

ISSN 1993-0453

ВЕСТНИК

САМАРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

№ 8 (226) / 2023

ЭКОНОМИКА



12+

VESTNIK OF SAMARA STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

ISSN 1993-0453

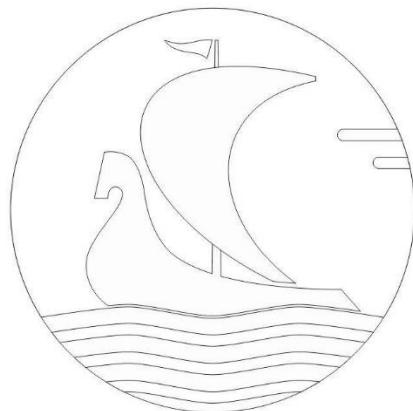
ВЕСТНИК

САМАРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

№ 8 (226) / 2023

ЭКОНОМИКА



12+

VESTNIK OF SAMARA STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

Учредитель
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Издается с 1999 г. Выходит 12 раз в год.
Подписной индекс **15423**

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-51968, выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Журнал включен:

- ◆ в Перечень ВАК Минобрнауки России ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук
- ◆ Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)

Адрес редакции: 443090, г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141.
Телефон: (846) 933-88-77.
E-mail: vestnik_sgeu@mail.ru

© ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет», 2023

Founder

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education
«Samara State University of Economics»

Published since 1999, monthly edition
Index of subscription **15423**

The certificate of mass media registration PI № FS77-51968
issued by Federal Service of Supervision of communication, information technology,
and mass media (Roskomnadzor)

The journal is included:

- ◆ *in the list of the Higher Accreditation Committee of the Ministry of Education and Science of Russia of the leading scientific journals and publications issued in the Russian Federation, where the main scientific results of the scientific theses for the degrees of Doctor and Candidate of Science can be found*
- ◆ *Russian Science Citation Index (PSCI)*

Editorial office: ulitsa Sovetskoi Armii, 141, 443090, Samara.
Telephone: (846) 933-88-77.
E-mail: vestnik_sgeu@mail.ru

© Samara State University of Economics, 2023

Редакционная коллегия:

Ашмарина Светлана Игоревна – главный редактор, ректор Самарского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор

Гусева Мария Сергеевна – заместитель главного редактора, проректор по научной работе и инновационному развитию СГЭУ, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Региональная экономика и управление» СГЭУ

Андронова Ирина Владимировна – доктор политических наук, кандидат исторических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева

Булавко Ольга Александровна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика, организация и стратегия развития предприятия» СГЭУ

Васин Сергей Михайлович – доктор экономических наук, профессор, Пензенский государственный университет, кафедра «Экономическая теория и международные отношения»

Гамидуллаева Лейла Айваровна – доктор экономических наук, доцент, Пензенский государственный университет, факультет экономики и управления

Ермолаев Константин Николаевич – доктор экономических наук, доцент, декан заочного факультета, профессор кафедры «Экономическая теория» СГЭУ
Жабин Александр Петрович – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Менеджмент» СГЭУ

Илюхина Лариса Алексеевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Управление персоналом» СГЭУ

Камиева Алмагуль Акбулатовна – кандидат педагогических наук, первый проректор по цифровизации Казахстанского университета инновационных и телекоммуникационных систем

Кандрашина Елена Александровна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Прикладной менеджмент» СГЭУ

Климук Владимир Владимирович – кандидат экономических наук, доцент, первый проректор Барановичского государственного университета

Князева Елена Геннадьевна – доктор экономических наук, профессор, Уральский государственный экономический университет, институт экономики и финансов, кафедра финансов, денежного обращения и кредита

Ковалева Татьяна Михайловна – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Финансы и кредит» СГЭУ

Коновалова Мария Евгеньевна – доктор экономических наук, профессор, директор института национальной и мировой экономики, зав. кафедрой «Экономическая теория» СГЭУ

Корнеева Татьяна Анатольевна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Учет, анализ и экономическая безопасность» СГЭУ

Королева Елена Николаевна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Региональная экономика и управление» СГЭУ

Маняева Вера Александровна – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Учет, анализ и экономическая безопасность» СГЭУ

Мартышкин Сергей Алексеевич – доктор экономических наук, кандидат исторических наук, профессор, зав. кафедрой государственного и муниципального управления Самарского национального исследовательского университета имени академика С.П. Королева

Милькина Ирина Владимировна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления Государственного университета управления

Мирзоев Натиг Сархад оглы – PhD в области экономических наук, доцент, Ленкоранский государственный университет

Миролюбова Татьяна Васильевна – доктор экономических наук, профессор, Пермский государственный национальный исследовательский университет, экономический факультет

Носков Владимир Анатольевич – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Мировая экономика» СГЭУ

Перепёлкин Вячеслав Александрович – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Мировая экономика» СГЭУ

Пискунов Владимир Александрович – проректор по учебной и воспитательной работе СГЭУ, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Учет, анализ и экономическая безопасность» СГЭУ

Симонова Марина Викторовна – доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой «Управление персоналом» СГЭУ

Степанова Татьяна Евгеньевна – доктор экономических наук, профессор, Калининградский государственный технический университет, институт отраслевой экономики и управления

Толмачев Михаил Николаевич – доктор экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, факультет налогов, аудита и бизнес-анализа

Троянская Мария Александровна – доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой государственного и муниципального управления Оренбургского государственного университета

Тяглов Сергей Гаврилович – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Экономика региона, отраслей и предприятий» Ростовского государственного экономического университета

Хмелева Галина Анатольевна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Мировая экономика» СГЭУ

Чистик Ольга Филипповна – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Статистика и эконометрика» СГЭУ

Яковлев Геннадий Иванович – доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Экономика, организация и стратегия развития предприятия» СГЭУ

Editorial Staff:

Svetlana I. Ashmarina – Chief Editor, Rector of SSUE, Dr. of Economics, Prof.

