкобс (исследования влияния инноваций на развитие американских городов), Эдвард Глацер (изучение городской экономики и развития), Саския Сассен (исследовала влияние глобализации на городскую структуру), Рэм Кассино (исследование эффективности глобальных городов и их роли в мировой экономике), Майкл Стингер (изучал трансформацию городов в эпоху глобализации). Эти ученые внесли значительный вклад в понимание вызовов, с которыми сталкиваются города в условиях глобализации. Проведенные ими исследования помогают формировать стратегию развития городской среды в новом глобальном контексте.

В то же время, в отечественных научных кругах также существует достаточно обширный перечень работ, авторы которых активно изучают развитие смарт-городов в глобальном контексте. Представляется возможным отметить работы таких исследователей как: Бабаян Л. К. [1], Воробьев А. Е., Торобеков Б. Т. [2], Ковалев Ю. Ю., Степанов А. В. [3], Костко Н. А., Печеркина И. Ф., Попкова А. А. [4], Куранов А.С. [5], Осина О. Н. [6], Пак С. [7], Петров П. А., Хохлова Н. С. [8, 9], Рузина Е. И. [10], Соколов Н. Н., Туровский А. А., Чергейко Г. М. [11], Стрекалова Н. Д., Фролова Н. Н. [12]. Работы вышеперечисленных авторов помогают раскрывать особенности развития отечественных городов в глобальном измерении, разрабатывая научные подходы и практические рекомендации по устойчивому и эффективному управлению городскими пространствами.

Следует отметить, что в зарубежных научных школах исследования развития глобальных городов существует уже несколько десятилетий, насчитывает десятки крупных научных программ и проектов. В то же время в отечественных научных школах региональной экономики недостаточно представлены исследования, посвященные проблематике закономерностей и тенденций формирования и развития умных городов в условиях глобализации.

Целью статьи является изучение особенностей взаимодействия глобализационных процессов и трансформаций на муниципальном уровне с особым акцентом на исследовании их влияния на развитие смарт-городов.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Роль и значение городов в контексте глобализационных сдвигов очень важны. Исторически города являются генераторами и ретрансляторами глобальных изменений, своеобразным «опорным каркасом» мировой экономики. Это и современные глобальные города, вершины мирового геополитического и геоэкономического ландшафта, и десятки других городов, только приближающихся к верхним ступеням иерархии. В то же время, город является реципиентом глобальных изменений со всеми угрозами и преимуществами.

Глобальные города - форма мегаполиса, занимающая одно из центральных мест в информационной и финансовой коммуникации всей мировой системы. Следует отметить, что не только сам мегаполис может представлять собой глобальный город. Некоторые ученые относят к его структуре и городскую агломерацию или своеобразную хорду городов. Городская агломерация – важный вопрос современной урбанистики, поэтому социально-экономические маркеры и индикаторы жизни города должны касаться деятельности всей агломерационной структуры [13].

Конец XX века отмечен значительным развитием взаимодействий в сфере экономики, культуры, социума, политики, науки и других областей. С ростом темпов развития коммуникаций неотъемлемо связано и ускорение глобализации. Унификация и взаимозависимость проявляются на всех уровнях, охваченных глобализацией, в частности, в жизни городов. Мир становится унифицированным, вызывая как положительные, так и негативные реакции в обществе и научных дискуссиях. Процессы технологического развития в условиях глобализации активизируют коммуникацию.

Термин «глобализация» стал широко известен благодаря труду «Глобализация рынков» ученого и маркетолога Т. Левитта, опубликованного еще в 1983 году. Он правильно отметил: будущее принадлежит не транснациональным компаниям, а именно глобальным: «коммерческий успех такого подхода подтверждается успехом McDonald's на Елисейских полях, Coca-Cola в Бахрейне и Pepsi-Cola в Москве, рок-музыки, греческого салата, голливудских фильмов, косметики, телевизоров Sony и джинсов Levi's повсюду. Эти примеры иллюстрируют общее движение к единообразию в мире» [14-16].

Глобализация мировой экономики, параллельно с размытием национального суверенитета современных государств, раздроблением социально-классовой структуры, трансформацией ценностей в направлении укрепления индивидуалистической ориентации массового сознания и коммерциализацией высшего образования формирует новую конфигурацию неравенств. В этой конфигурации наиболее успешные и урбанизированные города становятся центрами технологических, экономических и культурных инноваций. В условиях глобализации возникает новая городская иерархия: темпы роста выше у городов, концентрирующих новые функции. Особые центры глобальных экономических сетей получают основную часть ренты от внедрения инноваций.

Под влиянием глобализационного процесса происходит перераспределение видов деятельности в формировании городских финансов и городского валового продукта. Финансовые функции и сфера деловых услуг становятся источником высокой прибыли для городов, в то время как промышленные функции ограничиваются только обеспечением выживания. Глобализация приводит к переменам в городских функциях. Если до промышленной революции города в основном являлись центрами торговли, финансов и политической власти, то во время промышленной революции они стали в основном концентрировать промышленные функции. С развитием глобализации наблюдается возврат к «традиционным» городским функциям, но уже на новой технологической основе. Значимость международного сектора городской экономики значительно увеличивается [17].

В экономике городов становится все более заметным влиянием внешних участников, таких как крупные банковские сети, национальные и транснациональные корпорации, что не только изменяет экономическую структуру, но также влияет на процесс принятия экономических и политических решений в городе. В результате глобализация усиливает непредсказуемые факторы, влияющие на развитие городов.

Глобализация поднимает роль и стратегическое значение городов как арены, где большое количество участников конкурируют за доступ к городским ресурсам. В современном направлении развития городов важное значение имеет установление и поддержка широкого партнерства между различными участниками. Эти процессы оказывают существенное влияние на экономическую структуру города, где формируются элементы, обслуживающие внешний сектор и зависящие от него. Вследствие этого внутри города могут укрепляться процессы поляризации, растет разрыв между традиционными и новыми видами деятельности, составляющими глобальную экономическую систему.

Согласно исследованию, проведенному Всемирным банком, к 2025 году в городах будет проживать 55% населения планеты, из которых почти 94% будет приходиться на развивающиеся страны. Это существенно изменит мировую динамику и приведет к росту конкуренции между городами за материальные и человеческие ресурсы [18].

Современный мир трансформирован в сложное системное явление, где каждая страна и город взаимодействуют определенным образом. Со стремительным ростом населения и соответствующими сложностями развития инфраструктуры, города получают новое качество. Постепенно в информационном обществе город становится частично виртуальным, входит в «цифровое измерение». Это частично облегчает проблемы коммуникации, но в то же время порождает дополнительную, часто экспериментальную инфраструктуру, функционирующую в режиме онлайн.

Преобразования, происходящие в результате информационной революции и многослойные политические изменения на мировом уровне, сигнализируют о необходимости новых подходов к политике. Быстрые темпы совершенствования технологий наряду с медленной адаптацией законодательной базы на уровне стран и отдельных городов тормозят процессы смартивизации [19].

Потребность в реформировании инфраструктурной политики возникает не только из-за вызовов, связанных с цифровой трансформацией, но и из-за роста урбанизации. Значительное увеличение населения городов по всему миру существенно влияет на существующую городскую инфраструктуру, заставляя власти городов отказываться от традиционных методов управления (сверху вниз) и переходить к гибкому управлению на основе многоуровневых сетевых структур. Это предполагает необходимость новых форм глобального сотрудничества, понимания общей ответственности за распространение цифровых технологий и эффективного взаимодействия между государственным, частным, общественным и научным секторами для координации действий и контроля.

Ежегодно цифровизация изменяет экономику и общество, вызывая переосмысление взаимосвязей между ними, что свидетельствует о ключевых трансформациях развития. Возникает совершенно новая – цифровая среда, где

формируются экосистемы и модели социально-экономического развития. Цифровая трансформация становится основным драйвером глобальных изменений, происходящих в условиях социальных разрывов в обществах и финансового неравенства между странами.

Современный мир оказался на своеобразной «развилке», где цифровые технологии генерируют как новые возможности, так и риски, которые переформатировали нашу повседневную жизнь. Эти технологии стали важными активами, способными улучшить эффективность и производительность различных процессов. Они стали ключевыми элементами производства наряду с традиционными – землей, капиталом и трудом. Применение цифровых технологий приводит к увеличению производительности труда, занятости и повышению уровня благосостояния населения, улучшению качества окружающей среды и решению проблем в сферах здравоохранения, образования и государственного управления. Это привело к более быстрому отказу от наличных платежей, а цифровая трансформация бизнес-моделей и цепей поставок все больше изменяет формы торговли и логистики.

Однако процессы цифровизации и внедрения цифровых технологий вызывают глубокие сомнения в обществе, свидетельствующие о противоречивости трансформаций, вызванных последней Четвертой промышленной революцией. Сейчас необходимо понять, как цифровые технологии изменяют жизнь нынешних и будущих поколений и какие разновидности сдвигов ожидать в социально-экономическом и общественно-политическом контекстах.

Параллельно с цифровизацией еще одним важным мировым трендом является урбанизация: города выступают как доминирующая форма социально-экономической организации, превосходя целые страны в производительности. Однако стремительный рост городов порождает новые вызовы, разрешаемые путем перехода к «умной» урбанизации, где внедрение цифровых технологий становится необходимостью. Урбанизация и цифровизация способствуют реализации концепции Smart City, которую реализуют все больше городов, разрабатывая новые инициативы и стратегии развития смарт-городов. Последние создаются благодаря цифровым технологиям и решениям, позволяющим «соединить» население с окружающей средой. Однако создание смарт-города без учета последствий может увеличить как цифровые разрывы, так и социально-экономическое неравенство между городами и внутри них.

Трансформация физических продуктов в цифровые стала возможной благодаря:

- полной цифровизации. К примеру, начиная с 2014 года мировая музыкальная индустрия заработала больше от цифровой музыки, чем от традиционных носителей, таких как CD/DVD. Среди других примеров – цифровая навигация заменила бумажные карты, а цифровые финансовые операции постепенно вытесняют наличные расчеты;

- долевой цифровизации, которая происходит благодаря обновлению программного обеспечения. К примеру, в октябре 2015 года Tesla Model S обновила программное обеспечение, расширившее функционал автомобиля до автопилотирования;

- дополнение продуктов цифровыми программами для предоставления цифровых услуг. Цифровые технологии открывают новые возможности для бизнеса: они могут упростить процесс трансграничной электронной коммерции и ускорить участие в глобальных производственно-сбытовых сетях (например, Skype для связи, Google и Dropbox для обмена файлами, LinkedIn для поиска талантов, PayPal для транзакций, Amazon для розничной торговли и т.д.).

Расширение возможностей малого и среднего бизнеса для осуществления электронной коммерции признано эффективным стратегическим решением для глобального выхода и диверсификации торговых позиций. Это также позволяет привлекать специалистов с необходимыми навыками, использовать новые формы финансирования, такие как краудфандинг, и иметь доступ к передовым технологиям. Цифровые инновации оказывают влияние и на промышленное производство. Использование автоматизации и робототехники делает этот сектор более производительным, в том числе с помощью технологии 3D-печати, и уменьшает риски поломок машин благодаря автоматизированному обслуживанию. В современном мире широко используются такие цифровые технологии как Интернет вещей (IoT), 3D-печать, облачные вычисления, робототехника, дроны, блокчейн, а также расширенная, виртуальная и смешанная реальность (AR, VR, MR) и другие.

Согласно оценкам Глобального института McKinsey, цифровизация, автоматизация и технологии искусственного интеллекта могут привести к дополнительному росту мирового ВВП на \$13 трлн к 2030 году. Крупнейшие компании по рыночной стоимости, такие как Apple, Microsoft, Amazon и Alphabet уже доминируют на цифровых рынках. По данным Forbes, 34% компаний уже пережили цифровые трансформации, а 85% определяют для себя период в два года для достижения значимого прогресса в цифровых преобразованиях, поскольку в противном случае они рискуют проиграть в конкурентной борьбе и понести финансовые потери [19].

Цифровые технологии, предоставляющие доступ к расширенным возможностям, способствуют эффективному социально-экономическому развитию городов и повышению благосостояния их населения. В современном мире, где глобализация определяет тенденции развития, растет внимание к различным аспектам «умного» городского планирования, основанного на разработке и внедрении инфраструктуры «умного» города. Эффективное планирование развития городской среды создает условия для повышения конкурентоспособности городов и минимизации последствий негативных тенденций в их развитии.

Потребность в решении проблем урбанизации, объединённая с очевидным потенциалом прибыльного рынка технологических и телекоммуникационных компаний, разрабатывающих цифровые решения (таких как IBM, Cisco, Vodafone), породила популярную концепцию «умных» городов. Идею стали поддерживать лидеры стран и отдельных городов, а также международные учреждения и организации, такие как ЕС, ОЭСР, ISO, Европейское инновационное партнерство, Всемирный банк, Международный союз электросвязи. Сегодня различные эксперты трактуют концепцию «умного» города (smart city) по-разному, связывая ИКТ с различными экономическими, политическими и социальными изменениями [14].

В научных исследованиях часто встречаются следующие определения: «интеллектуальный город» (intelligent city) - способность создавать и монетизировать уникальный интеллектуальный капитал; «цифровой город» (digital city) - рассматривается с точки зрения обработки данных и распределения информации; «устойчивый город» (sustainable city) - направлен на внедрение энергоэффективных мероприятий и экологических технологий; «техносити» (technocity) - обеспечивает высокое качество логистической и транспортной инфраструктуры; «город благосостояния» (well-being city) - ориентирован на внедрение технологий, повышающих привлекательность для местных жителей и бизнеса за счет климатических, культурных и технологических преимуществ.

Формирование концепции смарт-города является глобальной тенденцией, охватывающей города на всех континентах планеты. Однако, на сегодняшний день на международном уровне отсутствует единое устоявшееся понятие «умного» города. Несмотря на то, что концепция «умного» города перспективна, существует мало консенсуса относительно того, какие характеристики или требования определяют «умный» город или что ожидать от его развития. Разработка и внедрение концепции «умного» города остается одним из ключевых направлений развития городов развитых стран Европы, Азии и США. Каждая страна, а также различные международные организации и мировые компании в области цифровых технологий, вкладывают разное содержание в термин «смарт-город» в зависимости от задач, которые они хотят решить. В большинстве случаев инициативы смарт-города направлены на использование цифровых технологий для улучшения эффективности предоставления городских услуг и содействия конкурентоспособности города.

Использование концепции смарт-города предоставляет ряд неограниченных возможностей. В странах, которые испытывают активный процесс урбанизации, возникает насущная потребность в создании высокоуровневой городской инфраструктуры. Развитие smart-инфраструктуры открывает перед городами перспективы технологического прогресса. Такие города как Барселона, Лондон, Дубай и Сингапур являются примерами, где передовые технологии внедряются быстрее, чем в странах Северной Америки и Западной Европы, и они уже занимают лидерские позиции в мире по развитию цифровых технологий. Развитие смарт-городов может привести к формированию и развитию производственных и финансовых центров, определяемых высококвалифицированным человеческим капиталом, территориями, построенными по менее бюрократической системе.

Смарт-города становятся не просто изолированным явлением, а неотъемлемой частью глобального перехода к цифровой экономике. В ближайшем будущем значительная часть населения будет проживать в «умных» городах. Спрос на такие города обусловлен изменяющимися во многих странах не в лучшую сторону демографическими показателями, общим спросом на высококачественные коммунальные услуги, ростом размеров и сложностями городской инфраструктуры, увеличением мобильности и стремительным распространением информационно-коммуникационных технологий. Однако «умные» города могут стать объектом «завышенных ожиданий» и скрывать в себе элемент разочарования. Важно понимать,

что несмотря на то, что социальный контроль и цифровой надзор могут помогать решать ряд вопросов, они также могут нарушать личную свободу и права граждан.

ВЫВОДЫ

Роль и значение городов в контексте глобализационных изменений оказываются чрезвычайно важными. Исторически города выступают генераторами и ретрансляторами глобальных преобразований, ставя себя в позицию «опорного каркаса» мировой экономики. В условиях глобализации формируется новая городская иерархия, ускоряющая рост тех городов, которые концентрируют новые функции. Некоторые города, выступающие центрами глобальных экономических сетей, получают основную часть ренты от внедрения новшеств.

На сегодняшний день в социально-экономической сфере цифровизация играет немаловажную роль. Она оказывает влияние на цепи поставок во всех секторах экономики, включая закупку, производство, координацию сети операционных подразделений, логистику и взаимоотношения с клиентами. Цифровизируя цепь поставок компании могут решать проблемы управления запасами и повышать качество продукции. Применяя цифровой подход, возможно укрепление конкурентных преимуществ за счет улучшения обслуживания клиентов или уменьшения негативного влияния на окружающую среду.

Цифровые технологии могут играть ключевую роль в решении проблем, поскольку они генерируют значительные объемы информации. Их преимущества состоят в гибкости и адаптации. Это привело к созданию множества «умных» элементов и процессов и автоматизации многих аспектов жизнедеятельности. Однако, несмотря на эти преимущества, сохраненные данные и существующие информационные потоки могут порождать вопросы их безопасности и конфиденциальности.

Цифровизация приводит к новым вызовам, таким как неравномерное распределение цифровых благ, поляризация рынка труда, проблемы кибербезопасности и т.д. Нерешенность таких вопросов может приводить к экономической неэффективности и замедлению темпов развития, а также способствовать возникновению цифрового «разрыва». На сегодняшний день на международном уровне не существует концептуальных основ, полностью освещающих сущность и масштабы цифровой трансформации, которая происходит в последнее десятилетие.

Развитие цифровых технологий происходит настолько стремительно, что учёным пока не удалось полностью понять возможности и ограничения их применения и разработать концепцию «умного» города как гуманистического проекта для всестороннего и безопасного развития человечества. Внедрение «умных» решений в развитии современных городов является крупным общественным социально-политическим проектом. Смарт-города могут решать проблемы, связанные с увеличением плотности населения и постоянным влиянием на жилищную и транспортную инфраструктуру, управлением отходами, качеством воды и энергетическими сетями. Дальнейшая и всеобъемлющая цифровизация экономики только увеличит количество смарт-городов. Для достижения всех целей

смарт-города необходимо активное развитие ИКТ без отставания от других факторов развития городской инфраструктуры. Все эти факторы будут способствовать дальнейшему развитию общества и повышению уровня жизни населения.

Список литературы

1. Бабаян Л. К. Использование принципов концепции «умный город» и принципов ESG в целях повышения устойчивости городов // Самоуправление. – 2023. – № 2(135). – С. 10-13.
2. Воробьев А. Е., Торобеков Б. Т. Концепция "умный город 4.0" // Известия Кыргызского государственного технического университета им. И. Раззакова. – 2021. – № 4(60). – С. 152-158.
3. Ковалев Ю. Ю., Степанов А. В. Политические модели формирования умных городов (смарт-сити) // Социально-экономические проблемы развития регионов в условиях глобальной нестабильности. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2021. – С. 60-68.
4. Костко Н. А., Печеркина И. Ф., Попкова А. А. Модели реализации концепции "Умный город" в стратегиях социально-экономического развития крупных городов Российской Федерации // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2022. – № 4. – С. 197-223.
5. Куранов А. С. «Умный город» как «благополучный город» // Образование и наука в России и за рубежом. – 2020. – № 4(68). – С. 191-194.
6. Осина О. Н. Жизненное пространство «умного города» в условиях глобализации и цифровой трансформации общества // Философские и социально-экономические проблемы исследования инновационных технологий и искусственного интеллекта: Сборник научных статей / Составитель и науч. редактор В.О. Шелекета. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020. – С. 220-227.
7. Пак С. Глобальный мегатренд Четвертой промышленной революции в цифровой экономике: как реализовать на практике потенциал "умных" городов? // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2022. – Т. 17, № 2. – С. 135-163.
8. Петров П. А., Хохлова Н. С. Влияние концепции "Умный город" на инвестиционную привлекательность города // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. – 2022. – Т. 12, № 4(43). – С. 512-520.
9. Петров П. А., Хохлова Н. С. Оценка готовности города к внедрению концепции «Умный город» // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2023. Т. 13, № 3(46). С. 423-432.
10. Рузина Е. И. Мировой опыт развития смарт-сити. От «умных городов» к «умным регионам» // Цифровое государство и цифровая экономика: мир и Россия: коллективная монография. – Москва: Российский университет дружбы народов (РУДН), 2022. – С. 268-279.
11. Соколов Н. Н. Стратегия управления "умным городом" и "умной деревней" в условиях глобальной цифровизации / Н. Н. Соколов, А. А. Туровский, Г. М. Чергейко // Муниципальная академия. – 2021. – № 1. – С. 86-91.
12. Стрекалова Н. Д. Глобальные вызовы и проблемы развития в реализации проекта "Умный город" / Н. Д. Стрекалова, Н. Н. Фролова // Проблемы современной экономики. – 2023. – № 2(86). – С. 147-150.
13. Sassen S. «The Global City: Enabling Economic Intermediation and Bearing Its Costs», City & Community, 2016, vol. 15, no. 2, pp. 97-108.
14. 2020 Global Cities Index: New priorities for a new world. URL: <https://www.kearney.com/global-cities/2020>
15. Hannigan, J., Richards, G. Introduction. The SAGE: Handbook of New Urban Studies, SAGE Publications Ltd. London, 2017. P. 1-14.
16. TomTom: MapMaking in the Era of Big Data. 2019. URL: <https://corporate.tomtom.com/static-files/2ee5744c-bc66-443c-aed3-0eeb6452d9d9>
17. Sassen S. The global city: introducing a concept. The Brown Journal of World Affairs. 2005. Vol. XI. Iss. 2. P. 27-43.
18. Sassen S., Lynd R. What Makes a Global City Global? Foreign Policy. 2010. № 182. P. 18.
19. Global Power City Index (GPCI). URL: http://mori-m-foundation.or.jp/pdf/GPCI2020_summary.pdf

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 339.13; 339.146

КРЫМСКИЙ РЫНОК МЯСА УБОЙНЫХ ЖИВОТНЫХ И ПТИЦЫ: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ, ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ

Гутникова О. Н.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: vechirko15@mail.ru

В статье проведено исследование текущего состояния крымского рынка мяса убойных животных и мяса птицы, систематизированы данные официальной статистики, представлена динамика их изменения, рассчитаны темпы роста основных показателей. На основании расчетных и статистических методов исследования дана оценка ресурсного потенциала Республики Крым с позиции обеспеченности спроса собственной сырьевой базой, а также состояния животноводческого комплекса. Сопоставлены данные по ввозу и вывозу мяса в регионе, рассчитаны коэффициенты их соотношения, определен уровень обеспеченности внутреннего спроса. В графическом материале отображены изменения основных показателей, характеризующих конъюнктуру товарного рынка мяса убойных животных и мяса птицы, построены трендовые прогнозные модели на будущий период. Определены факторы, оказывающие влияние на развитие крымского рынка мяса убойных животных и мяса птицы, выделены проблемы, сдерживающие рост производства и продаж. Определена взаимосвязь между отдельными показателями, характеризующими региональный рынок мяса убойных животных и мяса птицы при помощи метода парной корреляции. Внесены предложения по устранению существующих проблем.

Ключевые слова: товарный рынок, мясо убойных животных, мясо птицы, поголовье скота, продажи.

ВВЕДЕНИЕ

Крымский рынок мяса по отдельным показателям находится в стадии стагнации, в сопоставимых ценах отмечается падение продаж, на фоне значительного наращивания объемов ввозимого сырья из других регионов. Негативные результаты отмечаются и в перерабатывающем комплексе, сокращается поголовье скота по отдельным видам животных, отрицательные результаты показывает производство мяса в живом весе. Основная причина – падение спроса на фоне значительного удорожания мясных продуктов, а также интенсивное наращивание внешних поставок из других регионов, характеризующихся более развитым животноводческим комплексом.

Наблюдения за потребительским спросом показывают, что в условиях роста цен на данные продукты, население без колебаний переориентирует покупки в сторону привозного мяса, увеличивается спрос на мороженые продукты и полуфабрикаты. Особенно сокращение спроса коснулось мяса птицы, которое в регионе только за последние пять месяцев показало прирост фактических цен не менее чем на 40%. Как итог, на крымском рынке мяса предложение значительно превышает спрос, на фоне которого высокие цены продолжают характеризоваться стабильностью. Повышение стоимости как местного, так и привозного мяса, являющегося сырьем для производства широкого ассортимента мясной продукции, моментально отразилось на росте цен данной группы товаров. Значительное увеличение розничных цен отмечается по категориям колбасных изделий и мясных копченостей, произведенных крымскими предприятиями, что так же негативно сказывается на потребительской

лояльности, вынуждая покупателей ориентировать свой выбор в сторону более дешевых привозных продуктов. В итоге, практически неконтролируемый рост цен на мясо в рамках регионального рынка, отсутствие действующих рычагов регулирования ценообразования оказывает негативное влияние не только на потенциальных потребителей, но и на само местное производство, которое вынуждено сокращать объемы выпуска продукции из-за падающего спроса. Актуальность статьи обусловлена недостаточно исследованной проблематикой регионального рынка мяса, мало уделанным вниманием зависимости его конъюнктуры от внешних поставок. Среди тех исследований, которые частично затрагивают особенности регионального рынка, наиболее значимыми и объективными стоит отметить труды современных российских ученых Павлуненко и Плешаковой [1], Онищенко и Майданевич [2], Сайфетдинова [3] и других. При этом, текущее положение отрасли остается не раскрытым, отсутствует объективный подход к оценке причин сложившейся ситуации.

Базовую инструментальную основу данного исследования составили методы статистического анализа, основанные на проведении расчетов собранной на этапе наблюдения статистической информации, ее обработки и итогового представления. В качестве статистической информации использовались официальные источники, размещенные на сайтах органов управления Федеральной службы государственной статистики. Графическая интерпретация прогнозов развития рынка представлена в форме трендовых моделей, представляющих собой регрессионную модель, описывающую изменение прогнозируемого и анализируемого показателя в зависимости от времени (периода исследования). Сделанные заключения основаны на личном мнении автора статьи и подтвержденные рядом материалов, размещенных в научных журналах и общедоступных информационных источниках.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Для определения ресурсного потенциала региона и установления явных причин роста цен на мясо, первоначально необходимо проанализировать изменения, произошедшие в животноводческом комплексе, установить колебания уровня обеспеченности Крыма собственным сырьем. С этой целью исследована официальная статистика [4,5,6], представленная в таблице 1, и определена динамика изменения поголовья скота и птицы, графически изображенная на рисунке 1.