Maria S. Guseva – Deputy Chief Editor, Vice-chancellor of Scientific Work and Innovation Development of SSUE, Ph.D of Economics, Associate Prof., Associate Prof. of Regional Economics and Management Department, SSUE

Irina V. Andronova – Dr. of Politics Sciences, Ph.D in History, Prof. of Department of State and Municipal Administration, Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev

Olga A. Bulavko – Dr. of Economics, Prof., Prof. of Economy, Organization and Enterprise Development Strategy Department, SSUE

Sergey M. Vasin – Dr. of Economics, Prof., Penza State University, Department of Economic Theory and International Relations

Leyla A. Gamidullaeva – Dr. of Economics, Associate Prof., Penza State University, Faculty of Economics and Management

Konstantin N. Ermolaev – Dr. of Economics, Associate Prof., Dean of the Correspondence Faculty, Prof. of Economic Theory Department, SSUE

Aleksander P. Zhabin – Dr. of Economics, Prof., Head of Management Department, SSUE

Larisa A. Ilyukhina – Ph.D of Economics, Associate Prof., Associate Prof. of Personnel Management Department, SSUE

Almagul A. Kamieva – Ph.D in Pedagogical Sciences, First Vice-Rector for Digitalization, Kazakhstan University of Innovation and Telecommunication Systems

Elena A. Kandrashina – Dr. of Economics, Prof., Prof. of Applied Management Department, SSUE

Vladimir V. Klimuk – Ph.D of Economics, Associate Prof., First Vice-Rector, Baranovichi State University

Elena G. Knyazeva – Dr. of Economics, Prof., Ural State University of Economics, Institute of Economics and Finance, Department of Finance, Money Circulation and Credit

Tatyana M. Kovaleva – Dr. of Economics, Prof., Head of Finance and Credit Department, SSUE

Maria Eu. Konovalova – Dr. of Economics, Prof., Director of the National and World Economics Institute, Head of Economic Theory Department, SSUE

Tatyana A. Korneeva – Dr. of Economics, Prof., Prof. of Accounting, Analysis and Economic Security Department, SSUE

Elena N. Koroleva – Dr. of Economics, Prof., Prof. of Regional Economics and Management Department, SSUE

Vera A. Manyaeva – Dr. of Economics, Associate Prof., Prof. of Accounting, Analysis and Economic Security Department, SSUE

Sergey A. Martyshkin – Dr. of Economics, Ph.D in History, Prof., Head of Department of State and Municipal Administration, Samara National Research University named after Academician S.P. Korolev

Irina V. Milkina – Ph.D of Economics, Associate Prof., Associate Prof. of Department of State and Municipal Administration, State University of Management

Natig S. Mirzoev – PhD in Economic Sciences, Associate Prof., Lankaran State University

Tatyana V. Mirolyubova – Dr. of Economics, Prof., Perm State National Research University, Faculty of Economics

Vladimir A. Noskov – Dr. of Economics, Prof., Prof. of World Economy Department, SSUE

Vyacheslav A. Perepelkin – Dr. of Economics, Prof., Prof. of World Economy Department, SSUE

Vladimir A. Piskunov – Vice-chancellor of Academic and Educational Work of SSUE, Dr. of Economics, Prof., Head of Accounting, Analysis and Economic Security Department, SSUE

Marina V. Simonova – Dr. of Economics, Associate Prof., Head of Personnel Management Department, SSUE

Tatyana E. Stepanova – Dr. of Economics, Prof., Kaliningrad State Technical University, Institute of Branch Economics and Management

Mikhail N. Tolmachev – Dr. of Economics, Associate Prof., Financial University under the Government of the Russian Federation, Faculty of Taxes, Audit and Business Analysis

Maria A. Troyanskaya – Dr. of Economics, Associate Prof., Head of Department of State and Municipal Administration, Orenburg State University

Sergej G. Tyaglov – Dr. of Economics, Prof., Prof. of Economics of the Region, Industries and Enterprises Department, Rostov State University of Economics

Galina A. Khmeleva – Dr. of Economics, Prof., Prof. of World Economy Department, SSUE

Olga Ph. Chistik – Dr. of Economics, Prof., Prof. of Statistics and Econometrics Department, SSUE

Gennady I. Yakovlev – Dr. of Economics, Associate Prof., Prof. of Economy, Organization and Enterprise Development Strategy Department, SSUE

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Искосков М.О., Каргина Е.В.

Некоторые аспекты модели потребительского поведения 9

Константинова Е.В.

Эволюция научной мысли в сфере исследования экономического выбора человека: поведенческие факторы от homo economicus до экономики с человеческим лицом 17

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Сунь Лянъян, Матерова Е.С.

Эволюция сущности международного промышленного сотрудничества 26

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Зинченко С.В.

Разработка цифрового профиля туристов Пензенской области на основе геоаналитических данных платформы «ГеоЭффект» ПАО «МТС» 35

Макаров С.И., Болдырев М.А.

Математическое моделирование неисполнения финансовых требований кредиторов компаниями обрабатывающей промышленности 46

Угрюмова А.А., Гришаева О.Ю., Паутова Л.Е.

Индикаторы и показатели оценки конкурентоспособности мелиоративной отрасли АПК РФ 53

МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

Альбаева А.М.

Подходы к исследованию инноваций и инновационной инфраструктуры в развитии экономических систем 66

Белобородова А.Л., Мартынова О.В.

Исследование компетентностного профиля маркетолога 76

Дегтярев П.А.

Инструменты ESG-трансформации промышленных предприятий в условиях их перехода на принципы бережливого производства 87

CONTENTS

ECONOMIC THEORY

Iskoskov M.O., Kargina E.V.

Some aspects of the model of consumer behavior	9
<i>Konstantinova E.V.</i>	

The evolution of scientific thought in the field of human economic choice research: behavioral factors from homo economicus to an economy with a human face	17
---	----

WORLD ECONOMY

Sun Liangyang, Materova E.S.

The evolution of the essence of international industrial cooperation	26
--	----

REGIONAL AND SECTORAL ECONOMY

Zinchenko S.V.

Development of a digital profile of tourists in the Penza region based on geoanalytical data from the GeoEffect platform of MTS PJSC.....	35
---	----

Makarov S.I., Boldyrev M.A.

Mathematical modeling of non-fulfillment of creditors' financial claims by manufacturing companies	46
--	----

Ugryumova A.A., Grishaeva O.Yu., Pautova L.E.

Indicators for assessing the competitiveness potential of the reclamation industry of the agro-industrial complex of the Russian Federation.....	53
--	----

MANAGEMENT AND BUSINESS MANAGEMENT

Albaeva A.M.

Approaches to the study of innovations and innovation infrastructure in the development of economic systems	66
---	----

Beloborodova A.L., Martynova O.V.

Research of a marketer's competence profile	76
---	----

Degtyarev P.A.

Tools for ESG transformation of industrial enterprises in the conditions of their transition to the principles of lean production	87
---	----

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 9–16.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 9–16.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Научная статья

УДК 366.1:339.138

doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-9-16

Некоторые аспекты модели потребительского поведения

Максим Олегович Искосков¹, Елена Викторовна Каргина²

^{1,2} Тольяттинский государственный университет, Тольятти, Россия

Автор, ответственный за переписку: М.О. Искосков, maksim250881@mail.ru

Аннотация. В статье исследованы тенденции и проблемы осуществления потребительского выбора индивидов в условиях современной, постиндустриальной экономики. Сделаны выводы о том, что целесообразно использовать во взаимосвязи и взаимодополнении отдельные инструменты и методы, относящиеся к ординалистскому направлению неоклассической парадигмы, неоинституциональной и постнеоклассической школам экономической теории, при обосновании потребительского поведения.

Ключевые слова: потребительское поведение, индивидуум, ординалистская теория, выбор, маркетинг, цифровизация

Основные положения:

- ◆ в рамках ординалистской теории полезности благ процесс потребительского выбора рассматривается несколько более реалистично, нежели в парадигме кардиналистского направления неоклассической экономической теории;
- ◆ принципиальное значение в экономической науке имеет дифференциация видов потребительского выбора в зависимости от степени рациональности последнего;
- ◆ в условиях интенсивного развития современной постиндустриальной цифровой экономики значимую роль играет классификация видов потребительского выбора индивидов в зависимости от степени использования в процессе формирования и осуществления последнего потенциала цифровизации.

Для цитирования: Искосков М.О., Каргина Е.В. Некоторые аспекты модели потребительского поведения // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 9–16. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-9-16.

Original article

Some aspects of the model of consumer behavior

Maxim O. Iskoskov¹, Elena V. Kargina²

^{1,2} Togliatti State University, Togliatti, Russia

Corresponding author: M.O. Iskoskov, maksim250881@mail.ru

Abstract. The article investigates trends and problems in the implementation of the consumer choice of individuals in the contemporary post-industrial economy. At the same time, conclusions are drawn that it is advisable to use, in interconnection and complementarity, individual tools and methods related to the ordinalist direction of the neoclassical paradigm, neo-institutional and post-neoclassical schools of economic theory in substantiating consumer behavior.

Keywords: consumer behavior, individual, ordinal theory, choice, marketing, digitalization

Highlights:

- ◆ within the framework of the ordinalist theory of the utility of goods, the process of consumer choice is considered somewhat more realistically than in the paradigm of the cardinalist trend of the neoclassical economic theory;
- ◆ fundamental importance in economics is paid to the differentiation of types of consumer choice depending on its rationality degree;
- ◆ in the context of the intensive development of the modern post-industrial digital economy, the classification of types of consumer choice of individuals plays an important role, depending on the degree of use in the process of formation and implementation of the latest potential of digitalization.