Таблица 1 – Динамика изменения ресурсного потенциала Республики Крым в категории мяса убойных животных и птицы

Показатель	Годы							Прирост, %
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
Поголовье скота и птицы, тыс. голов*	4983,0	6287,4	5865,7	6729,9	6014,4	6350,1	6507,9	22,1
Производство мяса в живом весе, тыс. т	131,8	137,4	151,8	154,9	143,1	131,2	121,6	-7,7

*Данные указаны на 1 января отчетного года

Источник: [4,5,6]

КРЫМСКИЙ РЫНОК МЯСА УБОЙНЫХ ЖИВОТНЫХ И ПТИЦЫ...

Согласно данным таблицы 1 к 2023 году отмечается значительное увеличение поголовья скота и птицы, прирост за период составил 22,1%. При этом производство мяса в живом весе показало отрицательный результат, падение за период в натуральном выражении оставило 7,7% или 10,2 тысячи тонн. Наиболее высокие результаты по производству мяса отмечены в 2019 году (151,8 тыс. тонн) и 2020 году (154,9 тыс. тонн). На 2020 год пришлось и максимальная численность поголовья животных и птицы в регионе (6729,9 тыс. голов).

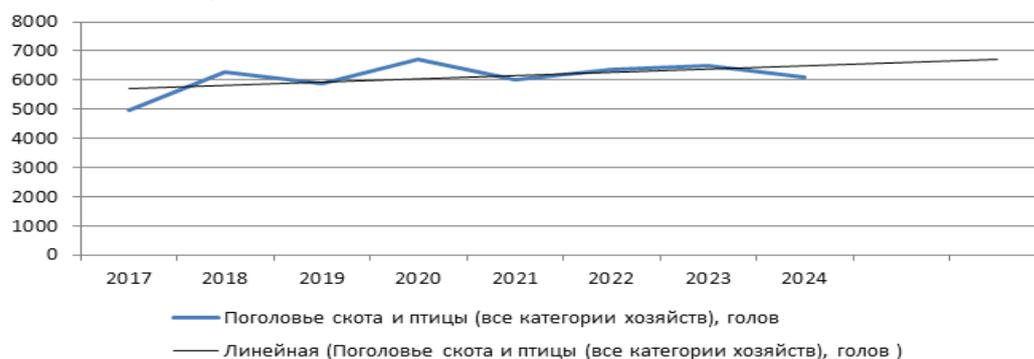


Рисунок 1 – Динамика изменения поголовья скота и птицы в регионе, трендовая модель изменения показателя на будущий период. Составлено по данным статистики [4,5,6]

Из рисунка 1 следует, что с позиции ресурсного обеспечения региона собственным мясом ситуация сложилась таким образом, что за исследуемые семь лет отмечаются значительные колебания количества голов животных, годовые приросты достигали 25-26%. При этом на будущий период согласно трендовой модели сохранится положительная динамика увеличения поголовья. В разрезе категорий по видам животных, ситуация в регионе не характеризуется такой положительной ситуацией. Как следует из данных таблицы 2, только поголовье птицы показало за исследуемый период положительный прирост, численность остальных видов убойных животных в регионе на 1 января 2024 года показало явно выраженное количественное сокращение.

Таблица 2 – Динамика изменения поголовья скота в Республике Крым, тыс. голов

Вид убойного животного	На 1 января года								Прирост%
	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
КРС	96,8	98,1	100,9	102,3	101,3	100,8	95,3	88,8	-8,3
в т.ч. коровы	50,9	50,8	50,1	49,9	48,6	49,9	46,7	43,2	-15,1
Свиньи	144,6	131,4	124,8	114,4	112,6	104,5	105,3	113,3	-21,6
Овцы, козы	179,1	184,1	166,3	169,8	174,1	164,8	164,0	154,3	-13,8
Птица	4562,5	5873,8	5473,7	6343,4	5626,4	5980,0	6143,3	5725,8	25,5
Всего тыс голов	4983,0	6287,4	5865,7	6729,9	6014,4	6350,1	6507,9	6082,2	22,1

Источник: [4,5,6]

Из таблицы 2 следует, что на 1 января 2024 года общее количество поголовья скота по сравнению с аналогичным периодом 2023 года сократилось на 425,7 тыс. голов, что в процентном соотношении составило 6,5%. Наибольшее сокращение поголовья отмечено по свиньям (21,6%) и коровам (15,1%). Поголовье птицы к 2024 году увеличилось на 25,5% по сравнению с 2017 годом, составив 5725,8 тыс. голов, что на 417,4 тыс. голов (6,8%) меньше показателя 2023 года.

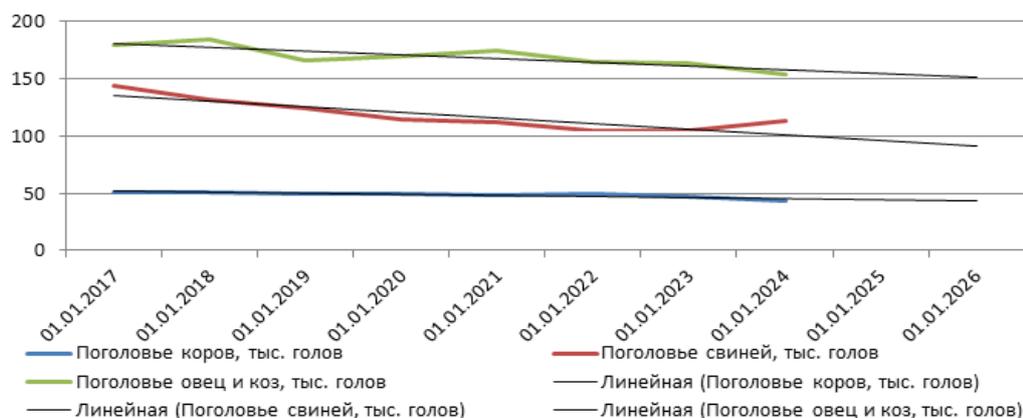


Рисунок 2 – Динамика изменения поголовья убойных видов животных, трендовая модель изменения показателя на будущий период.

Составлено по данным статистики [4,5,6]

Из рисунка 2 следует, что на будущий период сохранится отрицательная динамика падения поголовья скота по основным видам убойных животных.

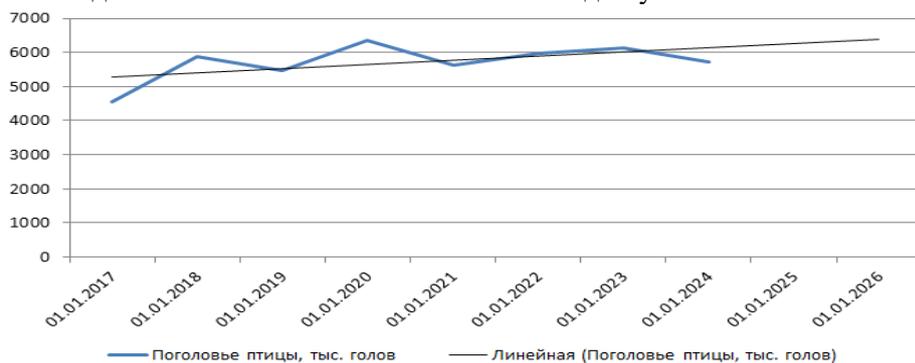


Рисунок 3 - Динамика изменения поголовья птицы, трендовая модель изменения показателя на будущий период.

Составлено по данным статистики [4,5,6]

Согласно рисунка 3, по данной категории, несмотря на колебания поголовья в отдельные периоды в будущем сохранится положительная тенденция увеличения численности птицы, обеспечивающей ресурсный потенциал региона.

Особое влияние на конъюнктуру рынка мяса оказывает состояние ввоза и вывоза данной продукции, а также общий сформировавшийся спрос, выражающийся в

КРЫМСКИЙ РЫНОК МЯСА УБОЙНЫХ ЖИВОТНЫХ И ПТИЦЫ...

размерах розничных продаж. В таблице 3 приведены основные экономические показатели, характеризующие конъюнктурную ситуацию на региональном рынке мяса.

Таблица 3 – Динамика изменения основных экономических показателей на рынке мяса убойных животных и птицы Республики Крым

Показатель *	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Прирост, %
Ввоз мяса и мяса птицы, т	15204,8	11782,7	16251,5	25164,3	41046,6	53322,3	250,7
Вывоз мяса и мяса, т	6927,2	7020,8	18607,2	14735,1	13565,5	12557,4	81,3
Коэффициент соотношения	0,46	0,60	1,14	0,56	0,33	0,24	-47,8
Розничные прода-жи мяса, млн. руб.	13038,3	13260,0	13667,0	13421,7	13814,6	13358,7	2,5
в т.ч. мяса птицы, млн. руб.	5287,9	5205,9	5297,1	4932,5	5060,9	4773,5	-9,7
Скот и птица реализация в живом весе, тыс. т	95,0	109,5	122,2	122,3	110,4	108,7	14,4

* В официальных источниках отсутствуют данные за 2023 год

Источник: [4,5,6]

Согласно данным таблицы 3 к концу 2022 года размеры ввоза мяса в регион показали прирост в 250,7%, что в натуральном выражении составило прирост в 38,1 тыс. тонн продукции. При этом вывоз мяса из региона так же показал положительную динамику. В целом, за исследуемый период из Крыма было вывезено 12,6 тыс. тонн мяса и мяса птицы, что на 81,3% больше показателя 2017 года.

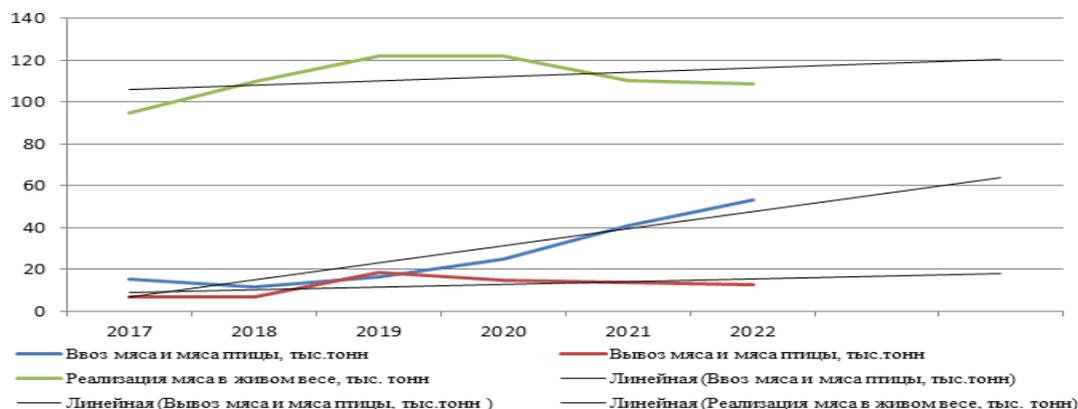


Рисунок 4 – Динамика изменения основных экономических показателей на рынке мяса убойных животных и птицы, трендовая модель изменения показателя на будущий период.

Составлено по данным статистики [4,5,6]

Из рисунка 4 следует, что в будущем сохранится положительная динамика изменения объемов ввоза и вывоза мяса убойных животных и мяса птицы в рамках

регионального товарного рынка. В отношении спроса, который в 2022 году показал значительное падение, составившее 455,9 тыс. тонн (3,3%) по прогнозам к концу 2024 года ситуация стабилизируется и розничные продажи покажут положительную динамику.

Стоит отметить, что по категории мяса птицы динамика продаж за исследуемый период имеет отрицательное значение. В 2022 году продажи упали на 5,7%, что в количественном выражении составило 287,4 млн. рублей.

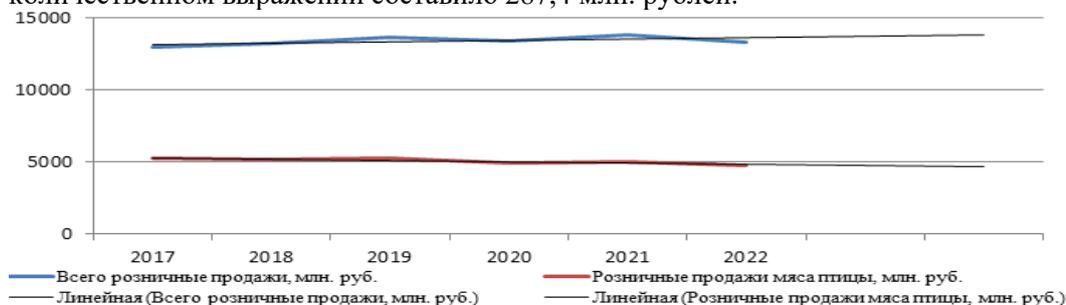


Рисунок 5 - Динамика розничных продаж мяса убойных животных и мяса птицы, трендовая модель изменения показателя на будущий период.

Составлено по данным статистики [4,5,6]

Из рисунка 5 следует, что на будущий период сохранится отрицательная динамика розничных продаж мяса птицы, связанная, по мнению автора статьи, с завышенной стоимостью данных продуктов, а также несоответствием установленных цен их фактическим потребительским свойствам (пищевая, биологическая, энергетическая ценность). В целом, по составленным прогнозам, розничные продажи мяса убойных животных и птицы в будущем периоде останутся практически без изменений.

Обобщая представленные данные официальной статистики, рассмотрим обеспеченность спроса на региональном рынке мяса убойных животных и мяса птицы, учитывая размеры осуществленного ввоза и вывоза продукции (таблица 4).

Таблица 4 - Динамика изменения обеспеченности крымского рынка собственным мясом убойных животных и птицы

Показатель	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Прирост %
Потребительский спрос, тыс. т	95,0	109,5	122,2	122,3	110,4	108,7	14,4
Собственное производство, тыс. т	131,8	137,4	151,8	154,9	143,1	131,2	-0,4
Уровень обеспечения спроса собственным производством, %	138,7	125,5	124,2	126,7	129,6	120,7	-12,9
Вывоз, тыс. т	6,9	7,0	18,6	14,7	13,6	12,6	81,3
Ввоз мяса и мяса птицы, тыс. т	15,2	11,8	16,3	25,1	41,0	53,3	250,7
Уровень общего обеспечения спроса, %	147,5	129,9	122,3	135,2	154,4	158,1	7,2
Общий объем предложения, тыс. т	140,1	142,2	149,5	165,3	170,5	171,9	22,7
Уровень обеспечения внутреннего спроса ввозной продукцией, %	10,8	8,3	10,9	15,2	24,0	31,0	187,0
Избыток мяса, тыс. т	45,1	32,7	27,3	43,0	60,1	63,2	40,1

Источник: [4,5,6]

КРЫМСКИЙ РЫНОК МЯСА УБОЙНЫХ ЖИВОТНЫХ И ПТИЦЫ...

Из данных таблицы 4 следует, что к 2022 году на рынке мяса сформировался определенный избыток предложения. Так в 2017 году уровень обеспеченности спроса местного населения находился на уровне 147,5%, при этом в 2022 году этот показатель увеличился до 158,1 %. Общий объем предложения за период вырос на 22,7%, а размеры излишков продукции, которые в 2022 году составили 63,2 тыс. тонн увеличились за период на 40,1%. Отметим, что часть ввезенного в регион мяса направляется на переработку, однако при отсутствии данных по размерам обеспечения крымских производителей привозной продукцией, исследовать фактически сформировавшиеся излишки не представляется возможным.

По итогам, можно сделать выводы, что общий объем предложения на рынке мяса убойных животных и мяса птицы значительно превышает сформировавшийся спрос, что на фоне сокращения продаж, вызванных ростом цен, ведет к формированию значительных излишков, увеличивающих сроки реализации и снижающих качество продуктов.

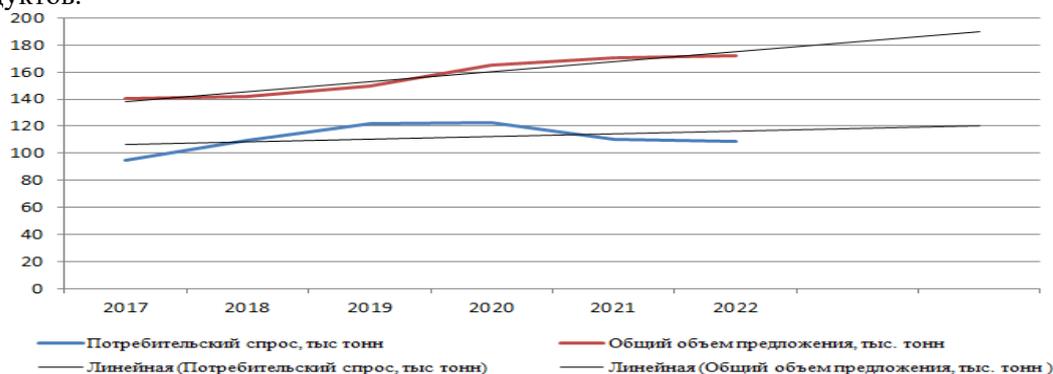


Рисунок 6 – Динамика изменения спроса и предложения на рынке мяса Республики Крым, трендовая модель изменения показателя на будущий период.

Составлено по данным статистики [4,5,6]

Для более полной оценки состояния рынка мяса убойных животных и мяса птицы в регионе проанализируем зависимость отдельных оцениваемых показателей, приведенных в таблице 5.

Таблица 5 – Показатели, характеризующие обеспеченность спроса на региональном рынке мяса убойных животных и мяса птицы

Года	Уровень обеспеченности спроса собственным мясом в регионе	Уровень обеспеченности спроса привозным мясом в регионе	Общий уровень обеспеченности спроса мясом в регионе
2017	138,7	10,8	147,5
2018	125,5	8,3	129,9
2019	124,2	10,9	122,3
2020	126,7	15,2	135,2
2021	129,6	24	154,4
2022	120,7	21	158,1

Источник: [4,5,6]

По показателям, представленным в таблице 5 рассчитаны коэффициенты корреляции, показывающие наличие или отсутствие парной взаимосвязи между ними и степень ее проявления. Результаты оценки представлены на рисунке 7.

	Уровень обеспеченности спроса собственным мясом в	Уровень обеспеченности спроса привозным мясом в	Общий уровень обеспеченности спроса мясом в регионе
Уровень обеспеченности спроса собственным мясом в регионе	1	-0,217475051	0,165361297
Уровень обеспеченности спроса привозным мясом в регионе	-0,217475051	1	0,77233849
Общий уровень обеспеченности спроса мясом в регионе	0,165361297	0,77233849	1

Рисунок 7 – Коэффициенты корреляции, характеризующие уровень и степень взаимосвязи оцениваемых показателей.

Составлено автором

Из рисунка 7 следует, что прямая выраженная положительная взаимосвязь существует между уровнем обеспеченности спроса за счет ввозимого мяса и общим уровнем обеспеченности. Полученный коэффициент составил 0,77. При этом, отмечается незначительная отрицательная взаимосвязь между показателями уровня обеспеченности за счет собственного производства и уровнем обеспеченности за счет ввозного мяса. Полученный коэффициент составил (-0,21). Взаимосвязь между обеспеченностью спроса собственным производством и общим уровнем не отмечена. В целом, эта модель дает основание утверждать, что объемы ввозимого в регион мяса на прямую отражаются на повышении уровня обеспеченности внутреннего спроса, формируя определенные излишки на товарном рынке. Собственное производство мяса не оказывает ощутимого влияния на обеспечение внутреннего спроса.

Подводя итоги исследованию, рассмотрим те факторы, которые оказывают особое влияние на состояние и развитие регионального рынка мяса.

1. Бесконтрольная система ценообразования на товарных рынках региона ведет к необоснованному повышению цен, явно выраженном спекулятивном подходе к организации розничных продаж, что подтверждают отдельные эксперты, проводившие мониторинг цен [7]. По официальным данным мясо курицы с декабря по август 2023 года подорожало на 19,6%, свинина – на 8,9%, баранина – более чем на 12%, говядина – более чем на 3% [8]. Однако эти цифры явно занижены и обобщены. Мониторинг цен показал, что в торговой сети г. Симферополя разброс цен на мясо в некоторых случаях превышает 40%. Например, на момент исследования филе цыплят бройлеров в торговой сети «ПУД» реализуется по цене 364,99 рубля за 1 кг. При этом, в супермаркетах торговой сети «5М Гутман», аналогичный продукт предлагается по цене 259,90 рублей за 1 кг. По аналогии отмечается явно выраженная разница между ценами в разных торговых сетях и форматах, что не дает возможности объективно оценить уровень цен на товарном рынке региона.

2. «Неработоспособность» государственных рычагов - регуляторов внутреннего производства, направленных на компенсацию части затрат местных производителей

КРЫМСКИЙ РЫНОК МЯСА УБОЙНЫХ ЖИВОТНЫХ И ПТИЦЫ...

с целью усиления конкурентных преимуществ выпускаемой продукции, что ведет к сокращению размеров реального субсидирования отрасли. Например, в регионе разработаны и реализуются ряд направлений по государственной поддержке сельскохозяйственного производства, в том числе: поддержка племенного животноводства, включающая содержание племенного маточного поголовья сельскохозяйственных животных, приобретение племенного молодняка сельскохозяйственных животных (кроме приобретенного по импорту), развитие мясного животноводства, поддержка маточного поголовья овец и коз, в том числе ярок и козочек старше года, за исключением племенных животных. Однако, обращаясь к ряду официальных источников, наглядно видно, что данные направления практически не реализуются. Так, на 2023 год в бюджете Республики было заложено 380 млн. рублей, из которых освоено не более 10%.

3. Сокращение поголовья скота вследствие удорожания кормов, повышения затратности производства, устаревания материально-технической базы, ведущие к сокращению ресурсного потенциала [9]. Особое влияние этого факта отмечается в отношении хозяйств населения. Так, в 2018 году продукция сельского хозяйства в этой категории составила 10797,9 млн. руб., а к 2022 году показатель сократился на 9,4%, снизившись до отметки в 9783,5 млн. руб. Основана причина – сокращение поголовья по таким видам животных, как КРС и свиньи.

4. Общее падение доходов населения, переориентация на более дешевую продукцию, сокращение в рационе потребляемого мяса [10]. К примеру, еще в 2020 году Россия входила в двадцатку стран, лидеров по потреблению мяса. В среднем на одного жителя страны приходилось порядка 88 кг мяса в год, из которых около 50% составляло мясо птицы. К 2023 году ситуация сложилась отрицательная. В среднем, объем потребляемого мяса сократился до 79 кг (падение более чем на 10%), в результате чего Россия переместилась на 30 место в мире по объемам потребления данного продукта [11].

Учитывая указанные факторы, которые влияют на состояние и развитие регионального рынка мяса убойных животных и птицы, устранение существующего дисбаланса между спросом и предложением возможно только за счет вмешательства государственных органов надзора и контроля за рынками сбыта с позиции регулирования розничных цен, регулярного проведения мониторинга их изменения, установления рекомендуемых пределов.

Снижение давления на крымских животноводов и перерабатывающий комплекс со стороны континентальных конкурентов возможно за счет упрощения системы рассмотрения заявочной документации и проведении отбора претендентов на субсидии. Как показывает официальная документация, в 2023 году в виду отсутствия участников отбора на предоставление субсидии на поддержку племенного маточного поголовья сельскохозяйственных животных сама процедура выделения средств не состоялась, в результате бюджетные средства не были распределены и израсходованы [12]. При упрощении системы субсидирования животноводов за счет бюджетных средств формируется возможность не только развивать поголовье скота и птицы, но и модернизировать производство мяса, сократить потери и обеспечить более низкую себестоимость.

ВЫВОДЫ

В ходе исследования было установлено, что рынок мяса убойных животных и птицы в Республике Крым характеризуется превышением предложения над спросом. Основная причина – сокращение продаж, вызванное нерегулируемым повышением цен на товарных рынках, что в условиях падения доходов населения вынуждает последних переориентироваться на более дешевые товары – заменители. Негативное влияние оказывает наращивание поставок мяса из других регионов, в результате чего крымские животноводы вынуждены сокращать поголовье скота, формируемая конкуренция отражается на переориентации мясоперерабатывающей отрасли на внешние ресурсы. По прогнозам, данная ситуация сохранится на будущий период. На фоне роста ввоза мяса в регион будет иметь место сокращение ресурсной базы у региональных животноводов практически по всем видам убойных животных. Устранение дисбаланса возможно за счет упрощения системы субсидирования крымских животноводов и ужесточения системы контроля за ценами на товарных рынках [13].

Список литературы

1. Павлушенко Л.Е. Плешакова М.В. Региональный рынок мяса: движение к самообеспеченности (на примере Республики Крым). Региональная экономика. Юг России. - 2023. - № 1. Т11. – С.157-166.
2. Онищенко К.Н., Майданевич В.П. Комплексная оценка развития отрасли птицеводства Республики Крым. Геополитика и экогеодинамика регионов.- 2019. - Т 5(15). Вып. 2. - С. 92-100
3. Сайфетдинов, А.Р. Среднесрочный прогноз развития мясного скотоводства на юге России в условиях импортозамещения. Международный сельскохозяйственный журнал. – 2022. -Т 65. № 3 (387). - С. 240-245.
4. Республика Крым в цифрах. 2022: Крат.стат.сб./Крымстат- С., 2023 - 213 с.
5. Республика Крым в цифрах. 2021: Крат.стат.сб./Крымстат- С., 2021 - 202 с.
6. Официальный сайт Крымстат. Оперативная информация. Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://82.rosstat.gov.ru/folder/27566>
7. В Крыму выявили спекулятивное завышение цен на продукты питания. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://1prime.ru/20230926/841822855.html>
8. Птица высокого полета: мясо курицы в Крыму подорожало на 30%. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crimea.ria.ru/20230912/ptitsa-vysokogo-poleta-myaso-kuritsy-v-krymu-podorozhalo-na-30-1131296508.html>
9. Кравченко К.Н. Агропромышленный потенциал в современных условиях Российской Федерации на примере сельского хозяйства Республики Крым. Экономика и управление народным хозяйством. – 2021. - № 2(195). – С. 87-92
10. Материалы комплексного информационно-аналитического доклада «Социально-экономическое положение Республики Крым» в январе-декабре 2023 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://82.rosstat.gov.ru/>.
11. Список стран по потреблению мяса. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.af2de1e3-65ef101c-0f4e9187-74722d776562/https/en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_meat_consumption
12. Информация о результатах рассмотрения заявочной документации и проведении отбора. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://msh.rk.gov.ru/structure/63e5a141-41f2-434b-ac94-e89b903a1ff8>.
13. Гутникова О.Н., Павлушенко Л.Е. Организационно-экономический механизм формирования продовольственного рынка Республики Крым. Монография. Издательство Типография «Ариал», 2019. – 194 с.