For citation: Iskoskov M.O., Kargina E.V. Some aspects of the model of consumer behavior // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 9–16. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-9-16.

Введение

В микроэкономической теории используется понятие «модель потребительского поведения», которое представляет собой комплекс некоторых стереотипов действий покупателей, их устойчивой склонности к приобретению товаров и услуг определенного качества, в определенном ценовом диапазоне и т.п. Модель потребительского поведения индивида, соответственно, формируется исходя из типа его личности, накопленного опыта, финансового состояния, общих тенденций развития социума, в котором живет данный индивид, и ряда других факторов социально-психологического и экономического порядка.

В любом случае модель потребительского поведения представляет собой некоторый формируемый и реализуемый в течение длительного времени комплекс стереотипов в отношении покупок различных типов товаров,

работ, услуг. Потребительский выбор в соответствии с уточненным нами определением – это некоторый краткосрочный процесс, осуществление конкретной покупки материального блага, работы или сервиса.

Методы

Ключевыми методологическими подходами, позволяющими сформулировать основные выводы исследования, являются исторический, рационалистический, эмпирический. В качестве локальных методов научного исследования применялись анализ, синтез, индукция, дедукция, методы формальной логики, табличного представления материала.

Результаты

Потребительский выбор часто является следствием индивидуальной модели потребительского поведения, но такого рода тождество

не носит абсолютный и безусловный характер. Так, потребительский выбор может быть и следствием некоторого случайного фактора, в частности, изменения настроения индивида, эффективного влияния на его склонность к покупке инструментов комплекса маркетинга со стороны продавца и т.п. Например, если в соответствии с моделью потребительского поведения (в первую очередь с собственными финансовые ограничениями, представленными в ее рамках) индивид предпочитает отдых в кафе низкой ценовой категории, это во все не означает, что, например, под влиянием импульсивного потребительского выбора он не может в разовом порядке посетить дорогой ресторан.

Таким образом, потребительский выбор индивида в отличие от модели потребительского поведения носит более волатильный характер. Эффективность потребительского выбора, в свою очередь, проявляется в рамках индивидуальной удовлетворенности физического лица процессом потребления товаров, работ или услуг, что является одним из значимых условий повышения качества жизни.

Содержание потребительского выбора как экономического понятия может быть раскрыто в рамках многообразия его видов. В специальной литературе традиционно потребительский выбор индивидов дифференцируется в зависимости от объектного и субъектного состава, а также степени рациональности осуществления такого рода выбора [1, с. 32; 2, с. 62; 3, с. 112–114] (см. таблицу).

В целом дифференциация потребительского выбора в зависимости от субъектного состава не является безусловной. Так, иногда блага, приобретаемые юридическими лицами, используются *de facto* в интересах конкретных физических лиц и наоборот, например:

- ◆ потребительский выбор ряда современных крупных корпоративных структур в отношении предметов роскоши (дорогостоящий автотранспорт, краткосрочное обучение за рубежом и т.п.) часто осуществляется в интересах конкретных представителей топ-менеджмента такого рода организаций;

- ◆ некоторое товары и сервисы, приобретаемые ИП или самозанятыми (например, ПК или программное обеспечение), часто использу

ются как для их личного потребления, так и для осуществления операционной деятельности, получения предпринимательского дохода.

Принципиальное значение в экономической науке имеет дифференциация видов потребительского выбора в зависимости от степени рациональности последнего. Так, в рамках неоклассической экономической теории вплоть до 1960 г. анализировался сугубо рациональный потребительский выбор. Теория ограниченно рационального потребительского выбора экономических субъектов, в том числе индивидов, была аргументирована такими представителями неоинституционального направления экономической теории, как Г. Саймон [4], Г. Беккер [5] и другие, и, соответственно, существенным образом расширила, приблизила к практике понимание рассматриваемого нами процесса.

Так, ограниченно рациональным является потребительский выбор, когда из множества альтернативных товаров-заменителей выбирается не оптимальный по сочетанию цены, качества и иных критерии, а некоторый иной вариант, причем такой не вполне рациональный выбор может быть следствием как индивидуальных когнитивных ограничений субъекта потребительского выбора, так и целенаправленного маркетингового манипулирования либо других факторов.

Наконец, иррациональный потребительский выбор может осуществляться в отношении, например, покупки наркотических средств, услуг, оказываемых нелегальными субъектами игорного бизнеса, мошеннических услуг, а также товаров, работ и сервисов по заведомо существенно завышенным ценам по сравнению со среднерыночными.

Как показано в таблице, нами предлагается дифференцировать потребительский выбор индивидов в зависимости от степени подверженности последних целенаправленному маркетинговому манипулированию со стороны производителей и (или) продавцов соответствующих товаров, работ или услуг. В современных условиях хозяйствования, когда маркетинговые акции многих производителей являются достаточно изощренными и не всегда корректными с этической точки зрения, такого рода классификационный признак имеет

Виды потребительского выбора

№ п/п	Классификационный признак	Вид потребительского выбора
1	Объектный состав	<ul style="list-style-type: none"> - Потребительский выбор товаров длительного пользования - Потребительский выбор товаров повседневного пользования - Потребительский выбор работ - Потребительский выбор услуг
2	Субъектный состав	<ul style="list-style-type: none"> - Потребительский выбор физических лиц - Потребительский выбор юридических лиц - Потребительский выбор органов государственной власти и субъектов местного самоуправления (например, реализуемый в формах государственного или муниципального заказа)
3	Рациональность потребительского выбора	<ul style="list-style-type: none"> - Рациональный потребительский выбор - Ограниченно рациональный потребительский выбор - Иррациональный потребительский выбор
4	Наличие и интенсивность маркетингового манипулирования	<ul style="list-style-type: none"> - Потребительский выбор, формируемый не под влиянием маркетинговой политики продавцов - Потребительский выбор, формируемый на основании этически корректной маркетинговой политики - Потребительский выбор, формируемый посредством манипулятивных маркетинговых технологий
5	Сочетание социальной и экономической эффективности потребительского выбора	<ul style="list-style-type: none"> - Потребительский выбор, являющийся эффективным и экономически, и социально - Потребительский выбор, эффективный экономически, но деструктивный социально - Социально эффективный, но экономически деструктивный потребительский выбор
6	Безопасность потребительского выбора	<ul style="list-style-type: none"> - Небезопасный в фактическом смысле потребительский выбор - Юридически небезопасный потребительский выбор - Безопасный потребительский выбор
7	Институциональный аспект	<ul style="list-style-type: none"> - Потребительский выбор, формируемый и реализуемый в легальном и эффективном институциональном пространстве - Потребительский выбор, осуществляющийся в рамках несовершенных или коллизионных институтов - Потребительский выбор, реализуемый вне легального институционального пространства
8	Использование потенциала цифровизации в процессе потребительского выбора	<ul style="list-style-type: none"> - Потребительский выбор, реализуемый в рамках виртуального сегмента цифровой экономики - Традиционный потребительский выбор (оффлайн), реализуемый на основании частичного использования цифровых технологий - Нецифровой (архаичный для современных условий функционирования постиндустриальной экономики) потребительский выбор

принципиальное значение. Например, согласно укрупненной оценке таких авторитетных специалистов в области организации и осуществления маркетинговой политики, как Дж. Траут и Э. Райс, лишь порядка 15% индивидов в принципе не подвержены какому бы то ни было маркетинговому манипулированию [6, с. 73].

Важное значение имеет и дифференциация потребительского выбора в зависимости от сочетания его социальной и экономической эффективности для покупателя. Так, социально эффективным, но экономически деструктивным обычно является выбор качественных товаров или услуг, приобретаемых на монопольных или олигопольных отраслевых рынках, как

правило, по заведомо завышенной цене. Деструктивным и экономически, и социально выступает иррациональный потребительский выбор, осуществляемый в направлении приобретения наркотических и токсических средств, заведомо ненужных или даже вредных лекарственных препаратов, например, назначаемых не вполне добросовестными или компетентными сотрудниками органов здравоохранения и т.д.

Предлагается дифференцировать потребительский выбор индивидов и в зависимости от степени безопасности его осуществления. К примеру, физически небезопасный потребительский выбор может иметь место при осуществлении онлайн-покупок в торговых помещениях, не соответствующих действующим стандартам в области технико-эксплуатационной безопасности. Кроме того, физически небезопасный потребительский выбор может быть в случае покупки просроченных продуктов питания или иных товаров, использование которых может нести угрозу здоровью покупа-

теля или членов его семьи. Юридически небезопасный потребительский выбор может иметь место в отношении товаров или услуг, приобретаемых на нелегальных отраслевых рынках, когда предъявить впоследствии претензии по качеству продавцу достаточно проблематично или вовсе невозможно.

Проблема юридически небезопасного потребительского выбора тесным образом связана с таким предлагаемым признаком классификации, как институциональный аспект рассматриваемого нами процесса. На наш взгляд, помимо потребительского выбора, осуществляемого в принципе вне легального правового поля, предлагается выделять выбор, реализуемый в рамках несовершенных или коллизионных формальных институтов защиты прав потребителей. В последнем случае судебная защита возможных нарушенных законных интересов покупателей – субъектов потребительского выбора – достаточно проблематична.