Статья поступила в редакцию 10.01.2024

УДК 332.1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И РЕАЛИЗАЦИИ БРЕНДА ТЕРРИТОРИИ

Добровольская О. П., Федченко С. С.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: opgrets@mail.ru

В современных условиях эффективное управление региональным развитием предполагает необходимость использования инновационных подходов с привлечением технологий и инструментов маркетинга. Одним из таких инструментов обеспечения эффективного управления региональным развитием может стать брендинг территории, направленный на повышения его конкурентоспособности, социально-экономического роста.

Ключевые слова: брендинг, региональное развитие, бренд территории, маркетинговые технологии, имидж, управление.

ВВЕДЕНИЕ

Управление региональным развитием на основе реализации концепции продвижения регионального бренда на мировой рынок является трендом в рамках государственной стратегии устойчивого социально-экономического развития, мультипликатором роста отраслей и пополнения бюджета регионов, создания благоприятного инвестиционного климата, активизации регионального экспорта.

В современных условиях развития государств, регионов и отдельных городов актуальной является реализация масштабных проектов создания собственных брендов, ориентированных на усиление привлекательности территории для проживания населения, вложения инвестиций и ведения бизнеса. Поэтому, брендинг становится важным инструментом государственного и регионального управления, а также необходимым условием обеспечения конкурентоспособности территории.

Концепция брендинга территорий выступает практическим воплощением маркетинговых подходов к управлению региональным развитием, направленным на обеспечение конкурентоспособности социально-экономического развития региона.

Помимо этого, бренд территории в отечественных и зарубежных общественно-политических и деловых кругах становится основополагающим фактором непосредственно продвижения общегосударственных и региональных внешнеэкономических и политических проектов, важнейшим ресурсом налаживания партнерских отношений.

Необходимость создания бренда территории обусловлена влиянием ряда факторов, в числе которых [7]:

- глобальная конкуренция территорий на рынке инвестиций, создающая маркетинговый потенциал страны, региона, города и, обеспечивающая большую конкурентную привлекательность территории;
- усиливающаяся конкуренция туристских продуктов на мировом рынке, которая способствует росту интереса инвесторов к территории, внимания потенциальных туристов;

- активизация создания бренда территории как необходимое условие реализации территориального потенциала;

- необходимость информационного обеспечения конкурентных преимуществ различных хозяйствующих и политических субъектов.

Следует отметить, что термин «брендинг мест» впервые был предложен в 2002 году С. Анхольтом, который обосновал комплексный подход к анализу бренда территорий, базирующегося на актуализации шести, присущих территории, элементов, среди которых [1]: экспорт, определяющий общественное мнение относительно товаров и услуг, продуцируемых территорией; управление, базирующееся на влиянии общественного мнения относительно уровня компетенции национальных правительств, а также восприятию ряда глобальных вопросов (демократия, справедливость, бедность населения и охрана окружающей среды); культура, отражающая глобальное восприятие наследия страны и мировое признание ее культурных ценностей; население, отражающее компетентность, уровень образования, открытость и дружелюбие; туризм, который отражает уровень заинтересованности в посещении территории, восприятия природных и антропогенных туристских достопримечательностей; инвестиции и иммиграция, отражающие восприятие граждан социально-экономической ситуации в стране.

Теоретико-методологические основы брендинга территорий нашли отражение в трудах отечественных и зарубежных авторов, среди которых: Т. Атаева [2], Н.Ю. Власова и Е.С. Куликова [4], Э. В. Габидуллина [5], К. Динни [3], О. Ю. Осташко [9], А.Т. Якубова [12], и другие.

Согласно современным взглядам учёных, бренд территории рассматривается как совокупность ценностей, эмоций и ассоциаций потребителей о конкретном географическом месте, материальных характеристиках, местной культуре, которые оказывают влияние на формирование представления о его привлекательности, уровне качества и стоимости местных товаров и услуг.

Доктор К. Динни рассматривает брендинг территорий как «систему взаимосвязанных концепций для привлечения в города туристов, инвестиций и талантов» [3, с. 68].

Согласно мнению Т. Атаевой, «территориальный бренд — бренд страны, региона, города или другого территориального образования, который выступает важным фактором продвижения территории, опирается на её политический, экономический, социокультурный потенциал и природно-рекреационные ресурсы, а также бренды товаров и услуг, локализованных в определенной географической местности» [2, с. 23].

По мнению О. Т. Ергуновой и Р.Т. Куликовой, «бренд является одним из инструментов системы управления региональным развитием и представляет собой совокупность функциональных, эмоциональных, психологических и социальных восприятий потребителя, материальных элементов, повышающих конкурентоспособность территории, и, соответственно, способствующих увеличению прибыли предпринимательских структур» [8, с. 26].

Управленческий аспект брендинга территорий затронут в трудах О. Ю. Осташко, которая рассматривает брендинг территории как «инструмент управления

территориальным развитием, направленный на формирование коммуникативного капитала территории, наличие которого позволяет субъектам хозяйствования экономить на транзакционных расходах от взаимодействия» [9, с. 107].

Бренд территории, непосредственно ориентированный на создание индивидуального образа, имеет стратегический и целостный характер, является ресурсом её эффективного функционирования и решения многих управленческих задач. В связи с этим, **целью** данного исследования выступает анализ теоретико-методических подходов к формированию и реализации бренда территории, позволяющего объединить все управленческие усилия в одно комплексное мероприятие, направленное на повышение уровня социально-экономического развития региона.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Формирование территориального бренда набирает все большую популярность в контексте эффективного использования экономического потенциала, культурных и национальных традиций региона.

Бренд, как элемент имиджа территории, формируется под влиянием информационного пространства, внешних и внутренних факторов. В первую очередь, имидж формируется непосредственно внутри территории, основывается на мнении населения, влиянии информационного поля, а также внешних отзывах туристов, посетивших территорию [6].

Бренд территории позволяет объединить усилия населения в направлении реализации его экономической и политической деятельности, культурные традиции, коммуникации с внутренней и внешней средой, воплотить в стратегии развития территории актуальные для населения ценности [7].

Функции бренда территории заключаются в возможности отражать важные преимущества территории, основываясь непосредственно на её исторических традициях и поведенческих особенностях жителей.

Брендинг территории должен быть направлен на улучшение имиджа территории, создание у инвесторов, гостей и жителей, связанных с ней положительных ассоциаций и образов, привлечение внешних и развитие внутренних рынков, преодоление дефицита различных ресурсов, целенаправленное формирование потребительского представления об уникальности территории, повышение узнаваемости территории, выгодного присутствия её образа в СМИ.

Территория с успешным брендом, который отражает её своеобразие и неповторимость, имеет значительные конкурентные преимущества, а также обеспечивает правильное позиционирование в контексте мировых глобализационных процессов [4].

Стратегически развитие бренда территории должно основываться на имеющемся «багаже» тотемов, передающих её уникальность, в числе которых: геральдика, памятники природы и архитектуры, заповедники, бренды организаций, имеющих местное происхождение, бренды событий или личностей, относящихся к конкретной территории. Так, визуальные атрибуты бренда отвечают за узнаваемость и

запоминаемость бренда, создание у потребителя ассоциативного ряда, выступают основными идентификаторами эмоций и восприятия, а их гармоничное использование в городской среде непосредственно повышает запоминаемость и подчёркивает единство и актуальность концепции бренда территории. Визуальные идентификаторы бренда территории должны сочетаться с её идентичностью и быть понятными широкой аудитории [6].

Целевые ориентиры бренда территории представлены на рис. 1.

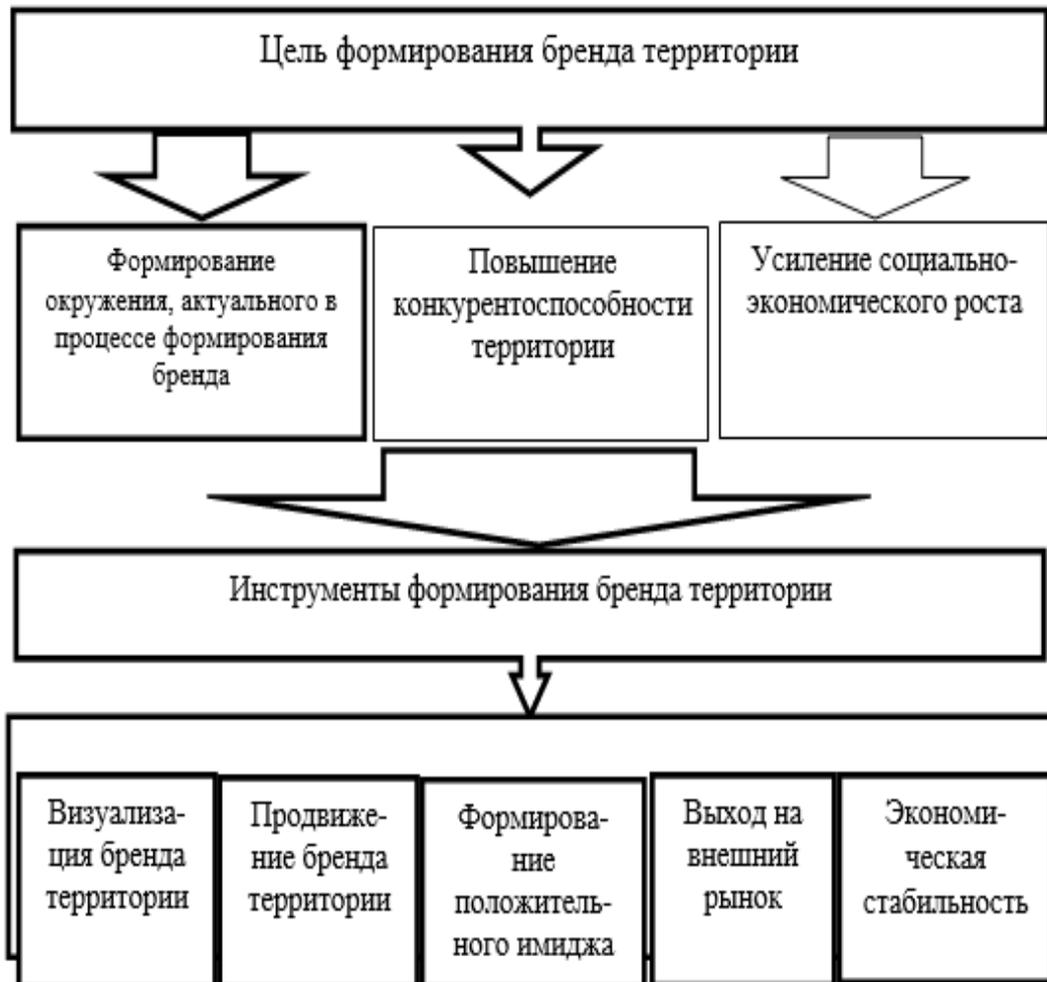


Рисунок 1. Целевые ориентиры формирования бренда территории

На наш взгляд, правильно выстроенный бренд территории способен усилить её восприятие, обеспечить в перспективе не только надежную и стабильную экономическую, но и социально-культурную составляющую регионального развития. При этом, особое место должно быть уделено непосредственно процессу

формирования ассоциаций, вызываемых брендом у населения конкретной территории.

С управленческих позиций формирование бренда территории концептуально может быть представлено двухконтурной моделью, направленной на разработку и реализацию эффективной и последовательной социально-экономической политики, непосредственно развивающей производственный, научный, рыночный потенциалы регионов государства (рис.2.), в рамках которой:

- контур стратегического управления территориальным брендом, основанный на реализации основных стратегических направлений развития территории (например, объективные предпосылки для устойчивого положительного имиджа региона) должен объединить совместные усилия как региональной власти, органов местного самоуправления, а также субъектов хозяйствования по обеспечению целей стратегического развития. Именно в сфере стратегического управления брендом должны формироваться конкретные преимущества территории или так называемые «точки роста», создающие качественную основу для успешного позиционирования региона на фоне других субъектов государства, а выделенные «точки роста» экономики региона должны выступить основой для формирования самого бренда территории;

- контур текущего управления брендом территории, базирующийся на практической реализации технологии территориального брендинга. В данном контексте основополагающее значение имеют существующие представления различных категорий заинтересованных сторон об анализируемом субъекте.



Рисунок 2. Двухконтурная модель формирования бренда территории

В процессе реализации указанной двухконтурной модели формирования бренда территории важным является непосредственно проектирование механизмов продвижения и поддержания бренда территории.

На наш взгляд, процесс брендинга территорий – это сложный многофункциональный комплекс действий, который должен учитывать множество факторов, от которых зависит успех всей брендинговой кампании.

В трудах А. С. Шимко [11] выделены два основных этапа создания бренда территории:

1. Поиск и выделение отличий как сочетания множества деталей, а также создание своей собственной идеи-миссии, цели.

2. Усиление отличий, которые могут произвести впечатление у населения.

В свою очередь, Н.Ю. Власова и Е.С. Куликова среди этапов формирования бренда территории, предлагают выделить [4]:

- установочные мероприятия по определению целей, задач и общих подходов в реализации бренда;

- анализ потенциала развития бренда, выбор, инструментов и наиболее аттрактивных элементов, позволяющих «производить хорошее впечатление» о территории;

- разработку идеологии бренда, ориентированную на уникальность территории;

- создание логотипа;

- поиск уникальных инструментов продвижения бренда.

Кроме того, Ю. Е., Холодилиной и Ж.А. Ермаковой при создании бренда территории выделяют следующие этапы [10, с. 4239]:

1. Поиск наиболее значимых отличий, конкурентных преимуществ, которые определяют индивидуальность территории и могут служить основой для формирования бренда на основе исследований регионального и межрегионального масштаба, позволяющих составить рейтинг, определить степень значимости этих отличий для разных целевых групп (население, бизнес-сообщество, представители органов власти) изучаемой территории.

2. Формирование содержания бренда через усиление конкурентных преимуществ путём создания модели бренда и разработки его стратегии.

3. Создание бренда, его продвижение и поддержание (формирование механизмов продвижения, создание программ продвижения бренда, реализация этих программ) бренда региона.

Безусловно, важным в процессе формирования бренда территории должен быть анализ будущих носителей бренда, представителей тех целевых групп, в признании и выборе которых заинтересован регион. В данном случае, велик удельный вес знаний о поведении целевых потребителей, доминирующих психологических типах, стилях жизни населения [5]. Целесообразным также является обоснование миссии региона, структуризация информационных потоков в целевых направлениях.

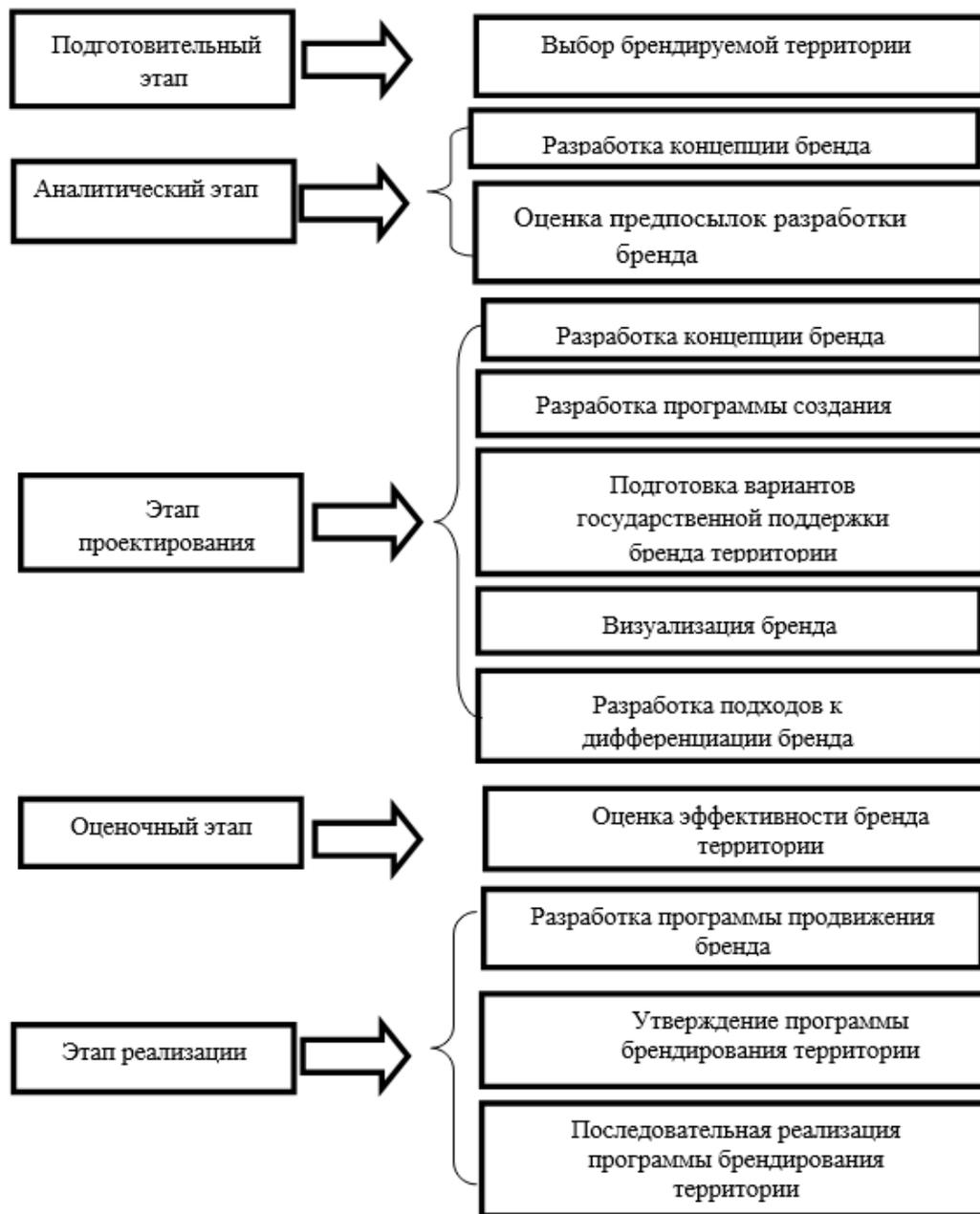


Рисунок 3 - Этапы формирования и продвижения бренда территории

Исходя из этого, процесс разработки бренда территории может включать определенную последовательность этапов, которые представлены на рисунке 3:

- выбор и определение брендируемой территории, то есть объекта брендирования, которым может быть локальная территория, представленная

отдельным предприятием, комплексом, кластером. В качестве объекта брендинга может выступать отдельный район или регион. В зависимости от масштаба выбранной территории избираются методы и инструменты брендинга;

- анализ внешней среды и основных исходных условий формирования и продвижения бренда, оценка ресурсного обеспечения территории, как основы будущего бренда территории на основе оценивания показателей социокультурного, экономического и политического направлений;

- проектирование, включающее разработку концепции бренда, программы создания бренда, подготовку вариантов государственной поддержки территориального бренда, визуализацию бренда, разработку основы для дифференциации бренда и, позволяющее осуществить переход к созданию реальных, визуальных элементов бренда территории (слоган, логотип, легенда);

- оценка эффективности реализации бренда, позволяющая проанализировать популярность бренда территории и эффективность затрат на формирование и продвижение. Также необходим учёт затраты на разработку бренда, их соответствие «готовому» продукту. Однако, важнейшим параметром, безусловно, остаётся впечатление населения о территории, её узнаваемость, ассоциации и новый имидж;

- реализация бренда территории, продвижение и популяризация (узнаваемости) бренда среди потенциальных потребителей.

Среди эффективных инструментов разработки и реализации брендинга территории, следует выделить:

- стратегические инструменты, направленные на формирование стержня бренда с учётом основных характеристик территории, с использованием таких приемов, как: стратегическое планирование развития территории, определяющее приоритетные направления развития, исходя из анализа социально-экономической, политической ситуации, культурного и научного потенциала, географического положения; определение миссии территории; формулировка слогана, заключающего в себе основной смысл её существования;

- символические инструменты, представляющие собой определенный набор визуальных способов воздействия на потребителей бренда, к которым относятся: создание единого стиля и дизайна основных атрибутов территории (флаг, герб и иные значимые символы); выпуск рекламно-информационной и сувенирной продукции; создание официального двуязычного Интернет-портала, представляющего территорию;

- рекламные инструменты, ориентированные непосредственно на распространение информации о территории путём рекламы, адресованной потребителям бренда и, направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования (территории), формирование или поддержание интереса к нему и продвижение во внешней среде. В данном случае актуально использование печатной рекламы (газеты, журналы, брошюры и пр.), интернет-рекламы (официальный сайт территории, взаимодействие с различными информационными порталами), телевизионной рекламы (телепрограммы, отражающие специфику территории), игровой рекламы (внедрение рекламы территории в компьютерные и прочие игры);

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И...

- PR-инструменты, направленные на продвижение бренда, предоставление непосредственно информации об особенностях территории, формирование и закрепление позитивного имиджа руководителя территории, актуализацию не только политического лидера, но и тех исторических личностей, с которыми прочно ассоциируется территория, организацию событий и специальных мероприятий, выход территории на государственный и международный уровень с отражением его достижений (участие в выставках, презентациях), развитие и продвижение местных брендов товаров и услуг, активное сотрудничество с другими территориями, реализацию совместных межрегиональных мероприятий и проектов.

ВЫВОДЫ

Бренд территории (страны, региона, муниципального образования) в настоящее время становятся реальным и чрезвычайно важным ресурсом экономического развития, значимость которого особенно возрастает в условиях преодоления последствий глобального финансово-экономического кризиса, коснувшегося практически всех регионов.

Концепция брендинга территории является результатом научно-прикладных или фундаментальных исследований, а также использования эффективных управленческих практик с учётом которых, «бренд территории» следует рассматривать как совокупность ценностей, эмоций и ассоциаций потребителей о конкретном географическом месте, его материальных и нематериальных характеристиках, культуре, формирующих представления о привлекательности, уровне качества и стоимости товаров и услуг, а также эффективный инструмент управления территориальным развитием.

В силу индивидуальности культурно-исторического и экономического развития каждый регион, должен иметь собственную стратегию устойчивого развития, учитывающую его сильные стороны, которые могут быть непосредственно задействованы в процессе формирования и реализации бренда территории.

Формирование бренда осуществляется путём формирования у населения образа, через ассоциации с территорией, произведёнными товарами и услугами, эффективную стратегию местных властей, учитывающую конкурентный потенциал региона. Развитие и продвижение бренда выступает ныне залогом благополучия и процветания и эффективного использования потенциала территории.

В свою очередь, эффективность реализации бренда территории, главным образом, может быть оценена на основе определения уровня и качества жизни населения, достижения целей регионального развития.

Таким образом, брендинг территории – это сложный многофункциональный комплекс действий, начиная от проектирования и, заканчивая оценкой эффективности реализации с учётом влияния факторов генерирующего характера, а также использования широкого спектра инструментов стратегического, символического и тактического действия, от которых зависит успех всей маркетинговой кампании, способен оказывать существенное влияние на

ассоциативный выбор потребителя, а также выступать проводником национальных и региональных интересов, важнейшим инструментом формирования целей и реализации приоритетов государственной региональной политики.

Список литературы

1. Анхольт, С. Брендинг: дорога к мировому рынку / С. Анхольт. – М.: Кудиц-Образ, 2004. – 272 с.
2. Атаева Т. А Территориальный бренд как основа повышения популярности региона / Т. А. Атаева // УЭПС: управление, экономика, политика, социология. – 2022. – С.23-26.
3. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / под ред. К. Динни; пер. с англ. В. Сечной. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 336 с.
4. Власова Н.Ю., Куликова Е.С. Сущность и специфика маркетинга территорий в Российской Федерации // Московский экономический журнал. 2022. № 6. URL: <https://qje.su/ekonomicheskaya-teoriya/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-6-2022-26/>
5. Габидуллина, Э. В. Брендинг как один из инструментов развития территорий / Э. В. Габидуллина, С. Д. Габидуллина, Т. А. Сулова, В. О. Корнева // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. – 2019. – № 4 (18). – С. 110–118.
6. Добровольская О.П., Федченко С.С. Брендинг как управленческий инструмент развития территории/ О.П. Добровольская, С.С. Федченко // III научно-практическая конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» (Симферополь, 2017), сборник тезисов участников. Симферополь, 2017. Т.5, – С. 648-659.
7. Добровольская О.П., Федченко С.С. Концептуальные аспекты брендинга региона/ О.П. Добровольская, С.С. Федченко // Актуальные проблемы государственного и муниципального управления: теоретико-методологические и прикладные аспекты: Материалы Всероссийского научно-практического круглого стола (с международным участием) (Донецк, 25 мая 2023 г.) / под общей редакцией д-ра физ.-мат. наук, проф.С. В. Беспаловой. – Донецк: Изд-во ДонГУ, 2023. – С. 66-68.
8. Ергунова О.Т., Тимакова Р.Т. Маркетинг и брендинг городов в стратегии регионального развития/ О. Т. Ергунова, Р.Т. Тимакова// Государство, право, общество – Россия и мировое сообщество: актуальные проблемы современности/ Под общ. ред. Н.Б. Барановой, А.А. Грачева, С.Д. Морозова; Пензенский государственный университет: Межотраслевой научно-информационный центр, Пенза, - 2020. – С. 21-61.
9. Осташко О.Ю. Бренд территорий как фактор формирования конкурентных преимуществ региона / О.Ю. Осташко// Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление. - 2023. - №1 (268). – С.102-108.
10. Холодилина Ю.Е., Ермакова Ж.А., Туристско-рекреационный кластер как социально-экономическая система // Креативная экономика. – 2021. – Том 15. – № 11. – С. 4237-4252.
11. Шимко А.С. Имидж региона и региональный брендинг как инструмент региональной политики России: / А.С. Шимко, Н.Е. Астафьев // Научное сообщество студентов: материалы IX Междунар. студенч. науч.-практ. конф. / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», 2016. – Т. 2. – С. 281-283
12. Якубова Т. Н. Бренд-менеджмент как область управления современной компанией/ Т.Н. Якубова // Наука и бизнес: пути развития. - 2020. - №1. – С. 149-152.