Наконец, в условиях интенсивного развития современной постиндустриальной цифро-

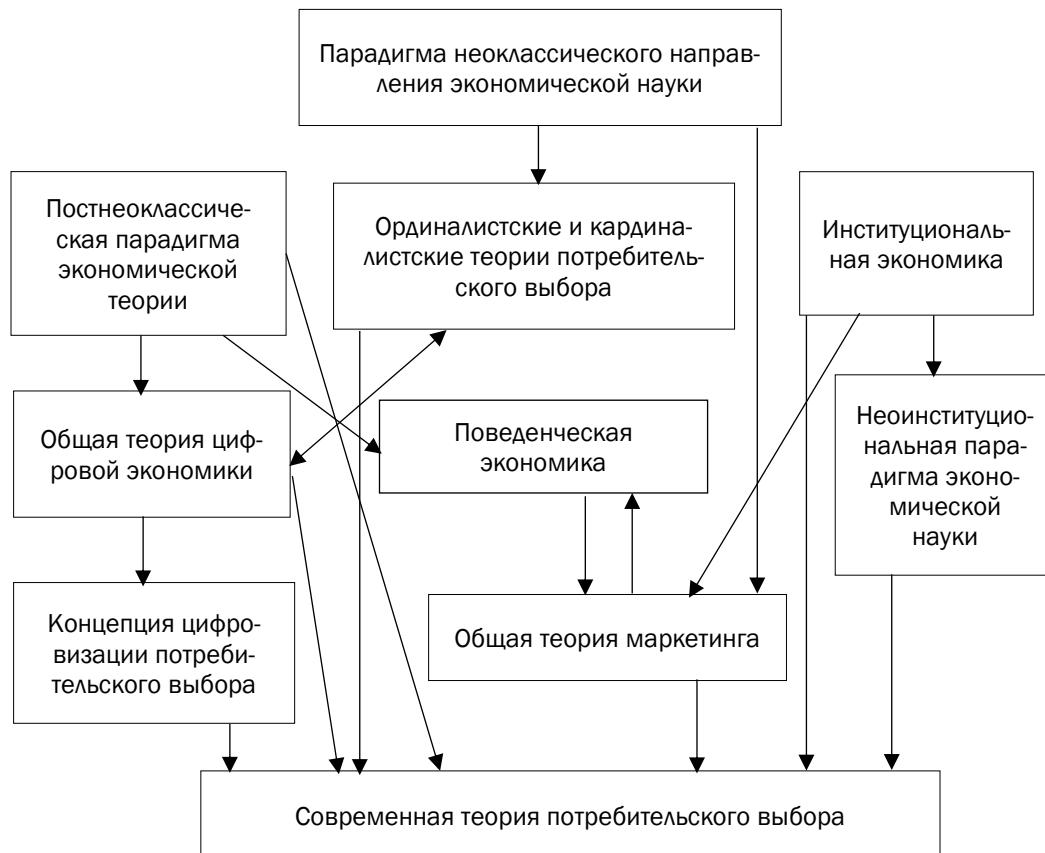


Рис. Место современной теории потребительского выбора в парадигме основных школ и направлений экономической теории

вой экономики существенное значение представляет классификация видов потребительского выбора индивидов в зависимости от степени использования в процессе формирования и осуществления последнего потенциала цифровизации.

Дополненная авторами классификация видов потребительского выбора позволяет повысить степень комплексности анализа последнего со стороны как государственных органов, осуществляющих регулирование и контроль развития потребительских рынков, так и продавцов товаров, работ, услуг при разработке эффективной и одновременно этически корректной маркетинговой политики.

Следует отметить, что вопросами исследования тенденций и проблем потребительского выбора занимались представители достаточно широкого круга школ и направлений экономической теории (см. рисунок).

В целом, на наш взгляд, в рамках ординалистской теории полезности благ процесс потребительского выбора рассматривается несколько более реалистично, нежели в парадигме кардиналистского направления неоклассической экономической теории. Действительно, достаточно проблематично в процессе потребительского выбора корректно количественно оценить полезность блага, поэтому большинство покупателей используют достаточно условную, качественную оценку, лежащую в основе принятия решения о покупке.

Обсуждение

В системе координат институционального направления экономической теории (Дж.К. Гэлбрейт [7, С. 219–221], Дж. Ходжсон [8, с. 71–78] и др.) рассматриваются особенности воздействия формальных и неформальных норм и институтов на состояние и динамику потребительского выбора.

Существенный вклад в теорию потребительского выбора внесли представители неоинституционального направления экономической науки, которое активно развивается с 1960 г. Основными направлениями рассмотрения потребительского выбора и обоснования направлений повышения его эффективности в парадигме неоинституционализма являются:

- ◆ исследование факторов и проблем формирования ограниченно рационального и иррационального потребительского выбора индивидов и домохозяйств (Г. Саймон, Г. Беккер и др.), направлений минимизации последнего в конкретных социально-экономических условиях;

- ◆ применение инструментария теории игр для обоснования оптимальных вариантов взаимодействия продавцов и покупателей товаров, работ, услуг в процессе осуществления потребительского выбора (Д. Мазербау, Д. Хаукинс [9, с. 43–56] и др.);

- ◆ рассмотрение особенностей и проблем осуществления потребительского выбора индивидов в контексте теории трансакционных издержек [10; 11];

- ◆ использование методов теории отраслевых рынков (О. Шай [12], Ж. Тироль [13, с. 117–124] и др.) для исследования мезоэкономических особенностей формирования и осуществления потребительского выбора;

- ◆ анализ специфики потребительского выбора в контексте теории очередей (теории массового обслуживания);

- ◆ применение для анализа потребительского выбора и обоснования направлений его рационализации методов и моделей такого направления неоинституциональной парадигмы экономической науки, как теория контрактов.