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК [379.85:342](477.61/.62+477.64+477.54)

АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА НА НОВЫХ ТЕРРИТОРИЯХ РФ

Конищев А. Н.¹, Жукова В. Ф.²

¹*Отдел судебно-претензионной работы ВГА, Мелитополь, Российская Федерация*

E-mail: and-konishhev@yandex.ru

²*ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет», Мелитополь, Российская Федерация*

E-mail: zhuzhuvf@yandex.ru

В статье проанализированы особенности административно-правового регулирования индустрии гостеприимства на новых территориях РФ: Донецкой и Луганской Народных Республик, Запорожской и Херсонской областей. Показано, что развитие туризма тесно связано с развитием отраслей экономики регионов. Проведен анализ факторов, способствующих развитию индустрии гостеприимства новых территорий. Изучены риски, ограничивающие становление как внешней, так и внутренней индустрии туризма. Показано, что перспективы развития этой отрасли в связи с воссоединением территорий с Российской Федерацией, значительно перекрывают риски. Сделано заключение, что для развития сферы гостеприимства требуется согласованная работа органов государственной власти и содействие на законодательном уровне с целью нормативно-правовой поддержки и регулирования развития приоритетных направлений.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, туризм, законодательство, административно-правовое регулирование, новые территории.

ВВЕДЕНИЕ

В современном российском обществе наблюдается активное развитие индустрии гостеприимства как средства организации отдыха и досуга, и своеобразного инструмента для знакомства с культурным наследием межрегионального и международного уровней. РФ имеет высокий потенциал для становления многоотраслевой сферы туризма, и Стратегия продвижения этой индустрии на период до 2035 года предусматривает комплексную реализацию всех направлений этой деятельности [1]. Вместе с тем, одобренная правительством Государственная программа «Восстановление и социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области» предусматривает комплексное восстановление инфраструктуры, улучшение условий жизни, благоустройство территорий, модернизацию производственных предприятий, поддержание инвестиционных программ в области туризма, бизнеса, что позволит достичь здесь общероссийского уровня к 2030 году [2].

Комплексное, рациональное и целенаправленное участие государственной власти в индустрии гостеприимства является неотъемлемым рычагом формирования условий, необходимых для экономического развития регионов.

Актуальность научной работы заключается в том, что в Российской Федерации индустрия гостеприимства, включая туризм, является одной из ведущих сфер

экономики, и важно провести поиск путей развития этой отрасли на новых территориях РФ в рамках административно-правовых норм.

Становление этой индустрии в регионах зависит от особенностей социально-географической, геополитической и экологической обстановки на отдельных территориях с учетом административно-правовых норм [3].

В процессе анализа социально-географического положения следует рассматривать рекреационно-географические особенности, доступность услуг сферы обслуживания, показатель социально-экономического состояния территории.

Исследование геополитической обстановки предусматривает анализ безопасности региона, развития военных конфликтов, экономико-политической стабильности.

Изучение административно-правовых особенностей включает оценку функций государственного регулирования в развитии сферы гостеприимства, особенностей региональных программ, поддерживающих предоставление туристических услуг на территории.

Анализ экологической обстановки предусматривает оценку особых природоохранных мест в регионе, комплексное изучение экологической ситуации, имеющихся и вероятных рисков, что дает возможность определить уровень защищенности среды и влияния природно-антропогенных факторов на изменения экосистемы.

Изучение социально-географических особенностей регионов показало, что по результатам референдума 2022 года новые субъекты: ДНР, ЛНР, Запорожская и Херсонская области вошли в состав Российской Федерации. Новые территории расположены на юге Европейской части РФ и занимают площадь 108,8 тыс. кв. км. Средняя протяжённость между Москвой и областными центрами новых территорий составляет: до Луганска – около 1047 км, Донецка – 1205 км, Мелитополя – 1441 км, Геническа – 1541 км.

Регионы отличаются удобным географическим положением, активно развиваются автодороги регионального, межмуниципального и местного значения, проводятся глобальные работы по дорожному строительству. Автомагистраль Р-280 «Новороссия» включена в перечень автодорог федерального значения [4].

В соответствии с Транспортной стратегией РФ до 2030 года работа транспортных услуг направлена на опережающее удовлетворение ожиданий населения [5], что позволит достичь выполнения государственных целей в области обеспечения безопасности, экономического развития и взаимодействия регионов страны. В 2024 г. планируется завершить строительство новой автотрассы вдоль побережья Азовского моря протяженностью 1400 км, большая часть которой будет четырехполосной скоростной.

Новые территории РФ обладают ценными природными и трудовыми ресурсами, развивающейся промышленностью и устойчивым сельским хозяйством.

Экологическая ситуация на новых территориях имеет ряд проблем, обусловленных работой промышленных предприятий (преимущественно в ДНР, ЛНР), техногенным загрязнением окружающей среды, водных ресурсов. При чем транспортирующим фоном для распространения поллютантов становится воздух и

вода, а аккумулирующим элементом – почва. Кроме того, имеются негативные экологические последствия украинской военной агрессии, оказывающие физический и токсический ущерб здоровью местного населения.

Для планомерного развития сектора гостеприимства как одной из ключевых отраслей экономики, требуется согласованная работа органов государственной власти и поддержка на законодательном уровне с целью нормативно-правовой поддержки и регулирования развития важных направлений [6, 7]. Туристская индустрия является критерием уровня участия государства в региональной экономике, так как содействуя туризму, оно стимулирует ее укрепление [8]. Скоординированное взаимодействие органов власти способствует извлечению из туристской деятельности существенного вклада в рост экономики и увеличению налоговых отчислений в бюджет. Благодаря государственной поддержке активно разрабатываются программы по совершенствованию сферы услуг, растут ассигнования, инвестиции в обеспечение безопасности населения, укрепляются межгосударственные, экономические, культурные и политические контакты [9].

Актуализация регионального элемента в управлении индустрии гостеприимства обеспечивает возможность полного учета ее территориальной специфики, и таким образом повышает эффективность административно-правового регулирования.

Приоритетное значение в системе данного регулирования отрасли имеет уровень использования действующего законодательства федеральными органами власти [10].

Согласно статье 3 Федерального закона от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», государство признает турииндустрию одной из ведущих секторов экономики РФ, при этом оно:

- способствует формированию доступных условий для развития туризма;
- устанавливает и поддерживает ключевые виды туризма;
- создает имидж РФ как государству, обеспечивающему продвижение туризма;
- поддерживает и защищает потенциальных туристов, туроператоров, турагентов.

С учетом того, что правовое регулирование предусматривает рациональное государственное воздействие на общественные отношения за счет специфических юридических инструментов для того, чтобы их стабилизировать и упорядочить, то правовое регулирование туристской деятельности включает комплекс мероприятий с целью создания, популяризации и реализации турпродуктов.

Объектом правового регулирования турииндустрии становится контроль государства над соблюдением законов и юридических норм, установленных на законодательном уровне. Кроме того, контроль заключается в определении легитимности данного вида деятельности и защите прав потребителей.

Осуществление туризма в РФ основано на основании законности, справедливости и добросовестности участников гражданско-правовых отношений. Сфера регулирования распространяется на общественные отношения, возникающие в процессе планирования, организации и выполнения туристской деятельности и оказания данного вида услуг. Правовые документы способствуют продуктивной работе рынка туристских услуг, обеспечивают права граждан на отдых, свободу передвижения, доступ к природным ресурсам и туристским объектам, право

использовать их в туристских целях, а также предусматривают охрану и бережное отношение природе, выполнение порядка въезда, выезда и местопребывания.

На сегодняшний день туризм является мощной индустрией, приносящей существенные доходы в бюджет РФ. На новых территориях не проводился анализ эффективности использования уполномоченными органами в этой отрасли действующего законодательства, целесообразность выбранных ими методов государственного влияния, в особенности в условиях внешних санкций и украинской агрессии.

Цель научной работы – анализ теоретико-правовых принципов административно-правового регулирования в индустрии гостеприимства.

Для достижения поставленной цели составлены приоритетные задачи исследования:

- изучить правовые аспекты государственной политики в индустрии гостеприимства в РФ, установить стадии ее развития;
- выявить степень участия государственной власти в индустрии гостеприимства;
- исследовать туристскую сферу как объект административно-правового регулирования;
- проанализировать особенности влияния туристской отрасли на развитие экономики регионов;
- раскрыть проблемы административно-правового регулирования в сфере туризма в новых регионах РФ;
- рассмотреть факторы, ограничивающие развитие индустрии гостеприимства новых регионов и сформулировать рекомендации по их разрешению.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Активная туристская деятельность в регионе способствует снижению безработицы среди местного населения, обеспечивает наполняемость ресторано-гостиничного комплекса, привлекает иностранные инвестиции и т. д. [11]. Индустрия туризма превращается в одну из наиболее рентабельных видов деятельности в мире. По данным Всемирной Торговой Организации туризм использует около 7% мирового капитала, благодаря этому виду деятельности занято каждое 15-е рабочее место и 5% налоговых платежей поступают в бюджет от этой отрасли.

Туристская инфраструктура занимает приоритетное место в хозяйственной системе и представляют собой элемент сложной межотраслевой социально-экономической структуры [12]. Отличительным признаком становится то, что ее отраслевая принадлежность относительно «нечеткая», нет конкретно структурированных границ этого сектора.

В целом туристская индустрия признана комплексным феноменом, обладающим высоким «мультипликативным» эффектом косвенного влияния на развитие более 32 смежных секторов экономики: транспорта, сферы размещения, общественного питания и торговли, индустрии развлечений и аттракции,

страхования, банковских, финансовых, информационных услуг, а также мобильных систем связи. Кроме того, также осуществляется косвенное воздействие на экономику посредством расходов туристов во время путешествия, формирующее доходы туристских, транспортных, торговых и прочих организаций. Согласно отчетам Всемирной туристской организации, на обслуживание одного туриста приходится около 11 рабочих мест в смежных отраслях, что свидетельствует о высокой социальной значимости данной отрасли. Туризм вносит существенный вклад в обеспечение устойчивого социально-экономического развития и социальной стабильности, развивает субъекты малого и среднего предпринимательства, способствует самозанятости населения.

В связи с принятием в состав России территорий, считающихся исконно российскими (ДНР, ЛНР, Запорожская и Херсонская области) возникли как риски, так и перспективы развития туризма на данных территориях.

Факторы, влияющие на развитие индустрии гостеприимства новых территорий, проанализированы на рис. 1 и 2.

Так, при огромном туристическом потенциале РФ, в новых регионах эта отрасль находится на начальном этапе развития. Низкая концентрация туристских потоков обусловлена прежде всего военными преступлениями киевского режима, а также неразвитой инфраструктурой, частично требующей восстановления из-за обстрелов, дефицитом кадров и недостатком мотивационных механизмов инвестирования в эту область.

Экономическое давление на Российскую Федерацию со стороны Европы и США является одним из рисков, затрудняющих становление как внешней, так и внутренней индустрии туризма и гостеприимства. Санкции ограничили развитие и расширение авиаперелетов как в пределах России, так и за ее пределы, что привело к уменьшению количества туристов во внутреннем туризме. Это обусловлено тем, что поездки на курорты и места отдыха на территории РФ железнодорожным и автомобильным транспортом существенно уменьшает приток туристов в связи с длительностью времени нахождения в пути к местам отдыха и обратно.

В тоже же время, перспективы развития туризма в связи с воссоединением территорий с Российской Федерацией, значительно перекрывают риски.

Так самой значительной перспективой становится прибрежная территория Азовского моря, которое является внутренним морем Российской Федерации. Кроме развития необходимой непосредственно туристической инфраструктуры (гостиницы, дома отдыха, пляжи и т.д.) в местах отдыха, появляется необходимость усовершенствования инфраструктуры доставки туристов к местам отдыха.

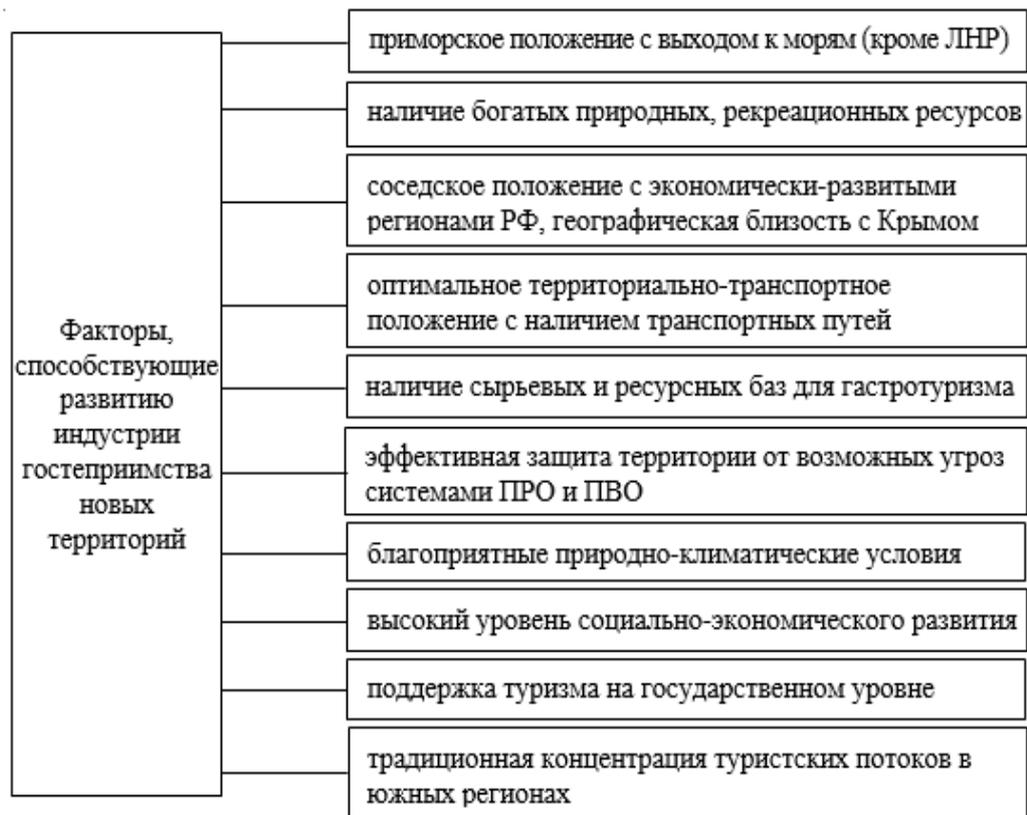


Рисунок 1. Факторы, способствующие развитию индустрии гостеприимства новых территорий

Также рисками является уменьшение импорта, необходимого для поддержания на должном уровне деятельности объектов гостиничного комплекса, что снижает привлекательность туристов в популярные места отдыха.

В данном случае необходимо развивать не только федеральную сеть автомобильных дорог, железнодорожного транспорта, авиасообщений в регионах, связанную, в том числе, с доставкой туристов в места отдыха, но и обслуживающую инфраструктуру, которая опосредованно будет привлекать туристов, а именно ресторанный бизнес с акцентом на региональные специалитеты [13, 14]. Кроме того, необходимо акцентировать внимание на разработке региональных законодательных актов, учитывающих особенности туризма на новых территориях. Более глубокое государственное участие в лице уполномоченных органов в развитии этой индустрии будет способствовать формированию организованной системы в туризме, упорядочению отношений между субъектами, защите государственных и общественных интересов.

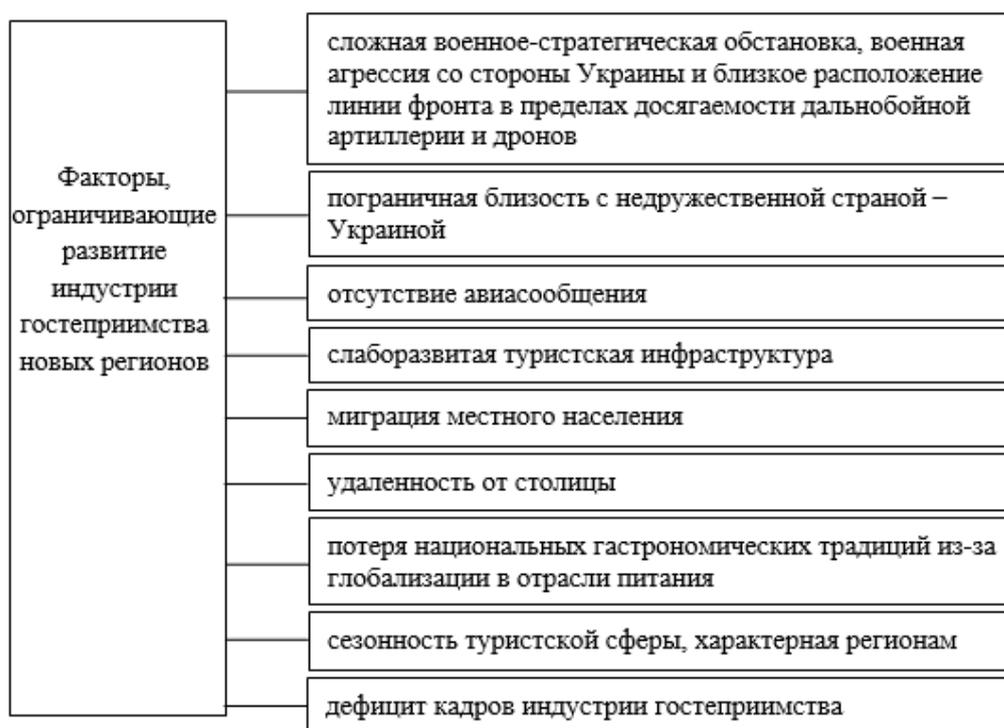


Рисунок 2. Факторы, ограничивающие развитие индустрии гостеприимства новых регионов

ВЫВОДЫ

В ходе научно-исследовательской работы были исследованы административно-правовые нормы, регулирующие взаимоотношения в индустрии гостеприимства новых территорий РФ. Проведен анализ роли туристской сферы в развитии региональных экономик новых территорий. Предложены эффективные решения в направлении развития туризма в ДНР, ЛНР, Запорожской и Херсонской областях с учетом их потенциала, специфики инфраструктуры, сильных и слабых мест новых территорий, а также определены главные факторы, обеспечивающие туристическую привлекательность регионов для потребителей. Исходя из этого, были разработаны предложения по развитию индустрии гостеприимства в регионах с учетом потенциала.

Список литературы

1. Стратегия развития туризма в РФ в период до 2035 года. - [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/>.
2. О программе «Восстановление и социально-экономическое развитие Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области» : постановление Правительства Рос. Федерации от 22 декабря 2023 года №2255.

3. К вопросу о государственном регулировании сферы туризма на региональном уровне: теоретические аспекты и результаты практической деятельности / Гурина М.А. [и др.] // *Сервис в России и за рубежом*. 2021. №15. Т. 4 (96). С. 90-109. doi:10.24412/1995-042X-2021-496-90-109

4. О внесении изменений в перечень автомобильных дорог общего пользования федерального значения : постановление Правительства Рос. Федерации от 14.06.2023 № 983.

5. Об утверждении Транспортной стратегии Российской Федерации до 2030 года с прогнозом на период до 2035 года : распоряжение Правительства Рос. Федерации от 27 ноября 2021 года №3363-р.

6. Саченок Л.И., Змерзлый Б.В. Направления государственно-правового регулирования туристической деятельности // *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Юридические науки*. – 2021. – №7(1). – С. 289-303.

7. О направлении минэкономразвития России бюджетных ассигнований в целях предоставления в 2023 году субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и государственной корпорации развития «вэб.рф» на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным по льготной ставке инвесторам для реализации инвестиционных проектов, необходимых для устойчивого развития внутреннего и въездного туризма, создания и развития туристских кластеров, способствующих развитию внутреннего и въездного туризма : распоряжение Правительства Рос. Федерации от 24.03.2023 N 689-П.

8. Мацегор А.Ю. Оценка роли туризма в развитии региональных экономик и местных сообществ // *Отходы и ресурсы*. 2023. Т.10. №1. DOI: 10.15862/66ECOR123

9. Желнина З.Ю. Туризм в фокусе государственной поддержки и стратегий развития территорий // *Теория и практика общественного развития*. 2023. № 4. С. 84-94. <https://doi.org/10.24158/ti-prg.2023.4.11>.

10. Васин С.Г., Кузьмина В.В. Особенности антимонопольного регулирования в индустрии гостеприимства // *Российское конкурентное право и экономика*. 2022. №3. С.38-41. <https://doi.org/10.47361/2542-0259-2022-3-31-38-41>

11. Краснодод Т.Л. Современные подходы к трактовке понятия «Туристическая индустрия» // *Вестник ДонНУ: Научный журнал*. Сер. В: Экономика и право. 2022. №3. С.128-139. <https://elibrary.ru/item.asp?id=50092589>

12. Краснодод Т.Л. Современные подходы к пониманию категории экономического обеспечения туристической индустрии // *Современные проблемы и пути развития перерабатывающей отрасли и сферы услуг: материалы I Всероссийской научно-практической конференции*. Мелитополь: МГУ. 2022. С.121-123. <https://www.elibrary.ru/item.asp?edn=dmjlfu>

13. Жукова В.Ф., Карман Т.В. Мелитопольская гастро-дестинация в индустрии гостеприимства Северной Таврии // *Инновационные аспекты развития сервиса и туризма: сборник трудов XI Международной научно-практической конференции*. Ставрополь: СЕКВОЙЯ. 2023. С. 90-93.

14. Топалова О.И. Гастрономические особенности регионального турпродукта Запорожской области // *Научно-практический журнал «Российские регионы: взгляд в будущее*. 2023. №10(3-4). С.15-23.

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 338.462

О ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ В РФ

Кулаков К. Ю.¹, Друзин Р.В.²

¹ *Московский государственный строительный университет, Москва, Российская Федерация*

² *Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация*

E-mail: inecondep@mail.ru

В статье рассмотрены проблемы рынка оценочных услуг в России за 2020-2022 гг. с учетом пандемийных и санкционных ограничений. Определены общие (в частности снижение стоимости услуг, падение спроса в ряде сегментов оценки, особенно из-за моратория на банкротство, низкое качество государственной кадастровой оценки, нехватка системного регулирования, необходимость пересдачи квалификационных экзаменов, замена оценщиков электронными сервисами в банковской сфере, ограничение рынка судебных экспертиз) и региональные (снижение стоимости недвижимости и спроса на ее оценку, нехватка специалистов, чрезмерная концентрация бизнеса) проблемы оценочной индустрии. По результатам опроса оценщиков в 2021 г. была проанализирована структура их расходов (преобладают расходы на налоги и сборы – 25%, ФОТ – 22%, ПО и методические материалы – 15 %, аренду – 13%) и выявлены основные проблемы оценочного бизнеса: резкое сокращение спроса, почти полное прекращение оценочной деятельности, демпинг, налогообложение оценщиков – индивидуальных предпринимателей. Значительные изменения произошли в 2022 г.: уход иностранных контрагентов, ограничение деятельности компаний с иностранным участием, ограничения по использованию системы СВИФТ и международных платежных систем, заморозка зарубежных активов, ограничение доступа к ряду электронных сервисов и сайтов; замирание рынка недвижимости, введение новых санкций, ограничение авиасообщения на Юге России. Предложены пути трансформации оценочного бизнеса, в числе которых: диверсификация услуг, цифровизация, дистанционный режим работы, сокращение офисных площадей. Развитие оценочного бизнеса в новых регионах России видится перспективным после окончания СВО и стабилизации рынка.

Ключевые слова: проблемы оценочной деятельности, мораторий на банкротство, расходы оценщиков, пути трансформации рынка оценки, диверсификация услуг.

ВВЕДЕНИЕ

Оценочная деятельность как особый вид консалтинговых услуг, находится в фазе активной трансформации как самого рынка услуг, так и внешних условий деятельности. Значительные изменения в данном сегменте рынка услуг начались в 2017-2018 гг. в связи с введением обязательной государственной аттестации (раз в 3 года по трем направлениям), изменениями проведения и оспаривания кадастровой стоимости, уменьшением перечня обязательных видов оценки.

Проблемы оценочной деятельности широко освещаются в экономической, правовой сфере и других социальных науках. Теорию оценки исследовали такие авторы, как: И.В. Косорукова [7], И.А. Ягодкина [8], описавшие вопросы анализа теории стоимостей в современной практике; методологию оценки – Л.А. Лейфер, Т.В. Крайникова [9], предложившие широкое использование справочников оценщика недвижимости, И.А. Алешина [1], рассмотревшая вопросы определения стоимости воспроизводства объектов оценки. Проблемы регулирования рынка анализировали Е.А. Дорожкина, Н.С. Холощак [4], выявившие специфику рынка услуг на примере рынка оценочных услуг; проблемы правового регулирования исследовал А.В. Мануилов, определив, что «Оценка собственности как прикладная

экономическая наука обслуживает потребности рынка и является независимым от субъектов институтом, обеспечивающим обратную связь между существующими рыночными ценами и фундаментальной (внутренней) рыночной стоимостью прав собственности»[10]. Вопросами кадастровой оценки занимались С.А. Баронин, К.Ю. Кулаков, А.А. Раткин, изучившие проблемы в «комплексе выявленных особенностей функционирования экономического механизма формирования достоверной налогооблагаемой базы земельных участков сельскохозяйственного назначения»[2]; В.С. Тикунов, О.Е. Медведева, О. Ю. Черешня [15], предложившие использование зонирования с применением геоинформационных технологий для улучшения результатов кадастровой оценки. Правовые аспекты рассмотрены в работе Е.В. Воскресенской [3], подчеркивавшей, что оценочная деятельность – это предпринимательская деятельность, которая может быть оказана лично предпринимателем, либо юридическим лицом. Анализ новой разновидности оценки, связанной с учетом экологичности объектов недвижимости, проведен С.П. Коростелевым [6].

Считаем, что существует необходимость определить проблемы оценочной деятельности и пути трансформации оценочного бизнеса в условиях пандемии.

Постановка проблемы.

Целью данной статьи является определение проблем и путей развития рынка оценочных услуг в РФ в современных условиях.

Объект исследования – функционирование оценочного сообщества в РФ.

Предмет исследования – выявление путей развития оценочного сообщества в РФ в современных условиях

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

К периоду начала активных изменений внешних условий (2020 г.) сформировался целый клубок проблем оценочной индустрии:

- «неутешительные результаты государственной кадастровой оценки;
- стоимость услуг по оценке постоянно снижается;
- отсутствие рабочих механизмов использования компенсационных фондов СРО;
- редкие оценщики/оценочные компании дорожат своей репутацией;
- отсутствие системного подхода при регулировании оценочной деятельности»[14].

Для индустрии оценки к общим проблемам отрасли добавляются следующие региональные проблемы, указанные ранее автором:

- «снижение в ряде регионов рыночной стоимости недвижимости и, как следствие, спроса со стороны налогоплательщиков на услуги по оспариванию государственной кадастровой оценки;
- дефицит в некоторых регионах специалистов в области оценки, особенно в области оценки бизнеса (в настоящее время только 40% оценщиков, входящих в СРО, смогли сдать государственный экзамен);
- избыточная концентрация бизнеса, когда региональным компаниям и их СРО

О ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ В РФ

приходится объединяться с крупнейшими представителями рынка»[13].

Также ряд авторов отмечает, что «уже сегодня в банковской сфере отказываются от услуг оценщиков при проведении примитивных, рутинных процедур оценки, с которыми лучше справляется компьютерная программа»[12].

В 2020-2021 гг. оценочное сообщество столкнулось с новыми проблемами:

- окончание срока действия первых квалификационных аттестатов, что привело к необходимости подготовки и сдаче новых экзаменов (дополнительные расходы особенно для оценщиков из регионов);

- в большинстве регионов вступили в действие кадастровые стоимости не только земельных участков, но и объектов капитального строительства (ОКСов), упростился процесс снижения кадастровой стоимости путем уточнения свойств ОКСов (уменьшения рынка оценки для целей наследства, уменьшение рынка по оспариванию кадастровой стоимости);

- изменение регулирования рынка в части законопроекта, включающего инструмент обжалования оценки (экспертизы отчета об оценке) в Министерстве экономического развития РФ (рост уровня ответственности оценщика и СРОО);

- становление практики взыскания убытков с оценщиков / оценочных компаний в судебной практике РФ (рост уровня ответственности оценщика, изменение тарифов страховых компаний).

События 2020 г. изменили многие рынки, в том числе и рынок оценочных услуг. Анализ оценочного бизнеса сквозь призму пандемийных ограничений 2020-2021 гг. позволил выявить дополнительно следующие проблемы:

- значительно снизился спрос на целые сегменты оценочного бизнеса - в целях аренды, внесения в уставный капитал, кредитования (в целях ипотеки до 3 кв. 2020 г.);

- часть оценочных компаний оказалась на грани неплатежеспособности (как и многие другие хозяйствующие субъекты) из-за кассовых разрывов в связи с необходимостью нести постоянные расходы (аренда офиса, ФОТ), но отсутствием или значительным снижением поступлений;

- мораторий на возбуждение дел о банкротстве по инициативе кредиторов для ряда отраслей снизил/отложил в перспективе объем оценочных работ имущества предприятий-банкротов (как правило, на стадии конкурсного производства);

- с 3 кв. 2020 г. значительно увеличились объемы оценки в целях ипотечного кредитования, преимущественно с помощью электронных систем (Домклик и другие);

- в 3 кв. 2021 г. государство ограничило часть рынка судебной экспертизы (например, в части оспаривания кадастровой стоимости), передав данный сегмент государственным учреждениям.

Авторами в 2021 г. был проведен опрос профильных специалистов (оценщиков). Выборка составила 50 человек из 10 регионов. По итогам опроса получен ряд результатов, в том числе основной перечень расходов (налоги и сборы, ФОТ, аренда, ГСМ, транспортные расходы, программное обеспечение, методические материалы, канцелярские товары, расходные материалы, реклама и маркетинг, поддержание сайта и его продвижение) и оценка степени их влияния на деятельность оценочной

компании/оценщика в условиях пандемии (рис. 1). Анализ показал, что преобладают постоянные или условно-постоянные расходы, которые оценочная компания/оценщик не могут резко сократить.

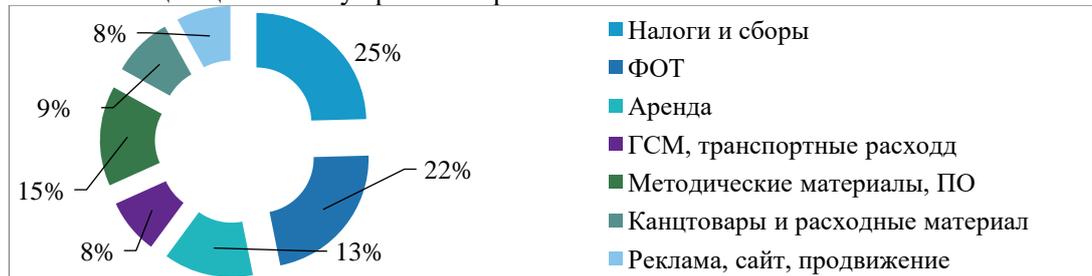


Рисунок 1. Влияние расходов на деятельность оценщика в пандемию (2020-2021 гг.)

Источник: составлено авторами

Основными проблемами данного периода были (по данным опроса):

- почти полное прекращение оценочной деятельности;
- снижение количестве клиентов (связано с первым пунктом);
- изоляция основных клиентов (частичная причина снижения клиентов);
- демпинг (специфика рынка, связанного с консалтинговыми услугами).

Особое значение имеет обновление системы учета в Росреестре и ФНС, что привело к «изменению» налогообложения оценщиков, не работающих по трудовому договору. По сути, любой человек, соответствующий требованиям ФЗ-135, может вступить в СРО оценщиков. Он может быть зарегистрирован в качестве ИП и/или иметь трудовой договор с оценочной компанией. После вступления в СРО оценщиков информация передается в Росреестр с указанием наличия трудового договора с оценочной компанией или без указания, что определяет возникновение статуса ЧПО после получения информации инспекциями ФНС. Оценочная деятельность в силу закона – не исключение.

Таким образом, оценочная деятельность стала облагаться налогами в таком же порядке, как и арбитражное управление, но только в части физических лиц, не работающих по найму, что может быть элементом дискриминации. Юридические лица (оценочные компании) могут использовать как общую систему налогообложения, так и специальные режимы (УСН).

Вместе с тем, в 2022 г. оценочная отрасль вместе с другими направлениями консалтинга получила новые направления, ограничения и стимулы.

Введение моратория на банкротство до 01.10.2022 г., снизило потребность в оценке для банкротства (отсрочка новых банкротств привела к отсрочке начала торгов в банкротстве – основному спросу на оценочные услуги в данной сфере).

Начало СВО 24.02.2022 г., введение новых санкций против отечественных компаний, ограничения по использованию системы СВИФТ, международных платежных систем, замораживание активов РФ и граждан РФ за рубежом, ограничения деятельности иностранных компаний и компаний с учредителями из недружественных государств значительно изменило рынок оценочных услуг.

О ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ В РФ

Оценочные и консалтинговые компании с учредителями из недружественных государств ушли с рынка формально, отечественные оценщики и специалисты создали новые юридические лица с учредителями-резидентами РФ.

В 3-4 кварталах 2022 г. рынок недвижимости, основной двигатель оценочного рынка, фактически замер, присутствуют единичные сделки, кредитование значительно замедлилось, что отразилось и на спросе на оценочные услуги. В 1-3 кварталах 2023 г. наметились новые тенденции на оценочном рынке – снижение объемов оценки в банковской сфере (банковские алгоритмы за счет больших баз данных по проведенным оценкам и реализованным залога ускорили процесс определения стоимости для банков, это позволило ряду банков частично отказаться от услуг оценщиков, кроме обязательных видов оценки), создание предпосылок для укрупнения оценочного бизнеса (в связи с наличием целого ряда специфических условий для оценки государственного имущества в проектах изменений в профильный закон), окончание проведения кадастровой оценки земли и ОКСов в целом ряде регионов (потенциал роста для отчетов по оспариванию кадастровой стоимости).

Между тем, гармонизация законодательства РФ в сфере оценки с мировым (международные стандарты оценки), привела к принятию новой нормативно-правовой базы, действующей с 07.11.2022 г.: Федерального стандарта оценки «Структура федеральных стандартов оценки и основные понятия, используемые в федеральных стандартах оценки (ФСО I)»; Федерального стандарта оценки «Виды стоимости (ФСО II)»; Федерального стандарта оценки «Процесс оценки (ФСО III)»; Федерального стандарта оценки «Задание на оценку (ФСО IV)»; Федерального стандарта оценки «Подходы и методы оценки (ФСО V)»; Федерального стандарта оценки «Отчет об оценке (ФСО VI)» [11].

Ограничения авиасообщения на Юге России значительно уменьшили мобильность оценщиков, ограничили возможность проведения выездных квалификационных экзаменов.

При этом окончание переходного периода в кадастровой оценке (согласно Федеральному закону от 03.07.2016 №237-ФЗ «О государственной кадастровой оценке»), внеплановая кадастровая оценка по всем регионам, как было отмечено ранее, открывают новые горизонты в сфере оспаривания кадастровой стоимости.

Включение в состав РФ новых регионов в перспективе приведет к росту объектов оценки (в разных сегментах оценки), при этом само количество оценщиков, зарегистрированное ранее в данных регионах (не более 100 оценщиков), не приведет к существенному росту конкуренции.

ВЫВОДЫ

Подводя итог, можно определить пути трансформации оценочного бизнеса:

- диверсификация за счет смежных консалтинговых услуг;
- появление «актуального «антикризисного пакета» услуг, например, по обоснованию снижения ставки арендной платы, урегулированию споров между банками и заёмщиками относительно изменения стоимости объектов залога; между заказчиками и подрядчиками, особенно в сфере строительства; по вопросам

экспертизы изменения сроков и стоимости выполнения проектов; услуги по оптимизации затрат на эксплуатацию и управление недвижимостью; консалтинговые услуги по обоснованию и содействию получения льгот и субсидий предприятиям из пострадавших отраслей»[5];

- цифровизация («создание различных онлайн-сервисов для клиентов (от подачи электронной заявки и её онлайн-оплаты до выдачи отчёта в электронном виде), разработка специализированных программ и CRM-систем по анализу и обработке данных и автоматизации процесса расчёта стоимости)»[5];

- рост услуг на специфическую оценку с учетом критериев ESG;

- изменений условий труда оценщиков в сторону дистанционной работы;

- снижение средней площади офисов оценочных компаний.

В дальнейшем авторы планируют проведение анализа возможности реализации ESG-стратегии в оценочной деятельности, выявление перспектив развития оценочной деятельности в новых регионах РФ.

Список литературы

1. Алешина И.А. Актуальные информационные ресурсы для корректного определения справочных показателей стоимости объектов оценки [Электронный ресурс] / И.А. Алешина // Имущественные отношения в РФ, 2020. – №11 (230). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-informatsionnye-resursy-dlya-korrektnogo-opredeleniya-spravochnyh-pokazateley-stoimosti-obektov-otsenki> (дата обращения: 31.10.2023).

2. Баронин С.А. Особенности регулирования налогооблагаемой базы по землям сельскохозяйственного назначения в современных условиях актуализации кадастровой стоимости на региональном уровне [Электронный ресурс] / С.А. Баронин, К.Ю. Кулаков, А.А. Раткин // Налоги и налогообложение, 2019. – №8. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-regulirovaniya-nalogooblaemaemoj-bazy-po-zemlyam-selskohozyaystvennogo-naznacheniya-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 31.10.2023).

3. Воскресенская Е.В. О правовой природе оценочной деятельности [Электронный ресурс] / Е.В. Воскресенская // Инновационная наука, 2015. – №4-3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-pravovoy-prirode-otsenочноj-deyatelnosti> (дата обращения: 31.10.2023).

4. Дорожкина Е.А. Вопросы регулирования рынка услуг региона (на примере оценочных услуг) [Электронный ресурс] / Е.А. Дорожкина, Н.С. Холощак // Вестник ВУиТ, 2019. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-regulirovaniya-rynka-uslug-regiona-na-primere-otsenочноj-uslug> (дата обращения: 31.10.2023).

5. Застойные факторы. Есть ли для оценки выход из кризиса? [Электронный ресурс] // Российская газета, 2021. – URL: <https://rg.ru/2021/09/28/kirill-kulakov-o-problemah-i-razvitii-otsenочноj-deyatelnosti.html> (дата обращения: 31.10.2023).

6. Коростелев С.П. ESG-оценка недвижимости и налогообложение / С. П. Коростелев // Землеустройство, кадастр и мониторинг земель, 2021. – № 9. – С. 674-679.

7. Косорукова И.В. Оценка стоимости: от теории к практике [Электронный ресурс] / И.В. Косорукова // Современная конкуренция, 2009. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-stoimosti-ot-teorii-k-praktike> (дата обращения: 31.10.2023).

8. Косорукова И.В. Теоретические основы оценочной деятельности как науки и их применение в современной практике стоимостной оценки [Электронный ресурс] / И.В. Косорукова, И.А. Ягодкина // Имущественные отношения в РФ, 2019. – №12 (219). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-otsenочноj-deyatelnosti-kak-nauki-i-ih-primenenie-v-sovremennoy-praktike-stoimostnoj-otsenki> (дата обращения: 31.10.2023).

9. Лейфер Л.А. Новая концепция информационно-справочного обеспечения оценочной деятельности. справочники оценщика недвижимости-2019 [Электронный ресурс] / Л.А. Лейфер, Т.В. Крайникова // Имущественные отношения в РФ, 2019. – №5 (212). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-kontsepsiya-informatsionno-spravochnogo-obespecheniya>

О ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ОЦЕНОЧНЫХ УСЛУГ В РФ

otsenочноy-deyatelnosti-spravochniki-otsenshika-nedvizhimosti-2019 (дата обращения: 31.10.2023).

10. Мануилов А.В. Вопросы оценки имущества в свете юридических концепций собственности при переходе к цифровой экономике [Электронный ресурс] / А.В. Мануилов // Правоведение, 2019. – №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/voprosy-otsenki-imuschestva-v-svete-yuridicheskikh-kontseptsiy-sobstvennosti-pri-perehode-k-tsifrovoy-ekonomike> (дата обращения: 31.10.2023).

11. Об утверждении федеральных стандартов оценки и о внесении изменений в некоторые приказы Минэкономразвития России о федеральных стандартах оценки [Электронный ресурс]: Приказ Минэкономразвития РФ от 14.04.2022 №200 // Минэкономразвития РФ. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/dokumenty/prikaz_minekonomrazvitiya_rossii_ot_14_aprelya_2022_g_200.html (дата обращения: 31.10.2023).

12. Побываев С. Яма глубиной в десять с половиной миль, или Турик стратегического дуализма [Электронный ресурс] / С. Побываев, Н. Лапенкова // Экономические стратегии, 2019. – №3. – С. 68-75. – URL: http://www.inesnet.ru/wp-content/mag_archive/2019_03/ES2019-03-Lapenkova-Pobyvaev.pdf (дата обращения: 31.10.2023).

13. Развитие рынка оценочных услуг в России [Электронный ресурс] // Российская газета, 2018. – URL: <https://rg.ru/2018/07/18/razvitie-rynka-ocenочnyh-uslug-v-rossii.html> (дата обращения: 31.10.2023).

14. Спиридонов Ф. Перспективы развития оценочной деятельности [Электронный ресурс] / Ф. Спиридонов // Оценщик.ру. – URL: <https://www.ocenchik.ru/docsf/2281-perspektivy-razvitiya-ocenочноy-deyatelnosti.html> (дата обращения: 31.10.2023).

15. Тикунов В.С. Кадастровая оценка недвижимости в России на основе методологии оценочного зонирования [Электронный ресурс] / В.С. Тикунов, О.Е. Медведева, О.Ю. Черешня // Вестник Московского университета. Серия 5. География, 2019. – №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kadastrovaya-otsenka-nedvizhimosti-v-rossii-na-osnovemetodologii-otsenочноgo-zonirovaniya> (дата обращения: 31.10.2023).

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 338.2

О ПРЕДПОСЫЛКАХ И ДЕФИНИЦИЯХ ПОНЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ

Масливец А. М.

Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, Симферополь, Российская Федерация

E-mail: slobodyanyukb@mail.ru

В статье рассмотрены предпосылки предпринимательской активности, определено, что активность обусловлена рядом факторов, в том числе инвестициями и инновациями. На основе системного анализа трактовки предпринимательства и предпринимательской активности предложена авторская трактовка принципов предпринимательской активности.

Ключевые слова: предпринимательство, предпринимательская активность, инвестиционная деятельность, инновационная деятельность.

ВВЕДЕНИЕ

Исследование предпринимательской активности имеет большое значение для понимания тенденций, вызовов и возможностей в сфере бизнеса. Это позволяет выявить успешные практики, идентифицировать проблемные области, развивать стратегии для стимулирования предпринимательства и способствовать экономическому росту.

Анализ предпринимательской активности помогает выявить факторы, способствующие успешности бизнеса, а также причины неудач. Такие исследования также могут быть полезны для разработки государственных политик, направленных на поддержку предпринимательства.

В целом, актуальность исследования предпринимательской активности остается высокой, поскольку предпринимательство играет важную роль в развитии экономики и общества

Проблемами предпринимательской активности занимались разные ученые. Так, О. В. Брижак, И. В. Манахова, Е. С. Чиканова раскрывали тенденции влияния современных кризисных процессов на предпринимательство в целом и определяли роль экономической теории в этом процессе [1]. Л. Г. Шахтаманова исследовала развитие малого и среднего предпринимательства сквозь призму сравнения с другими странами ОЭСР [2], С. П. Кирильчук, С. М. Ергин, Е. В. Наливайченко, И. В. Артюхова исследовали активность в ключе выявления драйверов для обеспечения роста экономики Республики Крым [3].

Целью данной работы является исследование разных подходов к трактовке дефиниции предпринимательской активности для формирования в дальнейшем авторского подхода и классификации.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Предпринимательская активность является залогом успешного развития национальной экономики любого государства. Поэтому индикация

О ПРЕДПОСЫЛКАХ И ДЕФИНИЦИЯХ ПОНЯТИЯ...

предпринимательской активности позволяет, в определенной мере, прогнозировать параметры развития национальной экономики. На первый взгляд, это является вполне очевидным и не содержит противоречий. Однако если начинать разбираться в данной теме глубже, то появляется ряд нюансов.

Так, из основ макроэкономики известно, что любая экономика является цикличной. В силу этого, в экономической практике большинства стран мира используется индекс деловой активности. Индексы деловой активности рассчитываются и публикуются и в России. Так, Федеральная служба государственной статистики (Росстат) публикует индекс предпринимательской уверенности и делового климата. Методология расчета Росстатом указанных индексов базируется на мировой практике измерения уровня предпринимательской активности. Измерение данного уровня основано на анкетном опросе руководителей предприятий «о сложившемся состоянии и изменениях экономической деятельности, а также их ожиданиях на ближайшие 3 месяца» [4].

Общеизвестно, что лидерство стран G7 в отдельных показателях мировой экономики и юридически зарегистрированных в них крупнейших мировых ТНК основано на инновациях. Инновационный путь развития страны и бизнеса декларируется и в России. Поэтому Федеральная служба государственной статистики публикует на своем официальном сайте ряд показателей во вкладке «наука, инновации и технологии», в т.ч. «уровень инновационной активности организаций», «удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации», «объем инновационных товаров, работ, услуг» и др. [5].

Из основ микро и макроэкономики известно, что залогом успешного развития бизнеса являются инвестиции. В России актуальна проблема привлечения инвестиций в модернизацию производства ввиду значительного физического и морального износа основных фондов на большинстве промышленных предприятий страны. Для субъектов МСП в России также актуальна проблема привлечения инвестиций в свое развитие. Федеральная служба государственной статистики публикует показатель «инвестиции в нефинансовые активы организаций», который раскрывает объемы и структуру капиталовложений в основные фонды, а также объекты интеллектуальной собственности [6]. Специфическим направлением инвестиционной активности крупного бизнеса, в основном в международном масштабе, являются слияния и поглощения (M&A). Статистику слияний и поглощений публикуют рейтинговые агентства, напр., АК&М [7], «Эксперт РА», «АКРА».

В последние десятилетия в странах G7, а затем и во всем остальном мире вошла в моду концепция устойчивого развития, базирующаяся на принципах ESG (environmental, social, corporate governance), подразумевающая устойчивое развитие бизнеса с позиций экологии, социальной ответственности, корпоративного управления. При этом последние две характеристики подразумевают: поддержание достойного уровня оплаты труда в компании и наличие социального пакета для сотрудников, участие в благотворительности и борьбе с бедностью, налаживание взаимодействия с органами государственной власти (в хорошем смысле). В России на протяжении ряда лет рассчитывается и публикуется ESG-индекс от НКР и РБК. Составление ESG-индекса основано на оценке ESG-профиля компаний России по

результатам их анкетирования [58. О высокой ответственности бизнеса перед обществом свидетельствует его участие в проектах государственно-частного партнерства (ГЧП). Минэкономразвития России публикует рейтинг субъектов РФ по уровню развития ГЧП, основанный на подсчете объемов инвестиций бизнеса в проекты ГЧП [9].

Рассмотрим теперь правовую дефиницию понятия предпринимательской активности.

Действующим в Российской Федерации правовым порядком закреплено конституционное право физических и юридических лиц на занятие предпринимательской деятельностью (статья 34 Основного закона РФ) [10]. При этом это право ставится в зависимость от государственной регистрации соответствующего статуса, что следует из легальной дефиниции предпринимательства как института гражданского права. Однако, как мы увидим в ходе дальнейшего исследования вопроса, признак «государственной регистрации» вовсе не является обязательным критерием для отнесения той или иной хозяйственной деятельности к предпринимательской, а относится к числу факультативных признаков.

Законодатель в статье 2 Гражданского кодекса РФ (далее — ГК РФ [11]) дает следующее определение: «предпринимательской является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

Т.е. предпринимательство как таковое уже предполагает активность со стороны соответствующего субъекта. Сложно представить себе рисковую деятельность, направленную на извлечение прибыли, при пассивном поведении обладателя этого статуса.

Именно активные действия предпринимателя позволяют обеспечить реализацию основной цели деятельности и составляют ее содержание.

Из легального определения можно вывести следующие признаки предпринимательской деятельности.

Во-первых, предпринимательство это деятельность самостоятельная, что резко отграничивает ее от работы по трудовому договору и иных видов несамостоятельной деятельности. Обратим внимание на то, что положения статьи 2 ГК РФ закрепляют еще одно существенное обстоятельство: «гражданское законодательство регулирует отношения между лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, или с их участием». Другими словами, предприниматели поименованы в качестве участников гражданско-правовых отношений вместе с другими физическими и юридическими лицами, а их действия в области гражданского оборота являются формой реализации принадлежащих им гражданских прав.

При этом в статье 1 ГК РФ закреплено генеральное положение о том, что «граждане (физические лица) и юридические лица приобретают и осуществляют свои гражданские права своей волей и в своем интересе. Они свободны в установлении своих прав и обязанностей на основе договора и в определении любых не противоречащих законодательству условий договора».

О ПРЕДПОСЫЛКАХ И ДЕФИНИЦИЯХ ПОНЯТИЯ...

И далее в статье 9 ГК РФ: «граждане и юридические лица по своему усмотрению осуществляют принадлежащие им гражданские права». Иными словами, самостоятельность, хотя и характеризует предпринимательство, но вовсе не является ее существенным признаком.

Во-вторых, эта деятельность осуществляется предпринимателем на свой страх и риск. Понятие «риск» широко используется как в гражданском, так и в уголовном праве, что позволяет дать широкую характеристику данному признаку.

О риске речь идет в следующих нормах ГК РФ:

в статье 19: «гражданин обязан принимать необходимые меры для уведомления своих должников и кредиторов о перемене своего имени и несет риск последствий, вызванных отсутствием у этих лиц сведений о перемене его имени»;

в статьях 82, 96 (о риске убытков, связанных с деятельностью товарищества, общества);

в статье 211: «риск случайной гибели или случайного повреждения имущества несет его собственник, если иное не предусмотрено законом или договором»;

в статье 312: «должник вправе при исполнении обязательства потребовать доказательств того, что исполнение принимается самим кредитором или уполномоченным им на это лицом, и несет риск последствий непредъявления такого требования»;

в статье 344: «залогодатель несет риск случайной гибели или случайного повреждения заложенного имущества, если иное не предусмотрено договором о залоге»;

и во многих иных нормах.

Понятие «риск» в определении предпринимательской деятельности указывает на другую характеристику, нежели возможность недополучения ожидаемых доходов и убытков из-за нарушения обязательств контрагентами. При наличии ответственности за нарушение обязательств неправильно называть ситуации несения убытков риском. Ожидание дохода – не юридический признак.

В своей основе, предпринимательство изначально определяется как деятельность, направленная на извлечение прибыли. Однако неполучение ее не может превратить ее в деятельность непредпринимательскую. В этом и состоит риск предпринимательства: хозяйствующий субъект стремится получить прибыль, однако реальные жизненные обстоятельства могут сложиться таким образом, что результатом всех этих усилий будет убыток.