Такие представители неоинституциональной парадигмы, как Г. Саймон и Г. Беккер, заложили методологические основы поведенческой экономики – направления экономической теории, активно развивающегося с конца 1980 г. и исследующего в том числе вопросы ограниченно рационального потребительского выбора в условиях высокого уровня динамики отраслевых рынков, влияния факторов PR и пропаганды на потребительский выбор, организации наиболее эффективной маркетинговой политики, обеспечивающей высокий уровень лояльности потребителей в условиях значительной конкуренции рыночной среды (Р. Талер [14], Ф. Котлер [15, с. 152–154], Дж. Траут, Э. Райс [16, с. 23–27] и др.).

Наконец, в системе координат постнеоклассического направления экономической теории, являющегося доминантным с 1990 г., проблема потребительского выбора рассматривается в контексте общей теории

кризисов, вопросов обеспечения сбалансированности социальной и экономической эффективности потребительского выбора, определения оптимальных пропорций цифровизации рассматриваемого нами процесса.

Заключение

В целом, на наш взгляд, в процессе исследования тенденций и проблем осуществления

потребительского выбора индивидов в условиях современной постиндустриальной экономики целесообразно использовать во взаимосвязи и взаимодополнении отдельные инструменты и методы, относящиеся к ординалистскому направлению неоклассической парадигмы, неоинституциональной и постнеоклассической школам экономической теории [17–20].

Список источников

1. Базиян Н.Р. Потребительское поведение. Москва : Юриспруденция, 2010. 464 с.
2. Василенко И.В., Ткаченко О.В. Потребительский выбор в системе социальных практик современного российского регионального населения: основные характеристики и факторы влияния // *Logos et Praxis*. 2013. № 1. С. 62–69.
3. Захаров Н.И. Поведенческая экономика. Москва : Инфра-М, 2021. 213 с.
4. Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической теории и в науке о поведении / [пер. с англ. И.В. Попович] // Вехи экономической мысли. В 6 т. Т. 2. Теория фирмы / под общ. ред. В.М. Гальперина. Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2000.
5. Беккер, Г. Экономический анализ и человеческое поведение / пер. с англ. Р.И. Капелюшникова // *THESIS*. 1993. Вып. 1. С. 24–40.
6. Траут Дж., Райс Э. Маркетинговые войны. Санкт-Петербург : Питер, 2022.
7. Гэлбрейт Дж. К. Новое индустриальное общество. Москва : Эксмо, 2018.
8. Ходжсон Дж. Экономическая теория и институты: манифест современной институциональной экономической теории. Москва : Дело, 2020.
9. Mothersbaugh D., Hawkins D. *Consumer behavior: building marketing strategy*. 14th ed. New York : McGraw Hill, 2019.
10. Коуз Р. Фирма, рынок и право. Москва : Новое издательство, 2007. 224 с.
11. Smith K.G., Hitt M.A. *Great minds in management: the process of theory development*. Oxford ; New York : Oxford University Press, 2005. 600 р.
12. Шай О. Организация отраслевых рынков. Теория и ее применение : [учебник] / пер. с англ. Н.В. Шиловой ; под науч. ред. М.И. Левина. Москва : Издательский дом ВШЭ, 2014. 504 с.
13. Тироль, Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. В 2 т. Т. 1 / под ред. В.М. Гальперина, Н.А. Зенкевича. 2-е изд., испр. Санкт-Петербург : Экономическая школа, 2000. 328 с.
14. Талер Р. Новая поведенческая экономика: почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / пер. с англ. А. Прохоровой. Москва : Эксмо, 2017. 368 с.
15. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2019.
16. Траут Дж., Райс Э. Маркетинговые войны. Санкт-Петербург : Питер, 2022.
17. Сафиуллин Л.Н., Нестерова О.А. Развитие институтов, определяющих инновационное поведение в экономике // Бизнес-структуры в условиях трансформации экономики: проблемы и перспективы развития : монография / О.В. Чередниченко, Р.А. Дадабаева, А.Г. Рамазанова [и др.] ; под ред. М.Х. Рабаданова, Р.А. Амирова, Г.У. Магомедбекова ; Дагестанский гос. ун-т. Махачкала : АЛЕФ, 2022. С. 55–63.
18. Орлов И.Ю., Евсеев Е.В. Информационный потенциал и процесс информатизации // Бизнес-структуры в условиях трансформации экономики: проблемы и перспективы развития : монография / О.В. Чередниченко, Р.А. Дадабаева, А.Г. Рамазанова [и др.] ; под ред. М.Х. Рабаданова, Р.А. Амирова, Г.У. Магомедбекова ; Дагестанский гос. ун-т. Махачкала : АЛЕФ, 2022. С. 199–206.
19. Логунов В.Н. Потребительский выбор: теория, методология, моделирование : дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.01. Воронеж, 2000. 341 с.
20. Деньгов В.В. Микроэкономика. В 2 т. Т. 1. Теория потребительского поведения. Теория фирмы. Теория рынков : учеб. для вузов. Москва : Юрайт, 2020.