При упоминании риска в законодательстве указываются возможные его последствия: утрата, повреждение имущества, иные убытки, дополнительные обременения. Отметим, что применительно к понятию риска предпринимательской деятельности последствия не называются. Какие же убытки предпринимателя следует признавать риском? Вероятно, такие, которые угрожают утратой бизнеса либо его сокращением. Причинами может быть вышеназванное изменение условий деятельности – условий правовых, экономических, организационных, кадровых, субъективных, иных. Они могут быть случайными или предвиденными, прогнозируемыми, обусловленными личностью предпринимателя (непрофессиональное управление, небрежность руководства деятельностью) или нет.

Понятие «риск», как правило, и связывается со случайными событиями – риск случайной гибели товара, имущества, материалов, изменение экономической конъюнктуры рынка и т.п. Подобный риск оправдан и при избрании такой формы осуществления предпринимательской деятельности как общество с ограниченной ответственностью не позволит кредитором перенести ответственность с юридического лица на ее руководителя или участников.

Между тем если убытки вызваны умышленными действиями предпринимателя, не о каком риске говорить не приходится: при наличии оснований, предусмотренных Федеральным законом «О несостоятельности (банкротстве)», предприниматель привлекается к субсидиарной ответственности по обязательствам созданной им (или находившейся под его руководством) организации.

Еще раз отметим, что отсутствие прибыли не является предпринимательским риском еще и по той причине, что значительное количество хозяйствующих субъектов по данным государственной информационной системы бухгалтерской отчетности не имеют прибыли по итогам года и при этом продолжают осуществлять деятельность.

Наконец, третий и, как представляется, основной признак предпринимательской деятельности, в отсутствие которого говорить о предпринимательстве не приходится, это ее направленность на систематическое извлечение прибыли.

Категория прибыли не является гражданско-правовой. Понятие «прибыль» закреплено в налоговом законодательстве и используется в качестве результата функционирования субъекта предпринимательской деятельности по итогам налогового периода.

В силу норм гражданского права лицо получает от совершенной сделки некое эквивалентное встречное предоставление – цену. Полученная плата закладывается в основу формирования прибыли, но как таковой ею не является. При этом с экономической точки зрения получение платы вовсе не гарантирует наличие прибыли, поскольку при ее формировании учитываются затраты, произведенные предпринимателем при осуществлении его деятельности.

Четвертый признак предпринимательской деятельности – государственная регистрация хозяйствующего субъекта. Этот признак является факультативным, поскольку любая деятельность, отвечающая вышеперечисленным признакам (самостоятельная, инициативная, осуществляемая на свой страх и риск, и направленная на извлечение прибыли) признается предпринимательской не зависимо от регистрации ее субъекта в качестве предпринимателя.

Также не зависимо от государственной регистрации предпринимателя ожидают те же налоговые последствия, как если бы он был зарегистрирован. Налоговый орган при этом исходит из того, что подобного рода субъекты находятся на общей системе налогообложения и оплачивают с результатов деятельности косвенные налоги (НДС) и налог на доходы физического лица (налог на прибыль для случаев, когда фактически предпринимательской деятельностью, занимается некоммерческая организация).

Некоторые авторы подобную деятельность не считают предпринимательской, а относят к числу «незаконной деятельности в сфере экономики», полагая, что дефиниция «предпринимательская деятельность» охватывает только допускаемую государством деятельность в сфере предпринимательства.

ВЫВОДЫ

Предпосылки предпринимательской активности проявляются в совокупности измеримых показателей: индекс деловой активности, уровень инновационной активности, объемы инвестиций в нефинансовые активы, ESG-индекс и рейтинг субъектов РФ по уровню развития ГЧП, анализ которых позволяет провести наиболее полную оценку предпринимательской активности в регионе и государстве в целом.

Согласно действующему законодательству само понятие предпринимательской деятельности уже по своей сути является синонимом предпринимательской активности. Правовая трактовка предпринимательства позволила автору выделить принципы предпринимательской активности: самостоятельности, свободы деятельности, прибыльности (направлено на систематическое извлечение прибыли) и рисковости, связано с особой формой правовой (государственной) регистрации.

Список литературы

1. Брижак О. В., Манахова И. В., Чиканова Е. С. Новая экономическая реальность как предметная область исследования // Вестник Московского университета. - Серия 6. Экономика. - 2023. - №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/novaya-ekonomicheskaya-realnost-kak-predmetnaya-oblast-issledovaniya>
2. Шахтаманова Л.Г. Развитие малого и среднего предпринимательства в России и в развитых странах мира в условиях современного вызовов // РППЭ. - 2022. - №6 (140). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitiie-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-rossii-i-v-razvityih-stranah-mira-v-usloviyah-sovremennogo-vyzovov>
3. Кирильчук С. П., Ергин С. М., Наливайченко Е. В., Артюхова И. В. Методика оценки развития региональной производственной инфраструктуры (на примере Республики Крым) // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). - 2022. - №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-otsenki-razvitiya-regionalnoy-proizvodstvennoy-infrastruktury-na-primere-respubliki-krym>
4. Платные услуги населению. Индекс предпринимательской уверенности. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/uslugi>
5. Наука, инновации и технологии. Уровень инновационной активности организаций. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). – Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/statistics/science>
6. Инвестиции в нефинансовые активы. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. – Режим доступа: https://rosstat.gov.ru/investment_nonfinancial
7. Бюллетень «рынок слияний и поглощений». [Электронный ресурс] // Рейтинговое агентство АК&M. – Режим доступа: <http://mergers.akm.ru/?ysclid=ltffqew0vg404892590>.
8. Продолжаем зеленеть: результаты ESG-индекса 2023 года. [Электронный ресурс] // РБК – тренды. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/green/650b1a619a79478e138a37ba>
9. Рейтинг регионов по уровню развития ГЧП. [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития РФ. – Режим доступа: https://www.economy.gov.ru/material/departments/d22/gosudarstvenno_chastnoe_partnerstvo/rejting_regionov_po_urovnyu_razvitiya_gchp/?ysclid=ltfhp1wyz917840718.
10. Конституция Российской Федерации : принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года : [с изменениями, внесенными в часть 1 статьи 65 Конституции Российской Федерации на основании федеральных конституционных законов от 4 октября 2022 г. №5-ФКЗ, № 6-ФКЗ, № 7-ФКЗ, № 8-ФКЗ]. - Москва, 2022. -76 с.
11. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (с изм. от 23 июля 2013 г.) //Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 336:65.012

МЕХАНИЗМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЯХ

Соболев Д. М.

*Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Российская Федерация
E-mail: sodim@mail.ru*

В статье рассмотрены вопросы механизмов использования такого финансового инструмента как проектное финансирование на примере телекоммуникационных компаний. Исследованы особенности механизма применительно к телекоммуникационным компаниям, обобщен мировой и отечественный опыт использования, государственное регулирование проектного финансирования.

Ключевые слова: проектное финансирование, фабрика проектного финансирования, телекоммуникационные компании, инвестиционный вычет.

ВВЕДЕНИЕ

Проектное финансирование представляет собой сложный высокорисковый многоэтапный процесс с несколькими участниками и разными видами финансирования, что определяет наличие как преимуществ, так и недостатков такого привлечения средств.

Проектное финансирование является довольно новым для экономики Российской Федерации способом аккумуляции финансовых ресурсов в сравнении с уже устоявшимися традиционными формами привлечения средств: заёмным финансированием, компенсационным финансированием участников организации и т.п.

Телекоммуникационная отрасль, как одна из наиболее инновационных отраслей, постоянно нуждается в долгосрочных инвестициях, поэтому проектное финансирование представляется наиболее оптимальным способом стимулирования развития отрасли, что определяет актуальность исследуемой темы.

Проблемами механизмов проектного финансирования занимались такие отечественные ученые как Тавбулатова З.К., Талоло В. И., Тарасова О. Ю., Собина Н. В., Логинов М. П.

Среди зарубежных авторов выделим таких исследователей как Невитт П., Фабозци Ф., Гатти Ст, Эсти Б., Хоффман С.

Целью данной работы является определение современных механизмов реализации проектного финансирования в телекоммуникационных компаниях для создания в дальнейшем моделей развития отрасли.

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Н. В. Собина и М. П. Логинов механизм проектного финансирования описывают как «модель или алгоритм логического описания субъектов и их функций, отражающих сам процесс финансирования»[1], а проектное финансирование — как

«управленческую модель, основанную на многофакторном анализе и учитывающую широкий диапазон рисков и проблем, начиная от политических рисков страны в целом и административных рисков регионов реализации конкретных проектов до технических и техногенных рисков»[1].

Механизм проектного финансирования также рассматривается как мультиинструментальный тип финансирования и как система. Отечественные авторы Ю. Рожков, Д. Абдулкина, В. Степанова и О. Кобычева рассматривают проектное финансирование как «систему организации инвестиционного процесса или как систему взаимосвязанных участников, определяя механизм проектного финансирования как систему отношений между участниками сделки в процессе осуществления комплекса взаимосвязанных мероприятий по поводу беззалогового, интегрированного финансирования, организации и управления инвестиционными проектами на партнерских условиях с целевой ориентацией на денежные потоки, полученные исключительно в результате реализации проекта»[1].

Система проектного финансирования — это совокупность взаимосвязанных элементов (стейкхолдеры, специфичные (долговые, долевые, квазидолговые) инструменты финансирования, инвестиционные, кредитные, вспомогательные банковские продукты, структура инвестиционной программы, методы оценки качества инвестиционной программы и ее управления и др.) механизма проектного финансирования [1].

В механизме проектного финансирования также можно выделить такие элементы, как: «объект проектного финансирования, источник выплат и обеспечения, степень принятия риска заемщиком, виды инвестиционных проектов»[1].

Ключевым и отличительным субъектом в проектном финансировании выступает компания специального назначения (SPV), принимающая и возвращающая заёмные средства за счет денежного потока проекта (например, платный проезд по новому мосту или дороге). По сути, она выступает непосредственным заемщиком. Для реализации этих задач и успешного функционирования SPV обладает следующими свойствами:

- защищенность от банкротства;
- ограниченность требований кредиторов стоимостью заложенного имущества;
- невозможность влияния инициаторов проекта на принятие корпоративных решений (основные учредители — лица (как правило, некоммерческие фонды), также выполняющие ограниченный набор функций; в основном учреждение SPV и проведение общих собраний, установленных законами);
- ограниченность правоспособности (деятельность SPV подчинена заранее определенному алгоритму; допущены к заключению контракты, необходимые для реализации проекта, по которым обязательства SPV строго предсказуемы) [2].

Другая сторона — спонсор (инвестор, партнёр) — это один из инициаторов проекта, вкладывающий рисковый капитал (собственные средства), покрывающий ряд проектных рисков и получающий определённый доход от проекта [3]. Часто его также называют заемщиком, поскольку именно он изначально обращается за дополнительными средствами к кредитору, а уже впоследствии создается SPV. Если кредиторы оценивают проект только на срок предоставления кредита, то спонсор

рассматривает его показатели на более длительную перспективу, в том числе после полного расчета с банком [3].

Поскольку проектное финансирование предполагает вложение как собственных, так и заемных (привлеченных) средств, то третьим основным участником является банк (кредитор). Для сделки ПФ достаточно договора с одним банком, но для крупнейших проектов может быть привлечено несколько банков. Кредитные средства, как правило, выдаются частями в ходе этапов проекта в соответствии с заключенными договорами. Обычно доля заемных средств составляет от 70% до 90%, но порой, под залог имущества банк готов профинансировать до 100 % стоимости проекта. Для получения кредита необходимо подготовить проект с учетом требований банка и передать его на тщательную проверку и экспертизы. Основные проверяемые показатели: размеры будущих денежных потоков, срок возврата кредитных средств, оптимальная кредитная сумма, сроки участия кредитора в проекте, экономическая эффективность и финансовая устойчивость проекта, оценка рисков проекта [2].

Четвертым, но необязательным участником для сделки ПФ может быть государство, в связи с этим проекты ПФ принято делить на проекты, осуществляемые с государственной поддержкой и рыночные, самокупаемые проекты (без государственной поддержки). Обычно государство привлекается для проектов с большими финансовыми потребностями и крупными рисками, которые сложно удовлетворить за счет фондового рынка и частных инвесторов, в том числе из-за неготовности последних принимать на себя высокие риски, а также при реализации международных проектов. Объем финансовой помощи государства соответствует объему средств, недостающему для самокупаемости проекта. Зачастую государственная финансовая помощь предоставляется только на первых этапах реализации проекта (например, инженерные изыскания и разработки, строительство объекта). Считается, что после ввода в эксплуатацию проект уже способен самостоятельно генерировать денежный поток и выходить на самокупаемость [2].

Формы государственного участия в проектах проектного финансирования могут быть различными:

- учреждение государством отдельной спонсорской организации;
- предоставление займов;
- участие в акционерном капитале;
- предоставление грантов;
- открытие специальных резервных счетов для покрытия возможных рисков по возврату кредита;
- государственная поддержка соглашений о государственно-частном партнерстве (ГЧП) и концессионных соглашений с участием SPV в качестве частного партнера или концессионера соответственно и др. [2].

Для рыночных проектов основным источником погашения обязательств являются денежные потоки проекта, средства на реализацию которого привлекаются за счет выпуска облигаций иногда вместе с получением банковского кредита. При размещении облигаций проект также, как и при получении кредита, проходит тщательную оценку, в том числе рассматривается соотношение денежного потока

проекта с размером долга, надежность банков, обслуживающих счета SPV, а также иных контрагентов, финансовая и юридическая модели проекта, объемы страхового покрытия проекта, риски рефинансирования, риски строительства объекта, операционные риски (включая риски используемых в проекте технологий, опыт оператора проекта и т.п.), иные риски [2].

Примерная структура привлечения ПФ с фондового рынка показана на рисунке 1.



Рисунок 1 – Схема привлечения проектного финансирования с фондового рынка

* участие государства в проекте не обязательно

** спонсоры входят в акционерный капитал SPV в незначительном объеме, без права влиять на принятие решений в SPV, но с правом претендовать на долю имущества SPV по окончанию проекта.

Источник: [2]

Для сокращения сроков рассмотрения проекта кредиторами, минимизации рисков и максимизации эффективности его реализации спонсоры часто прибегают к услугам финансовых консультантов, что особенно важно при реализации проектов с зарубежными участниками и/или за рубежом. Финансовый консультант сопровождает проект и помогает его улучшить вплоть до начала финансирования, что может занять от 9 месяцев до 2,5 лет.

Для реализации проектного финансирования в России в начале 2018 г. была создана Фабрика проектного финансирования при ВЭБ.РФ (ФПФ) — это «механизм проектного финансирования инвестиционных проектов в приоритетных секторах российской экономики, предусматривающий предоставление денежных средств

заемщикам на основании договоров синдицированного кредита (займа), реализуемых с применением мер государственной поддержки и способствующих увеличению объемов кредитования организаций, реализующих инвестиционные проекты»[4].

Критерии отбора инвестиционных проектов для участия в ФПФ следующие [4]:

- а) проект реализуется на основе проектного финансирования;
- б) проект реализуется на территории Российской Федерации;
- в) стоимость проекта — не менее 3 млрд. рублей (без учета процентов по кредитам (займам));
- г) без учета процентов по кредитам (займам) доля заемных средств составляет не более 80 %, а собственных — не менее 20 % полной стоимости проекта;
- д) срок финансирования проекта не превышает 20 лет;
- е) срок окупаемости проекта не превышает 30 лет;
- ж) проект соответствует отраслевым направлениям финансирования [4].

Организационная структура ФПФ включает в себя 6 ключевых игроков:

1. «ВЭБ. РФ (ранее Внешэкономбанк): оператор ФПФ, проводит отбор и экспертизу проектов ФПФ, кредитный управляющий в синдикате, получатель гос. субсидии;

2. ООО «Специализированное общество проектного финансирования Фабрика проектного финансирования» (ООО «СОПФ ФПФ»): на 100% принадлежит ВЭБ, эмитент облигаций с государственной гарантией, кредитор по Траншу А, обязательство ВЭБ по выкупу/замене проблемных активов СОПФ;

3. Министерство экономического развития РФ: куратор фабрики, главный распорядитель государственной субсидии;

4. Министерство финансов РФ: предоставляет меры государственной поддержки (субсидирование процентной ставки кредиторам в рамках синдиката и предоставление государственной гарантии по облигациям Фабрики);

5. Центральный банк РФ: особый порядок регулирования коммерческих банков в части кредитования проектов Фабрики;

6. Участники ФПФ: кредиторы: коммерческие банки и международные финансовые организации, инициаторы проектов, проектная компания (заемщик), фонды прямых инвестиций»[5, 6].

Соответственно механизм проектного финансирования отличается в каждом конкретном проекте в зависимости от его специфики и отрасли, задействованных участников, необходимого объема финансирования, имеющихся инструментов поддержки, доступа к международным рынкам и т.д.

Как ранее нами было уже отмечено, при использовании инструментов проектного финансирования получателем средств в большинстве случаев выступает специальная проектная компания («Special purpose vehicle»), которая учреждается для осуществления конкретного проекта. Создание данной обособленной организации позволяет учредителям проекта решить две основные задачи:

- обособить собственные активы от обязательств проектной компании, которые будут наращиваться по мере реализации проекта;

сосредоточить на балансе проектной компании все фонды по финансированию проекта: компенсационное финансирование (вложения в собственный капитал) от

МЕХАНИЗМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ...

учредителей и заемный капитал от банков. В случае несостоятельности SPV подобная структура позволяет рассмотреть несколько вариантов возврата вложенных средств:

- при полном отсутствии регресса со стороны инициаторов проекта: учредитель сохраняет риск утраты только в уставном капитале компании;
- при наличии ограниченного регресса: учредитель отвечает своей частью уставного капитала компании, а также другими ее активами, которые были внесены в виде «твердого» обеспечения по займам, предоставленным под реализацию проекта.

Аналогичное мнение высказывает В. В. Переверзева, которая отмечает:

«Проектное финансирование, учитывая такой фактор, как доля риска, принимаемая на себя кредитором, подразделяется на следующие виды:

- с полным регрессом на заемщика: кредитор не несет ответственности за проектные риски; предоставление средств под определенные гарантии; возможность получения средств в течение небольшого отрезка времени; невысокая стоимость кредита;
- с ограниченным регрессом на заемщика: кредитор лишь частично возлагает на себя риски проекта;
- без регресса на заемщика: кредитор полностью возлагает на себя риски, связанные с осуществлением проекта»[7].

Учитывая, что проектная компания создается каждый раз под конкретный проект, то она, как правило, не имеет финансово-кредитной истории и достаточного объема имущества на балансе, что объективно затрудняет условия для кредитования. Займодатели не имеют возможности, как в случае с корпоративным финансированием, применить стандартные механизмы оценки финансовой устойчивости организации: провести оценку финансовой и бухгалтерской отчетности, оценку ликвидности активов и т.п.

Именно в этой связи для кредиторов первостепенное значение приобретают те механизмы, которые позволят им прийти к выводу о способности проектной компании обслуживать свой долг в рамках успешной реализации проекта. На практике, к подобным механизмам следует отнести финансовые гарантии, «твердое» обеспечение по займу со стороны инициаторов проекта (случай ограниченного регресса), а также наличие уже на предварительной стадии его реализации заключенных договоров на поставку сырья и продажу продукции. Немаловажным показателем, который используется в качестве маркера верно избранной структуры проекта и приемлемых рисков, служат и положительные заключения независимых консультантов в части правовых, налоговых, экологических, рыночных и прочих рисков.

По мнению ряда исследователей, под механизмом проектного финансирования целесообразно понимать «модель или алгоритм логического описания субъектов и их функций, отражающих сам процесс финансирования.

Проектное финансирование можно представить как управленческую модель, основанную на многофакторном анализе и учитывающую широкий диапазон рисков и проблем, начиная от политических рисков страны в целом и административных

рисков регионов реализации конкретных проектов до технических и техногенных риск»[8].

В отличие от традиционного банковского кредитования в проектном финансировании помимо банков могут принимать участие множество других лиц: лизинговые, инвестиционные, страховые компании и финансово-кредитные организации, девелоперы и т.п.

Элементами механизма проектного финансирования являются: стейкхолдеры, особые инструменты финансирования, инвестиционные, кредитные, вспомогательные банковские продукты, структура инвестиционной программы, методы оценки качества инвестиционной программы и ее управления и др.

Таким образом, механизм проектного финансирования предполагает набор инструментов, посредством которых инициаторы проекта осуществляют фондирование ресурсов под проект; взаимодействие между участниками проекта (специальной проектной компанией, инициаторами проекта, кредиторами и т.д.).

В том, что касается механизмов проектного финансирования в телекоммуникационных компаниях, то здесь на выбор элементов соответствующего механизма оказывают влияние различные факторы:

- показатели макроэкономического характера (уровни процентных ставок, изменение курса российской валюты по отношению к ведущим мировым валютам);
- факторы правового характера (изменение налогового законодательства: расширение или сужение налоговых преференций, меры фискальной политики и др.);
- особенности развития телекоммуникационной отрасли экономики (стадии жизненного цикла отрасли, направления и перспективы изменений, их причины и условия; реакция потребителей на внедрение нового продукта и т.п.);
- уровень развития телекоммуникационной компании (специфика ее деятельности, охват рынка, уровень диверсификации и т.д.);
- факторы инвестиционной привлекательности (ожидаемая доходность проекта, уровень инвестиционного риска).

Оценивая особенности телекоммуникационной отрасли, Н. П. Резникова отмечает, что «специфика сферы телекоммуникаций заключается в том, что основным продуктом является услуга, производство и потребление которой происходит одновременно. По этой причине операторы вынуждены предоставлять часть произведенных и реализованных услуг в кредит. В экономическом плане это приводит к необходимости дополнительных инвестиций в развитие инфраструктуры, а также снижению значений показателей использования оборудования в определенные периоды времени»[9].

В. И. Талоло обращает внимание на другую особенность рассматриваемой отрасли: «важными особенностями телекоммуникационных компаний являются наличие инфраструктуры и ее качество, которое прежде всего определяется соответствием используемой инфраструктуры последним технологическим достижениям, а также способность телекоммуникационной компании к быстрой адаптации новых технологических разработок»[10].

Следует согласиться с О. Ю. Тарасовой, которая полагает, что «для компаний телекоммуникационной сферы характерны:

МЕХАНИЗМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ...

- значительная капиталоемкость и фондоемкость, связанная с наличием обширной инфраструктурной сети, необходимостью планомерной модернизации оборудования в связи с развитием технологий;

- узкоспециализированность использования внеоборотных активов (прежде всего, оборудования и программного обеспечения), из которой проистекает невозможность или значительная сложность их применения в случае диверсификации деятельности компании;

- значительная продолжительность строительства и ввода в эксплуатацию телекоммуникационных объектов и т.п.»[11].

С учетом потребностей потребителей и особенностей развития телекоммуникационного рынка в рамках проектного финансирования с 2019 года начался процесс внедрения сетей 5G. Это следующий этап в развитии мобильных технологий, который предусматривает принципиально новый уровень возможностей и сервиса для клиентов телекоммуникационных компаний. В число особенностей разрабатываемого стандарта связи входят высокие скорости передачи данных (свыше 1 Гбит/с) и сверхмалые задержки в передаче информации (до 1 миллисекунды). Подобные показатели позволят решить многие задачи в различных отраслях экономики и народного хозяйства, которые выдвигают высокие требования к скорости передачи данных и надежности соединения.

Ключевую роль в механизме проектного финансирования играет государственная корпорация «Ростех», которая возьмет на себя функции государственного субсидирования проекта. Предполагается, что государственные субсидии составят до 5 0% всех привлеченных для реализации проекта средств.

Другие источники финансирования — банковское кредитование и средства от текущей деятельности телекоммуникационных компаний. Так, в октябре 2022 года «Ростелеком» предупредил абонентов о высоких расходах операторов связи на строительство сетей пятого поколения, что вызвано требованиями законодательства использовать отечественное программное обеспечение. Проект нормативно-правового акта, разработанный по инициативе Минцифры, вносит изменения в правила регистрации радиоэлектронных средств, которые предусматривают, что с сентября будущего года операторы не смогут зарегистрировать радиоэлектронные средства для сетей пятого поколения, если их программное обеспечение не входит в соответствующий реестр российской радиоэлектронной продукции и реестр отечественного программного обеспечения.

За этими шагами контролирующего ведомства в апреле 2022 года последовало повышение цен на тарифы сотовой связи ведущими операторами (Мегафон, МТС, Билайн). Рост тарифов составил 10 %, за счет которых предполагается покрыть затраты на приобретение отечественного программного обеспечения и оборудования, необходимого для реализации проекта по внедрению связи пятого поколения.

Для целей финансирования проекта Минцифры выступило с предложением возвращать телекоммуникационным компаниям часть уплаченного ими налога на прибыль за счет распространения на операторов связи предусмотренного Налоговым кодексом РФ инвестиционного вычета. Эта мера, по мнению специалистов, позволит

телекоммуникационным компаниям существенно сократить налоговое бремя на расходы, понесенные в связи с приобретением, изготовлением и модернизацией в период с 1 января 2018 года основных средств.

Налогоплательщики смогут воспользоваться инвестиционным вычетом в срок до 31 декабря 2027 года.

Отметим, что институт инвестиционного налогового вычета как мера поддержки налогоплательщика был внедрен Федеральным законом от 27 ноября 2017 года № 335-ФЗ. Он предусматривает, что общая сумма вычета по всем видам расходов в текущем налоговом периоде не превысит разницу между суммой налога, рассчитанной по базовой ставке (без учета вычета) и суммой налога, рассчитанной по ставке 5 %.

В субъектах РФ позволили вводить инвестиционный налоговый вычет как инструмент стимулирования развития отдельных отраслей экономики. По состоянию на середину 2022 года законы о введении вычета приняты в 60 регионах.

Однако даже в тех субъектах, в которых институт заработал, он не затрагивал расходы на создание и модернизацию инфраструктуры телекоммуникационных компаний. В настоящее время в целях поддержки операторов связи в региональные законы планируется добавить код 61 ОКВЭД «Деятельность в сфере телекоммуникаций».

Со второй половины 2022 года Минцифры с учетом общественно-политической обстановки (введения противозаконных масштабных санкций против нашего государства, сокращения поставок оборудования по каналам импорта и т.п.) внесло коррективы в реализацию проекта по распространению сетей пятого поколения: телекоммуникационным компаниям было разрешено не выполнять свои обязательства по покрытию сельских населенных пунктов и российской «глубинки» сетями четвертого поколения сотовой связи, предоставлено право повысить тарифы на услуги мобильной связи. Кроме того, для экономии ресурсов введен мораторий на выполнение требований «закона Яровой», согласно которому операторы связи были обязаны обеспечить хранение баз данных (записи разговоров, сообщений) и другой медиаконтент для целей использования специальными службами правоохранительных органов.

Государством обеспечено субсидирование телекоммуникационной отрасли за счет снижения ставки по кредитам до 3 %.

ВЫВОДЫ

Таким образом, можно прийти к следующим предварительным выводам, раскрывающим механизм проектного финансирования в телекоммуникационных компаниях:

- значительное участие в качестве актора этого механизма государства в лице Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации;
- использование процедуры учреждения специальной проектной компании для реализации согласованных с Минцифры проектов (к примеру, по состоянию на 2022

год для развития сетей пятого поколения сотовой связи совместное предприятие создано такими телекоммуникационными гигантами, как «Ростелеком» и «МегаФон»). Однако от учреждения единой проектной компании решено воздержаться с учетом рекомендаций антимонопольного органа. ФАС РФ не устраивает, что результатом подобной модели проектного финансирования станет создание единого оператора, который фактически превратится в монополиста и сможет бесконтрольно завысить цены за право допуска к сетям пятого поколения сторонних компаний. Кроме того, по мнению антимонопольного ведомства, могут возникнуть сложности с использованием для сетей пятого поколения оборудования и инфраструктуры сетей 4G операторов, не вошедших в состав единого консорциума, что повлечет за собой стагнацию телекоммуникационной отрасли;

- привлечение к финансированию проектов российских банков с субсидированием ставки по кредитам (до 3 %).

Список литературы

1. Собина Н.В., Логинов М.П. Механизм и система проектного финансирования // Вопросы управления. – 2017. – №2 (45). – С.113-120. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-i-sistema-proektnogo-finansirovaniya> (дата обращения: 12.12.2022)
2. Ушаков О., Никитина Д. Простые истины проектного финансирования // Банковское обозрение. – 2022. – №06 (280)/2022. – URL: <https://bosfera.ru/bo/prostye-istiny-proektnogo-finansirovaniya> (дата обращения: 06.12.2022)
3. Проектное финансирование – что нужно знать? // Банк Дом.РФ. – URL: <https://domrfbank.ru/blog/proektnoe-finansirovanie-chto-nuzhno-znat/> (дата обращения: 10.12.2022)
4. Официальный сайт ООО «РБПФ Проектное финансирование». [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://www.projectfinance.ru> (дата обращения: 06.12.2022)
5. Фабрика проектного финансирования ВЭБ.РФ: презентация // ВЭБ.РФ. – 10 с. – URL: <https://natamac.ru/userfiles/files/prezentatsiya-otdelnaya-veb-f645.pdf> (дата обращения: 06.12.2022)
6. О программе «Фабрика проектного финансирования» (вместе с «Правилами предоставления субсидий из федерального бюджета в виде имущественного взноса Российской Федерации в государственную корпорацию развития «ВЭБ.РФ» на возмещение расходов в связи с предоставлением кредитов и займов в рамках реализации механизма «фабрики» проектного финансирования): Постановление Правительства РФ от 15.02.2018 N 158 (ред. от 04.05.2021) // КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_291117/ (дата обращения: 06.12.2022)
7. Переверзева В.В. Механизм проектного финансирования при реализации инвестиционных проектов // Электронный ресурс file:///C:/Users/admin/Downloads/494-633-1-SM.pdf (дата обращения: 15.11.2022)
8. Собина Н.В., Логинов М.П. Механизм и система проектного финансирования // Вопросы управления. 2017. №2 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-i-sistema-proektnogo-finansirovaniya> (дата обращения: 15.11.2022).
9. Резникова Н.П., Демина Е.В. Менеджмент в телекоммуникациях. - М., 2020.- С.392.
10. Талоло В.И. Проблемы финансирования компаний телекоммуникационной отрасли // Российская академия предпринимательства. - №4 – 2021- С. 75.
11. Тарасова О.Ю. Влияние современных тенденций развития российского рынка телекоммуникаций на финансовый менеджмент предприятий сотовой связи // Социально-экономические явления и процессы. – 2015.- №8- С. 125.

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

УДК 338.46:005.346

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ МАРКЕТИНГА УСЛУГ НА РЫНКЕ СЛОЖНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТОВАРОВ

Ткаченко А. А.

*Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского,
Донецк, Российская Федерация
E-mail: Tkachenko_1974@mail.ru*

В статье подробно рассмотрены существующие модели маркетинга услуг, определены их преимущества, недостатки и адекватность их апробации к современным требованиям и условиям экономических отношений. Предложена модель маркетинга услуг, которая будет учитывать современные направления трансформации маркетинга услуг и как науки, и как прикладной системы. Предложенная модель маркетинга услуг учитывает также элементы формирования и оценки качества услуг на рынке сложно-технических товаров.

Ключевые слова: маркетинг услуг, услуги, сложно-технические товары, рынок, потребитель, продавец, модель, сфера услуг, обслуживание, процесс взаимодействия, процесс потребления, конкурентоспособность.

ВВЕДЕНИЕ

В зарубежной практике существует ряд базовых моделей маркетинга услуг. Однако, при проведении обзора трудов российских ученых в области маркетинга услуг, не трудно обнаружить, что какая-либо общепринятая модель маркетинга услуг отсутствует, а активно используются существующие зарубежные модели.

Для формирования модели маркетинга услуг целесообразно рассмотреть уже существующие модели, основываясь на их преимуществах, недостатках и адекватности является одним из самых быстро развивающихся и востребованных категорий товаров

ОСНОВНОЙ МАТЕРИАЛ

Модель Ратмела Д. положила начало системной разработке маркетинга услуг (рис.1). Она отражает три взаимосвязанных, но, в тоже время самостоятельных процесса: процесс производства товаров, процесс маркетинга этих товаров, процесс потребления этих товаров.

Основываясь на данной модели довольно трудно разделить производство, маркетинг и потребление услуг на отдельные процессы, что изначально предопределено самой природой услуг – процесс производства и потребления услуги осуществляется одновременно. Это обуславливает основную функциональную задачу маркетинга услуг – необходимость изучения, создания, оценки, продвижения и продажи услуги не столько как товара с особыми свойствами, сколько продажи процесса взаимодействия между теми, кто производит услугу, и теми, кто её потребляет.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ...

Критически оценивая данную модель маркетинга услуг, следует отметить, что в целом, она достаточно абстрактна, с точки зрения практического применения как основы организации маркетинга услуг на предприятии.

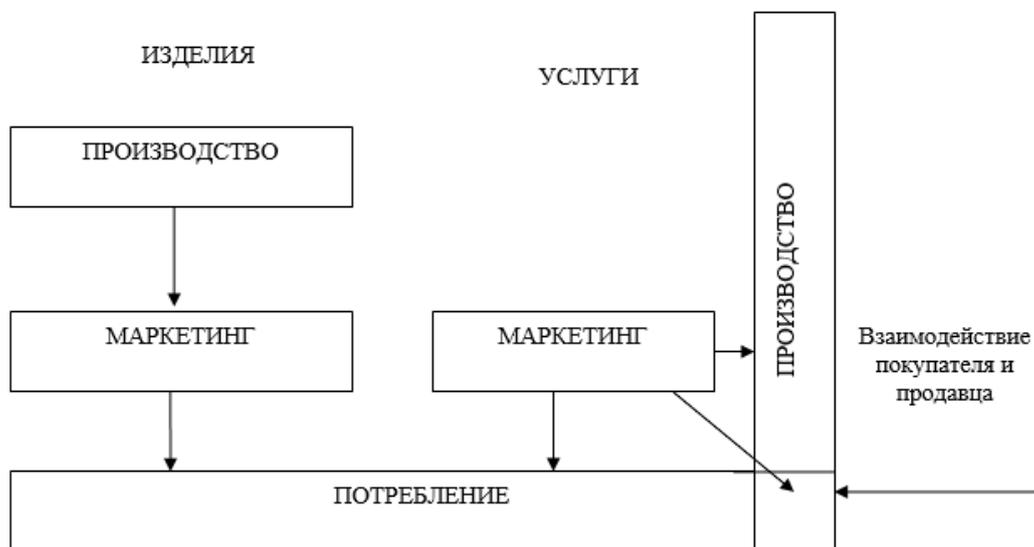


Рисунок 1. Концепция маркетинга услуг Ратмела Д.

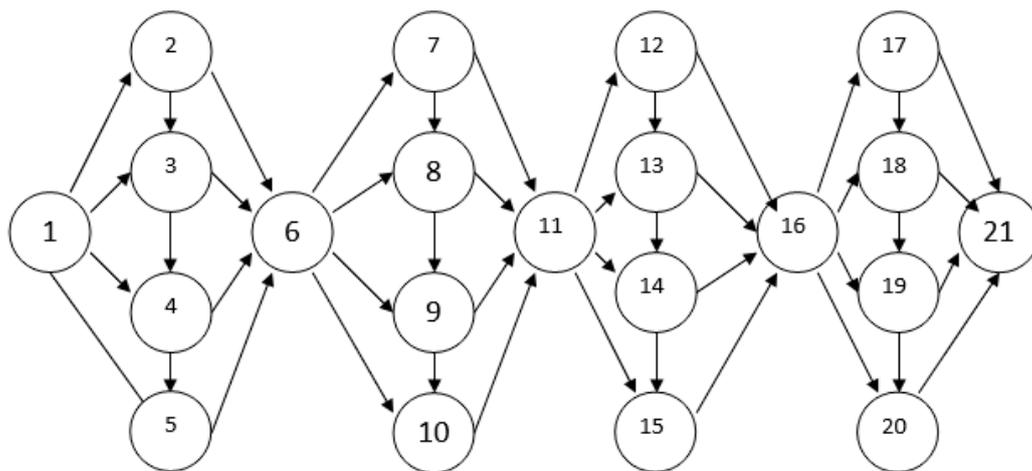


Рисунок 2 - Общая модель маркетинга услуг Стахановых В. и Д. [96]

1 – анализ рыночных возможностей предприятия сферы услуг; 2 - маркетинговые исследования рынка услуг; 3 – изучение маркетинговой среды предприятия сферы услуг;

4 – оценка конъюнктуры рынка услуг; 5 – оценка уровня конкуренции в сфере услуг;

6 – отбор целевого рынка услуг предприятия сферы услуг; 7 – сегментация рынка услуг и выбор целевого рынка; 8 – позиционирование услуг на целевом сегменте рынка услуг;

9 – разработка стратегии маркетинга услуг; 10 – разработка тактики маркетинга услуг;

11 – разработка комплекса маркетинга услуг; 12 – разработка ассортиментной политики предприятия сферы услуг; 13 – ценовая политика на рынке услуг; 14 – разработка каналов распределения услуг; 15 – стимулирование спроса на услуги; 16 – организация маркетинга услуг; 17 – разработка плана маркетинга; 18 – организация службы маркетинга предприятия сферы услуг; 19 – организация маркетингового контроля; 20 – проведение маркетинговой ревизии и аудита; 21 – обеспечение удовлетворения спроса на услуги.

Модель маркетинга услуг, разработанная Стахановыми В. и Д. в своей основе несет типичную сетевую модель (рис. 2). При этом авторы модели основываются на том, что «формально функции маркетинга товаров и маркетинга услуг совпадают, т.е. они включают маркетинговые исследования рынка, маркетинговое планирование и организацию маркетинга, в том числе маркетинговый контроль и аудит» [2].

Таким образом, предложенная модель маркетинга услуг идентична модели маркетинга товаров. Однако, авторы отмечают, что отличия данной модели обнаруживаются только при содержательном наполнении каждой из перечисленных функций, так как сущность услуг достаточно специфична. Тем не менее, рассматривая пошагово элементы данной модели, следует отметить, что ни одна из составляющих сетевой модели не отражает специфики услуг.

Кроме того, авторы не дают в своей модели такого элемента как оценка качества услуги, а также основываются на классическом комплексе маркетинга 4 «Р». Следовательно, можно сделать вывод о том, что происходящая трансформация маркетинга услуг не нашла своего отражения в данной модели, что в итоге, затрудняет её практическое применение, исходя из специфики услуг. Тем не менее, следует отметить, что использование сетевой модели как основы модели маркетинга услуг является целесообразным, так как может быть применимо к формированию новой модели маркетинга услуг исходя из развития теории взаимодействия, имеющей место в практической сфере маркетинга услуг.

Наиболее интересным и применимым практически, подходом является функционально-инструментальная модель маркетинга услуг Гренрооса К. (рис. 3). Как уже отмечалось, Гренроос К. является представителем северной школы маркетинга услуг, которая стоит на позициях формирования системы маркетинга услуг через качество, что и отражено в данной модели.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ...



Рисунок 3. Функционально-инструментальная модель маркетинга услуг Гренрооса К. Модель жизненного цикла взаимоотношений с покупателем

Следует отметить, что данная модель не имеет какого-либо оригинального схематического выражения, тем не менее, ценность её в том, что в рамках модели представлена детальная концептуальная разработка терминологии маркетинга услуг.

Модель Гренрооса К. отражает процесс взаимодействия между потребителем и персоналом фирмы, при котором создаются и поддерживаются качественные стандарты обслуживания. При этом Гренроос К. выделяет, что главными факторами являются процесс качественного обслуживания и поведение персонала, оказывающего услуги. Функционально - инструментальная модель предполагает, что «потребителю в процессе обслуживания важно не только, что потребитель получает в процессе обслуживания (инструментальное качество), но и как этот процесс происходит (функциональное качество)».

Таким образом, следует выделить тот факт, что Гренроос К. является основоположником интеграции теории маркетинга услуг и маркетинга взаимодействия, что позволяет усилить функциональность данной модели через

формирование критериев качества обслуживания, его оценки и последующей корректировки.

Следующей достаточно распространенной моделью маркетинга услуг является «сервакшн» - модель маркетинга услуг Эйглие П. и Лангеарда Е. [4].

Данная модель представляет собой обслуживание в действии и подчеркивает сущность услуги – одновременность производства и потребления услуги и её неосвязаемость. Ключевыми факторами в модели являются: непосредственно процесс обслуживания, организация услуг и потребитель.

Центром данной модели является потребитель, на которого оказывают влияние три базовых фактора: предприятие, являющееся поставщиком услуг на рынок; совокупность прочих потребителей, присутствующих на рынке. Автор вводит понятие «переживание процесса обслуживания», который, в принципе, и характеризует процесс взаимодействия между потребителем и персоналом предприятия.

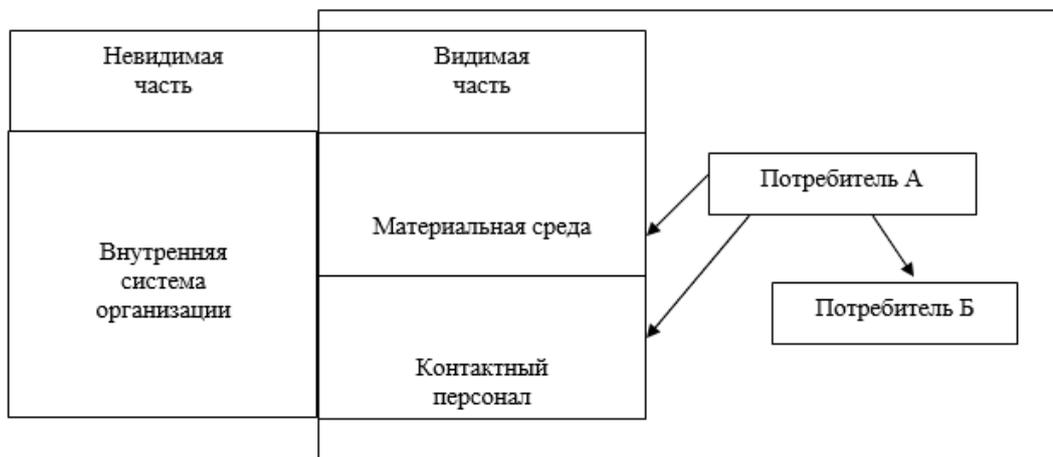


Рисунок 4. «Сервакшн»- модель маркетинга услуг Эйглие П. и Лангеарда Е.

Однако, данная модель отражает процесс взаимодействия – «контактный персонал» - «потребитель А», но не отражает процесс оценки качества услуги. Тем не менее, как отмечает Л. Ткаченко «популярности данной модели способствует её практичность, так как она указывает на те контролируемые факторы, которые можно использовать для планирования маркетинга услуг (контактный персонал, материальная среда, прочие потребители» [2].

Модель 7 «Р» Битнер М. основана на традиционном комплексе маркетинга 4 «Р» (рис. 5). Автор модели доказывает, что концепция 4 «Р» более подходит для производственной сферы, а для сферы услуг необходимо добавить ещё три «Р», а именно: люди, физические признаки, процесс.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ...

Коммуникации	Товар	Люди
Каналы распределения	Потребитель	Материальное доказательство
Цена	Процесс	

Рисунок 5. «7Р» - модель Битнер М.

Недостатком данной модели является то, что она не отражает взаимосвязей, возникающих в ней и в модели отсутствует такой элемент как качество услуги и его оценка, что исходя из сущности услуг, является определяющим наравне с процессом.

Однако, также как в «сервакшн» - модели Эйглие П. и Ланггарда Е., её центром является потребитель, который и призван оценивать качество услуги.

В рамках составляющих данной модели Бумс и Битнер приводят систему элементов комплекса маркетинга в сфере услуг (рис.6).

Модель 7 «Р» Битнер М. имеет практическую ценность с точки зрения определения направлений формирования комплекса маркетинга в сфере услуг с учетом их специфики, но не отражает формирования самой услуги с позиции качества и процесса взаимодействия.

Элементы комплекса маркетинга в сфере услуг			
Продукт Категория Качество Торговая марка Ряд услуг Послепродажное обслуживание	Цена Уровень Скидки Комиссионные Условия оплаты Покупательское восприятие Качество/цена Разнообразие	Место Расположение Доступность Дистрибьюторские каналы Дистрибьюторское покрытие	Продвижение Рекламирование Персональная продажа Продвижение торговли
Люди <i>Персонал:</i> Обученность Благоразумие Инициатива Поведение в коллективе Взгляды <i>Покупатели:</i> Поведение Уровень вовлечения Контакт между покупателями		Физические признаки Окружающая среда Внутренняя обстановка Цвет Уровень создаваемого шума Удобство товара Разбиение	Процесс Политика Процедуры Автоматизация Покупательная способность Покупательская направленность Активность

Рисунок 6. Элементы комплекса маркетинга в сфере услуг по Бумсу и Битнер

Котлер Ф. хотя и не специализируется именно в сфере маркетинга услуг, однако, уделяя этой сфере некоторое внимание в рамках традиционного маркетинга, предлагает свою модель маркетинга услуг (рис. 7).



Рисунок 7. Треугольная модель маркетинга услуг Котлера Ф.

Основой модели Ф. Котлера являются три взаимосвязанные единицы: руководство фирмы, контактный персонал, потребители. Следовательно, модель построена на ключевых компонентах системы маркетинга услуг и отражает взаимосвязи, возникающие между ними: «фирма – потребитель» (фирма как единица, которая разрабатывает услуги и формирует ассортимент услуг); «фирма – персонал» (персонал как единица, которая непосредственно предоставляет, т.е. реализует услуги) и «персонал – потребитель» (где обе единицы выступают как участники процесса взаимодействия в ходе купли-продажи услуг).

В рамках этих взаимосвязей Котлер Ф. выделяет три вида маркетинга, который используется в данной сфере: традиционный маркетинг, который основан на комплексе маркетинга 4 «Р»; интерактивный маркетинг, который основан на системе взаимодействия; внутренний маркетинг, который основан на мотивации персонала.

Тем не менее, модель маркетинга услуг Котлера Ф. является достаточно абстрактной, так как указывает что делать, но не отражает как делать. Кроме того, опять, как и в большинстве рассмотренных ранее моделей, не отражена система обеспечения и оценки качества услуг, которая возникает в данной системе.

Менее распространена модель маркетинга услуг Гаджинского А. (рис. 8). Модель достаточно проста по своему схематическому выражению и представлена пошагово. Особенностью данной модели является её первоочередная ориентация на обеспечение качества услуг и их адекватности сегментам рынка.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ...

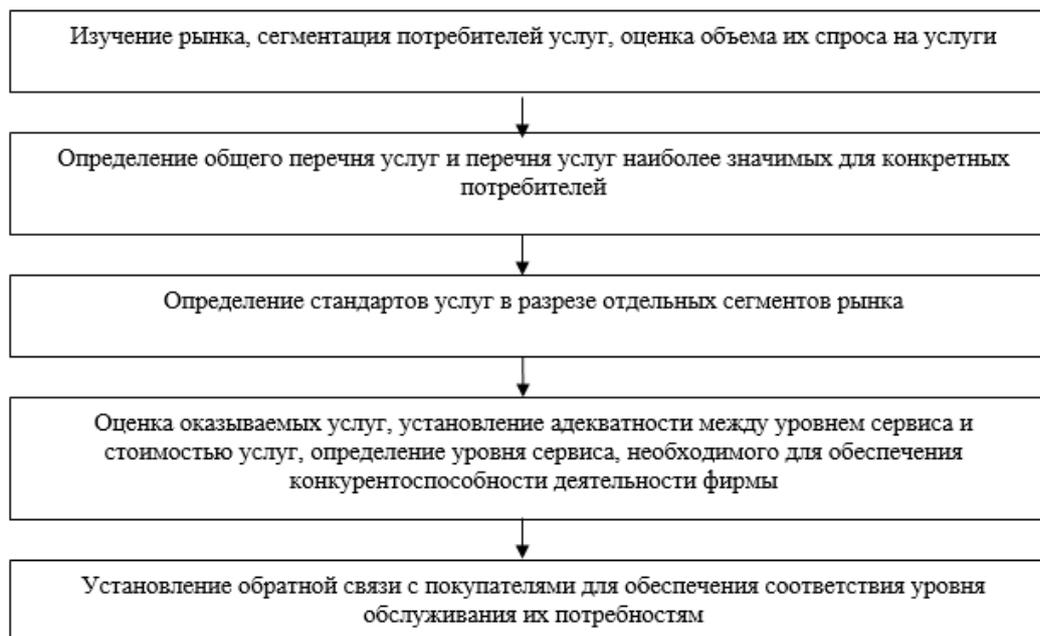


Рисунок 8. Модель маркетинга услуг Гаджинского А.

Преимуществом модели Гаджинского А. является определение действий в области обеспечения качества услуг и его последующей оценки. Тем не менее, модель не отражает процесса взаимодействия персонала и потребителей в сфере купли-продажи услуг. Иначе говоря, данная модель в большей степени представляет собой не столько модель маркетинга услуг, сколько модель обеспечения качества услуг, чем и затруднено её использование как основы для разработки именно системы маркетинга услуг. В данном случае имеет смысл её использовать как составляющую, способную отразить этап формирования и оценки качества в более расширенной модели маркетинга услуг, а не как обособленную модель маркетинга услуг.

Модель маркетинга услуг, предложенная Хаксевером К., Рендером Б., Расселом Р., Мердиком Р. представляет собой сервисную организацию как систему (рис.9).

Предложенная система маркетинга услуг (рис. 9) позволяет управлять коммуникациями с покупателями, включая рекламу, продажи, продвижение, распределение и исследование рынка. Авторы модели определяют, что в данной модели персонал универсален, т.е. может выступать и как продавцами услуг, и в качестве маркетологов. Наиболее важной областью их взаимодействия с потребителем является дизайн самой услуги и система её доставки.

Согласно данной модели данные относительно потребностей и требований клиентов собираются, а затем предоставляются в эксплуатационную часть. Это и является основным вкладом в процесс дизайна. При этом авторы определяют, что основная цель дизайнерского процесса состоит в том, чтобы определить, какие выгоды необходимо предоставить клиенту. Безусловно, модель отражает сущность

маркетинга услуг, однако основным её недостатком является абстрагирование от оценки качества услуг, что соответственно, предопределяет отсутствие критериев качества услуги. Кроме того, в модели не выражен четко процесс взаимодействия между персоналом и потребителем, а предполагается, что сам процесс взаимодействия является частью системы доставки. «В этой части покупатель взаимодействует с работниками сервисной организации и вступает в контакт со средствами обслуживания и технологическими процессами» [8].

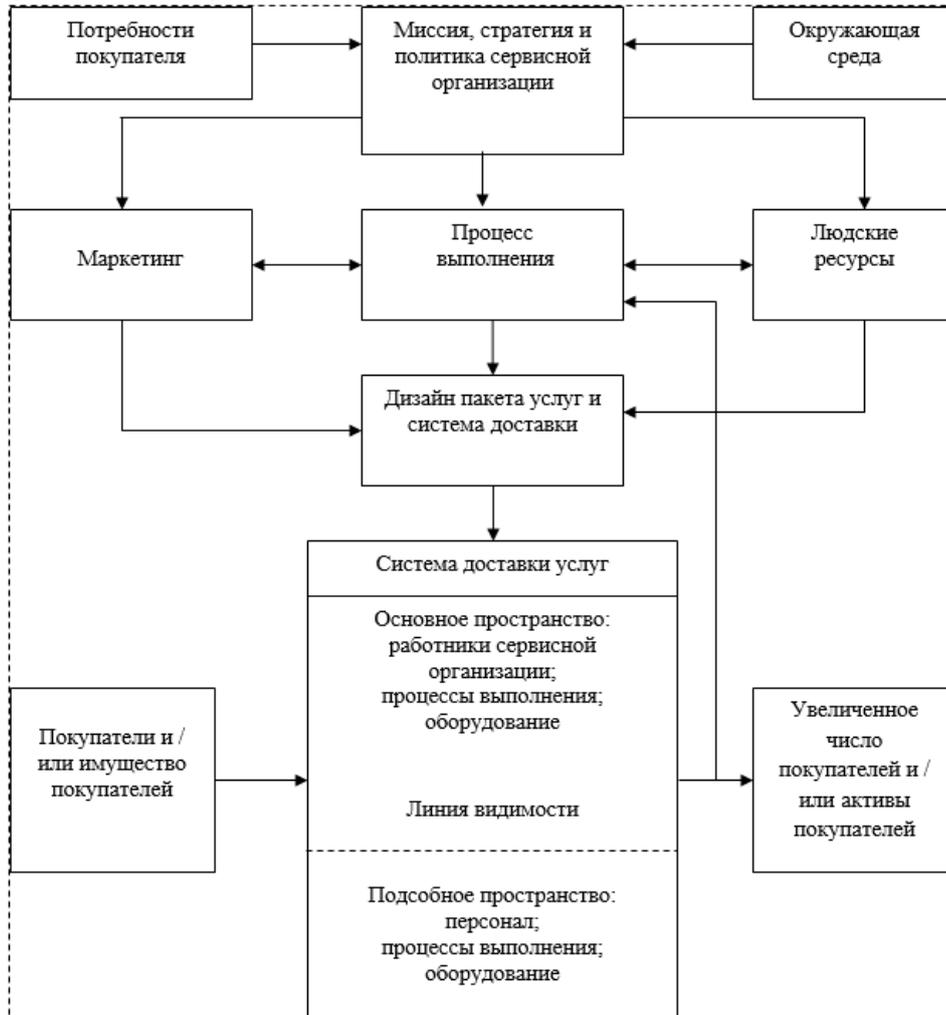


Рисунок 9. Модель маркетинга услуг Хаксевера К., Рендера Б., Рассела Р., Мердика Р. [9]

Проведя анализ существующих моделей маркетинга услуг, следует отметить, что практически все они в той или иной степени обладают рядом недостатков:

практически во всех моделях, за исключением модели Гренрооса К. и Гаджинского А., отсутствует элемент формирования и оценки качества услуг;

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ...

ряд моделей не отражает основы маркетинга услуг – процесса взаимодействия; некоторые модели являются достаточно абстрактными, что затрудняет их практическое использование;

практически все модели, за исключением моделей К.Гренрооса и Ф.Котлера, не отражают взаимосвязи двух направлений маркетинга: маркетинга услуг и маркетинга взаимодействия.

Основываясь на предварительном анализе существующих моделей, с учетом того, что происходит интеграция маркетинга услуг и маркетинга взаимодействия, а также учитывая тот факт, что для продажи и продвижения услуг основой является их качество, то можно предложить модель маркетинга услуг, которая будет учитывать современные направления трансформации маркетинга услуг и как науки, и как прикладной системы (рис.10).

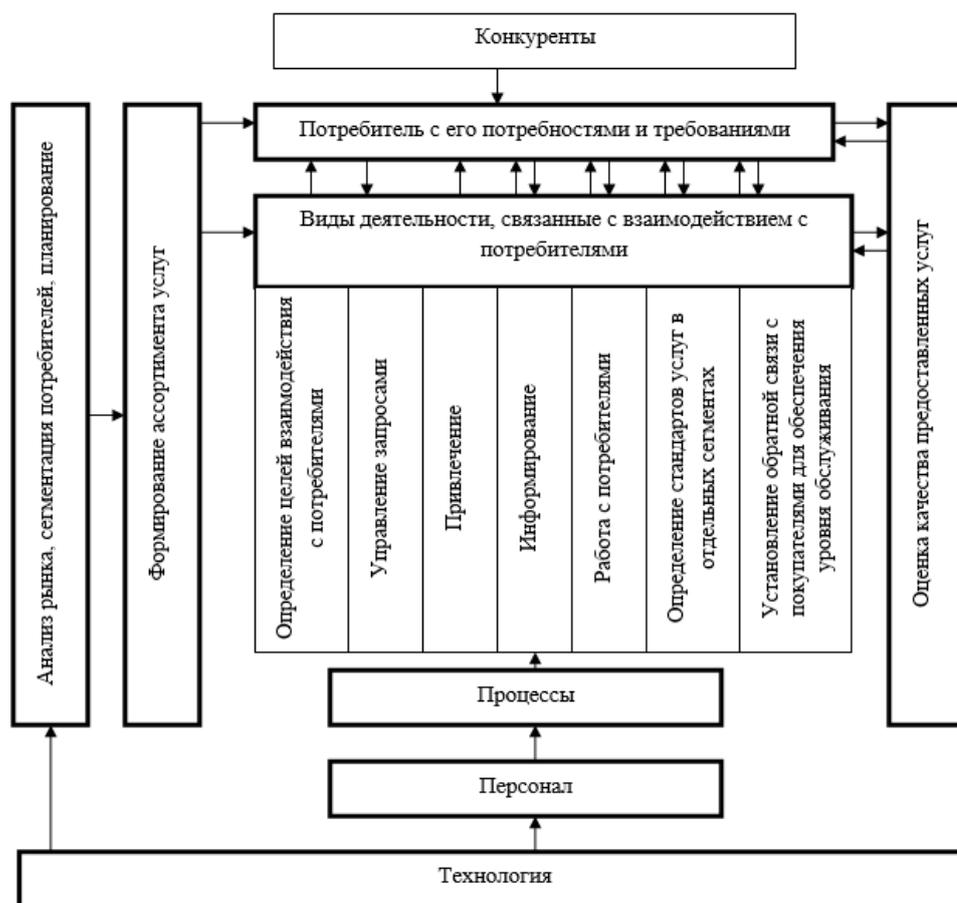


Рисунок 10. Модель маркетинга услуг на основе системы взаимодействия с потребителями

Источник: составлено автором

В предложенной модели отражено, что требуется для реализации данного подхода, в котором задействованы все структуры предприятия. Рассмотрим основные элементы представленной модели.

Процесс анализа рынка, сегментации потребителей и планирования начинается с определения поведенческих аспектов как сегментов потребителей в целом, так и отдельных потребителей. После реализации процесса анализа и сегментирования, можно планировать привлечение потребителей, их удержание и повышение эффективности работы предприятия на рынке.

Формирование ассортимента способствует созданию соответствующего предложения для каждого сегмента потребителей и разработке маркетинговых мероприятий на основе требуемой потребителями ценности. Ассортимент услуг, после его формирования, должен быть доведен как до потребителей, так и до персонала, который будет заниматься его реализацией.

Сформированные планы и установленные цели определяют виды деятельности в течение всего времени взаимодействия предприятия с потребителями. Однако, следует отметить, что система взаимодействия не является статичной, а изменяется по мере её развития. Следовательно, система взаимодействия будет изменяться в зависимости от вида услуги и маркетинговой стратегии.

Что касается персонала, процессов и технологий, то все эти элементы взаимосвязаны в рамках общей системы обеспечения качества и требуют как постоянного совершенствования, так и последовательных изменений. В данном случае все действия обеспечиваются адекватными технологиями сбора, классификации и результативной обработкой данных, при помощи которых описываются все процессы.

Потребитель с его требованиями и потребностями формируется как под влиянием приобретения услуг предприятия, так и под влиянием конкурентов. Следовательно, необходимо оценивать восприятие потребителями реализуемых услуг предприятия и поведенческие мотивы.

ВЫВОДЫ

Оценка качества предоставленных услуг позволяет сформировать систему мониторинга качества и своевременно реагировать на требования потребителей к качеству предоставляемых услуг. При этом необходимо сосредоточиться на получении как качественных, так и количественных данных. Для этого следует разработать систему показателей и критериев, позволяющих оценить с одной стороны, качество услуг, а с другой стороны, управлять услугами на основе этих критериев и показателей.

Наличие системы критериев и показателей позволяет корректировать планы и будущие виды деятельности предприятия, что в результате создает замкнутый контур совершенствования процесса взаимодействия

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ПОСТРОЕНИЮ МОДЕЛИ...

Список литературы

1. Новаторов Э.В. Международные модели маркетинга услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. - №3. – С. 91-97.
2. Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг: Учеб.пособие. – М.: Экспертное бюро, 2001. – 160 с.
3. Gronroos C. Strategic Management and Marketing in the Service Sector. – Cambridge, MA: Marketing Science Institute, 1983.
4. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия. Учебник для вузов. – М.: Инфра- М, 1999. – 804с.
5. Новаторов Э. В Маркетинг услуг: теория и технология: Монография. — СПб.: ИП Петров Д. А., 2015. — 200 с.
6. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 208 с.: ил.
7. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж., Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. - 2-е европ. изд. - К., М., СПб.: Изд. дом «Вильямс», 1998. - 1056 с.
8. Гаджинский А.М. Основы логистики: Учебное пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1995. – 304 с.
9. Хаксевер К., Рендер Б., Рассел Р., Мердик Р. Управление и организация в сфере услуг, 2-е изд. / Пер. с англ. Под ред. В.В.Кулибановой. – СПб.: Питер, 2022. – 752 с.: ил.

Статья поступила в редакцию 25.12.2023

SUMMARIES

THE ROLE OF CENTERS OF PROTOTYPING AND COLLECTIVE USE IN IMPORT SUBSTITUTION OF ACCESSORIES IN SPHERES OF AUTOMOBILE AND AVIATION INDUSTRIES IN RUSSIA

Vanyushkin A. S., Nikitina M. G., Druzin R. V., Mirankov D. B.

Increasing sanctions against Russia demands activation of a policy of import substitution in strategic sectors of economy, as well as automobile and aviation industries, where the problem of low quality of local accessories is actual. Notwithstanding execution of import substitution programs in industrial sphere in Russia since 2014, their results are small: according to the data of the Government, share of import of industrial goods in Russia have been reduced from 49% in 2014 till 40% in 2020. This is caused by lack of competitiveness of the majority of types of industrial goods of Russia and conservation of technological gap among Russian producers and foreign competitors. As the world experience shows, the lack of competitiveness due to reducing desire to compete on the side of national producers and increasing technological gap, as a consequence, is the main risk of import substitution policy. These problems can be solved by means of establishing sectoral centers of prototyping and collective use. But neither in thematic scientific publications, nor in programs of Russian Government in this sphere, such relation hasn't been reflected. The aim of the research is grounding the role of centers of prototyping and collective use in import substitution of accessories in sphere of automobile and aviation industries in Russia. It has been discovered, that besides solving the above mentioned problems of import substitution, the role of centers of prototyping and collective use also is related with the ability to neutralize influence of the scale effect in spheres of automobile and aviation industries in Russia by means of implementing additive technologies, as well as the concept of agile manufacturing. The review of sources has revealed the necessity of unification of approaches to establishing centers of prototyping and collective use. In this purposes, the authors have elaborated the typical structure of such centers for spheres of automobile and aviation industries. Its scientific novelty consists in taking into account the paradigm of agile manufacturing and customizing, in contrast with analogues from other spheres in publications and in practice. The original materials are the data about the order of processes and operations, the types of services of centers of prototyping and collective use in Russia. In the result of the research, the substantial financial effect from establishing a net of centers of prototyping and collective use in spheres of automobile and aviation industries in Russia is grounded. The original materials for evaluation of the effect are the data about the volume and dynamics of markets of additive technologies, automobile and aviation accessories, engineering services in Russia, as well as financial parameters of the projects of such centers. The results of this research can be implemented for correction and improving the sectoral strategies of import substitution in Russia. They would help to eliminate the above mentioned risk of import substitution policy in form of lack of competitiveness of national producers and increasing technological gap.

Keywords: import substitution, risks, automobile and aviation industries, centers of prototyping and collective use, engineering, "Industry 4.0" additive technologies, typical structure, economic effect.

MIGRATION COMPONENT OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS OF RUSSIA

Vasiliev E. I.

This article is aimed at studying the impact of external labor migration on the socio-economic development of the country. Based on analytical indicators of the dynamics of migration flows, an assessment of external migration growth and its impact on the economy of Russia and its individual regions is provided. Particular attention is paid to the migration of highly qualified personnel as the main qualitative parameter of the international migration flow.

Keywords: labor migration, migration growth, highly qualified labor force, socio-economic development, regional development.

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF ECONOMIC SOCIALIZATION PROCESSES

Gafarova K. E.

The article is devoted to a comprehensive study of the theoretical and practical aspects of the implementation of socialization processes in the context of economic globalization. The economic nature is revealed and the content of the processes of socialization of the economy is determined. The processes of socialization of the economy are studied in the context of their main constituent elements, levels, driving forces and implementation mechanism.

Keywords: social services, social sphere, socialization of the economy, socialization processes, socialization of the global economy, social standards.

INFLUENCE OF GLOBALIZATION PROCESSES ON THE TRANSFORMATION OF SMART CITIES

Gorda A. S., Gorda O. S.

The article examines the interaction of globalization processes and transformations at the municipal (local) level with a special emphasis on the impact of the development of smart cities. The problem of ensuring the digital readiness of municipalities has been updated, since the development of smart cities requires a high level of digital infrastructure, competent personnel and the readiness of residents to use digital technologies. It has been found that the transformations taking place as a result of the information revolution and multi-layered political changes at the global level signal the need for new approaches to politics.

The study showed that a new urban hierarchy is being formed under the conditions of globalization, which accelerates the growth of those cities that concentrate new functions. The analysis showed that digital technologies can play a key role in solving problems

because they generate significant amounts of information. Digitization leads to new challenges, such as uneven distribution of digital goods, polarization of the labor market, cyber security issues, etc.

Smart cities are becoming not just an isolated phenomenon, but an integral part of the global transition to a digital economy. In the near future, a significant part of the population will live in smart cities. Demand for such cities is driven by variable demographics, overall demand for public services, the growing size and complexity of urban infrastructure, increased mobility, and the rapid spread of information and communications technologies.

It was concluded that the development of digital technologies is happening so rapidly that scientists have not yet managed to fully understand the possibilities and limitations of their application and develop the concept of a "smart" city as a humanistic project for the comprehensive and safe development of mankind. It is emphasized that the implementation of "smart" solutions in the policy of modern cities is a major public socio-political project, smart cities can solve the challenges associated with the increase in population density and the constant impact on housing and transport infrastructure, waste management, water quality and energy networks in general, further and comprehensive digitalization of the economy will only increase the number of smart cities. As a result, in order to achieve all the goals of a smart city, it is necessary to actively develop ICT without "lagging behind" other factors of urban infrastructure development.

Keywords: globalization, smart city, digitalization, transformation, development, technologies, innovations.

CRIMEAN MARKET OF MEAT OF SLAUGHTERED ANIMALS AND POULTRY: CURRENT STATUS, DEVELOPMENT FORECAST

Gutnikova O. N.

The article conducts a study of the current state of the Crimean market for slaughtered meat and poultry meat, systematizes official statistics, presents the dynamics of their changes, and calculates the growth rate of key indicators. Based on calculation and statistical research methods, an assessment of the resource potential of the Republic of Crimea is given from the position of supplying demand with its own raw material base, as well as the state of the livestock complex. Data on the import and export of meat in the region were compared, their ratios were calculated, and the level of supply of domestic demand was determined. The graphic material displays changes in the main indicators characterizing the situation in the commodity market for slaughtered meat and poultry meat, and constructs trend forecast models for the future period. The factors influencing the development of the Crimean market for slaughtered meat and poultry meat are identified, and the problems hindering the growth of production and sales are highlighted. The relationship between individual indicators characterizing the regional market for slaughtered meat and poultry meat was determined using the pair correlation method. Suggestions were made to eliminate existing problems.

Keywords: commodity market, meat of slaughtered animals, poultry meat, livestock, sales.

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE FORMATION AND IMPLEMENTATION OF A TERRITORY BRAND

Dobrovolskaya O. P., Fedchenko S. S.

In modern conditions, effective management of regional development requires the use of innovative approaches involving technology and marketing tools. One of such tools for ensuring effective management of regional development can be territory branding, aimed at increasing its competitiveness and socio-economic growth.

Keywords: branding, regional development, territory brand, marketing technologies, image, management.

ANALYZING THE FEATURES OF ADMINISTRATIVE AND LEGAL REGULATION OF THE HOSPITALITY INDUSTRY IN THE NEW TERRITORIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

Konishchev A. N., Zhukova V. F.

The article analyzes the features of administrative and legal regulation of the hospitality industry in the new territories of Russia: Donetsk and Lugansk People's Republics, Zaporozhye and Kherson regions. With the enormous tourism potential of the Russian Federation, in new regions this industry is at the initial stage of development. The low concentration of tourist flows is due primarily to the war crimes of the Kyiv regime, as well as undeveloped infrastructure, partially in need of restoration due to shelling, a shortage of personnel and a lack of motivational mechanisms for investing in this area. In the new territories, no analysis has been carried out of how effectively the authorized bodies use the current legislation, especially in the context of external sanctions and Ukrainian aggression.

It is shown that the development of tourism is closely related to the development of regional economic sectors and contributes to an increase in revenues to the budget of the Russian Federation. Tourist infrastructure occupies a priority place in the economic system and represents an element of a complex intersectoral socio-economic structure.

It is shown that it is necessary to focus on the development of regional legislative acts that take into account the characteristics of tourism in new territories. Deep state participation represented by authorized bodies in the development of this industry will ensure the formation of an organized system in tourism, streamlining relations between entities, and protecting state and public interests. Updating the regional element in the management of the hospitality industry will provide the opportunity to fully take into account its territorial specifics, and thus increase the efficiency of administrative and legal regulation.

An analysis of factors contributing to the development of the hospitality industry in new territories was carried out. The risks limiting the development of both external and internal tourism industries have been studied. Economic pressure on the Russian Federation from Europe and the United States is one of the risks complicating the development of the hospitality industry. Sanctions have limited the development and expansion of air travel both within Russia and abroad, which has led to a decrease in the number of tourists. It is shown that the prospects for the development of this industry in connection with the reunification of territories with the Russian Federation significantly cover the risks.

It has been determined that the most important prospect is the coastal area of the Azov Sea. In addition to the development of direct tourism infrastructure in holiday destinations, there is a need to improve the infrastructure for delivering tourists to holiday destinations. Firstly, it is necessary to develop a federal network of roads, railways, and air services in the regions associated with the delivery of tourists to vacation spots. Secondly, it is necessary to develop service infrastructure that will indirectly attract tourists, namely the restaurant business with an emphasis on regional specialties.

It is concluded that the development of the hospitality sector requires coordinated work of government authorities and assistance at the legislative level for the purpose of regulatory support and regulation of the development of priority areas. Effective solutions have been proposed for the development of tourism in the Donetsk and Lugansk People's Republics, Zaporozhye and Kherson regions, taking into account their potential, the specifics of the infrastructure, and the strengths and weaknesses of the new territories. Proposals have been developed for the development of the hospitality industry in the regions, taking into account the potential.

Keywords: hospitality industry, tourism, legislation, administrative and legal regulation, new territories.

ABOUT THE TRANSFORMATION OF THE MARKET FOR VALUATION SERVICES IN THE RUSSIAN FEDERATION

Kulakov K. Yu., Druzin R. V.

The article discusses the problems of the appraisal services market in Russia for 2020-2022, taking into account pandemic and sanctions restrictions. The general ones are identified (in particular, a decrease in the cost of services, a drop in demand in a number of valuation segments, especially due to the moratorium on bankruptcy, the low quality of state cadastral valuation, lack of systemic regulation, the need to retake qualification exams, replacement of appraisers with electronic services in the banking sector, limitation of the judicial market examinations) and regional (decrease in the value of real estate and demand for its assessment, lack of specialists, excessive concentration of business) problems of the appraisal industry. Based on the results of a survey of appraisers in 2021, the structure of their expenses was analyzed (taxes and fees predominate - 25%, payroll - 22%, software and teaching materials - 15%, rent - 13%) and the main problems of the appraisal business were identified: sharp reduction in demand, almost complete cessation of appraisal

activities, dumping, taxation of appraisers - individual entrepreneurs. Significant changes occurred in 2022: the departure of foreign counterparties, restrictions on the activities of companies with foreign participation, restrictions on the use of the SWIFT system and international payment systems, freezing of foreign assets, restriction of access to a number of electronic services and sites; the freezing of the real estate market, the introduction of new sanctions, the restriction of air traffic in the south of Russia. Ways to transform the appraisal business are proposed, including: diversification of services, digitalization, remote work, reduction of office space. The development of the appraisal business in new regions of Russia seems promising after the end of the SMO and stabilization of the market.

Keywords: problems of appraisal activities, moratorium on bankruptcy, costs of appraisers, ways of transforming the appraisal market, diversification of services.

ABOUT THE PREREQUISITES AND DEFINITIONS OF THE CONCEPT OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Maslivets A. M.

The article examines the prerequisites for entrepreneurial activity and determines that activity is determined by a number of factors, including investment and innovation. Based on a systemic analysis of the interpretation of entrepreneurship and entrepreneurial activity, the author's interpretation of the principles of entrepreneurial activity is proposed.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurial activity, investment activity, innovative activity.

MECHANISMS FOR USING PROJECT FINANCE IN TELECOMMUNICATION COMPANIES

Sobolev D. M.

The article discusses the mechanisms for using such a financial instrument as project financing using the example of telecommunications companies. The features of the mechanism in relation to telecommunications companies are studied, world and domestic experience of use, and state regulation of project financing are generalized.

Keywords: project financing, project financing factory, telecommunications companies, investment deduction.

CONCEPTUAL APPROACH TO BUILDING A SERVICE MARKETING MODEL IN THE MARKET OF COMPLEX TECHNICAL GOODS

Tkachenko A. A.

The article examines in detail existing service marketing models, identifies their advantages, disadvantages and the adequacy of their testing to modern requirements and

conditions of economic relations. A service marketing model is proposed that will take into account modern trends in the transformation of services marketing both as a science and as an applied system. The proposed service marketing model also takes into account elements of the formation and assessment of the quality of services in the market of complex technical goods.

Keywords: marketing of services, services, complex technical goods, market, consumer, seller, model, service sector, service, interaction process, consumption process, competitiveness.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ванюшкин А. С., доктор технических наук, профессор кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Васильев Е. И., аспирант кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Гафарова К. Э., кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Горда А. С., кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Горда О. С., кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Гутникова О. Н., кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, торгового и таможенного ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Добровольская О. П., кандидат географических наук, доцент кафедры государственного и муниципального управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Друзин Р. В., кандидат экономических наук, доцент кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Жукова В. Ф., кандидат сельскохозяйственных наук, доцент кафедры пищевых технологий и сферы услуг ФГБОУ ВО «Мелитопольский государственный университет»

Конищев А. Н., начальник отдела судебно-претензионной работы военно-гражданской администрации г. Мелитополя

Кулаков К. Ю., доктор экономических наук, профессор кафедры организации строительства и управления недвижимостью НИУ «Московский государственный строительный университет»

Масливец А. М., аспирант кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Мираньков Д. Б., старший преподаватель кафедры мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Никитина М. Г., доктор экономических наук, доктор географических наук, профессор, зав. кафедрой мировой экономики ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

Соболев Д. М., аспирант Института экономики и управления, ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Ткаченко А. А., кандидат экономических наук, доцент кафедры товароведения ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

Федченко С. С., ассистент кафедры государственного и муниципального управления ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского»

СОДЕРЖАНИЕ

Ванюшкин А. С., Никитина М. Г., Друзин Р. В., Мираньков Д. Б.

Роль центров прототипирования и коллективного пользования в импортозамещении комплектующих в сфере автопрома и авиапрома в России 3

Васильев Е. И.

Миграционный компонент социально-экономического развития регионов России 15

Гафарова К. Э.

Теоретические и практические аспекты процессов социализация экономики ... 25

Горда А. С., Горда О. С.

Влияние глобализационных процессов на трансформацию смарт-городов 32

Гутникова О. Н.

Крымский рынок мяса убойных животных и птицы: текущее состояние, прогноз развития 41

Добровольская О. П., Федченко С. С.

Теоретико-методические подходы к формированию и реализации бренда территории 51

Конищев А. Н., Жукова В. Ф.

Анализ особенностей административно-правового регулирования индустрии гостеприимства на новых территориях РФ 61

Кулаков К. Ю., Друзин Р. В.

О трансформации рынка оценочных услуг в РФ 69

Масливец А. М.

О предпосылках и дефинициях понятия предпринимательской активности 76

Соболев Д. М.

Механизмы использования проектного финансирования в телекоммуникационных компаниях 82

Ткаченко А. А.

Концептуальный подход к построению модели маркетинга услуг на рынке сложно-технических товаров 92

Summaries 104

Сведения об авторах 111

Содержание 113

Contents 114

CONTENTS

<i>Vanyushkin A. S., Nikitina M. G., Druzin R. V., Mirankov D. B.</i> The role of centers of prototyping and collective use in import substitution of accessories in spheres of automobile and aviation industries in Russia	3
<i>Vasiliev E. I.</i> Migration component of socio-economic development of regions of Russia.....	15
<i>Gafarova K. E.</i> Theoretical and practical aspects of economic socialization processes	25
<i>Gorda A. S., Gorda O. S.</i> Influence of globalization processes on the transformation of smart cities	32
<i>Gutnikova O. N.</i> Crimean market of meat of slaughtered animals and poultry: current status, development forecast.....	41
<i>Dobrovolskaya O. P., Fedchenko S. S.</i> Theoretical and methodological approaches to the formation and implementation of a territory brand	51
<i>Konishchev A. N., Zhukova V. F.</i> Analyzing the features of administrative and legal regulation of the hospitality industry in the new territories of the Russian Federation	61
<i>Kulakov K. Yu., Druzin R. V.</i> About the transformation of the market for valuation services in the Russian Federation	69
<i>Maslivets A. M.</i> About the prerequisites and definitions of the concept of entrepreneurial activity	76
<i>Sobolev D. M.</i> Mechanisms for using project finance in telecommunication companies	82
<i>Tkachenko A. A.</i> Conceptual approach to building a service marketing model in the market of complex technical goods	92
Summaries	104
Authors Data	111
Contents	114