References

1. Bazyan N.R. Consumer behavior. Moscow : Jurisprudence, 2010. 464 p.
2. Vasilenko I.V., Tkachenko O.V. Consumer choice in the system of social practices of the modern Russian regional population: main characteristics and factors of influence // Logos et Praxis. 2013. No. 1. Pp. 62–69.
3. Zakharov N.I. Behavioral economics. Moscow : Infra-M, 2021. 213 p.
4. Simon H.A. Theories of decision-making in economics and behavioral science / [translated from the English by I.V. Popovich] // Milestones of economic thought. In 6 vols. Vol. 2: Theory of the firm / ed. by V.M. Galperin. St. Petersburg : Economic School, 2000.
5. Becker, G. Economic analysis and human behavior / translated from English by R.I. Kapelyushnikov // THESIS. 1993. Issue 1. Pp. 24–40.
6. Trout J., Rice E. Marketing wars. St. Petersburg : Peter, 2022.
7. Galbraith J. K. The New Industrial Society. Moscow : Eksmo, 2018.
8. Hodgson J. Economic theory and Institutions: a manifesto of modern institutional economic theory. Moscow : Delo, 2020.
9. Mothersbaugh D., Hawkins D. Consumer behavior: building marketing strategy. 14th ed. New York : McGraw Hill, 2019.
10. Coase R. Firm, market and law. Moscow : New Publishing House, 2007. 224 p.
11. Smith K.G., Hitt M.A. Great minds in management: the process of theory development. Oxford ; New York : Oxford University Press, 2005. 600 p.
12. Shai O. Organization of industry markets. Theory and its application : [textbook] / translated from English by N.V. Shilova ; edited by M.I. Levin. Moscow : HSE Publishing House, 2014. 504 p.
13. Tyrol, J. Markets and market power: theory of industrial organization. In 2 vols. Vol. 1 / ed. by V.M. Galperin, N.A. Zenkevich. 2nd ed., ispr. St. Petersburg : Economic School, 2000. 328 p.
14. Thaler R. The New behavioral economy: why people violate the rules of traditional economics and how to make money on it / translated from English by A. Prokhorova. Moscow : Expo, 2017. 368 p.
15. Kotler F. Marketing. Management. St. Petersburg : Peter, 2019.
16. Trout J., Rice E. Marketing Wars. St. Petersburg : Peter, 2022.
17. Saifiullin L.N., Nesterova O.A. The development of institutions that determine innovative behavior in the economy // Business structures in the context of economic transformation: problems and prospects of development : monograph / O.V. Cherednichenko, R.A. Dadabaeva, A.G. Ramazanova [et al.] ; ed. by M.H. Rabadanov, R.A. Amirov, G.U. Magomedbekov ; Dagestan State University. Makhachkala : ALEPH, 2022. Pp. 55–63.
18. Orlov I.Yu., Evseev E.V. Information potential and the process of informatization // Business structures in the context of economic transformation: problems and prospects of development : monograph / O.V. Cherednichenko, R.A. Dadabaeva, A.G. Ramazanova [et al.] ; ed. by M.H. Rabadanov, R.A. Amirov, G.U. Magomedbekov ; Dagestan State University. Makhachkala : ALEPH, 2022. Pp. 199–206.
19. Logunov V.N. Consumer choice: theory, methodology, modeling : dis. ... Doctor of Economics : 08.00.01. Voronezh, 2000. 341 p.
20. Dengov V.V. Microeconomics. In 2 vols. Vol. 1. Theory of consumer behavior. The theory of the company. Market theory : a textbook for universities. Moscow : Yurayt, 2020.

Информация об авторах

М.О. Искосков – доктор экономических наук, профессор, директор института экономики Тольяттинского государственного университета;

Е.В. Каргина – старший преподаватель Тольяттинского государственного университета.

Information about the authors

M.O. Iskoskov – Doctor of Economics, Professor, Director of the Institute of Economics of the Togliatti State University;

E.V. Kargina – senior lecturer of the Togliatti State University.

Статья поступила в редакцию 11.08.2023; одобрена после рецензирования 31.08.2023; принятая к публикации 06.10.2023.

The article was submitted 11.08.2023; approved after reviewing 31.08.2023; accepted for publication 06.10.2023.

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 17–25.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 17–25.

Научная статья
УДК 330.16
doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-17-25

Эволюция научной мысли в сфере исследования экономического выбора человека: поведенческие факторы от *homo economicus* до экономики с человеческим лицом

Елена Валерьевна Константинова

Государственный университет «Дубна», Дубна, Россия, vadeeva@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрено изменение научной мысли в сфере исследования экономического выбора индивида от Адама Смита до Ричарда Талера. Для детального изучения факторов, влияющих на экономический выбор человека, была проанализирована соответствующая литература. Начиная с XVII в. модель экономического человека была очень рациональной. В XIX в. обращалось внимание на желания отдельно взятого индивида. В XX в. стали учитывать биологические и социальные факторы, влияющие на выбор (паттерны): «эффект Веблена», «эффект сноба», «эффект присоединения к большинству». Далее большое значение приобрели чувства и мысли, было введено понятие «ограниченная рациональность». В XXI в. доказано существование таких влияющих на выбор факторов, как чувство справедливости, доверие, денежная иллюзия, аффекты, описаны систематические ошибки в мышлении, которые также влияют на выбор, – когнитивные искажения, аномалии принятия решений, поведенческие эвристики – репрезентативность, доступность и якорение. Все найденные факторы влияют на экономический выбор, их можно использовать для разработки новой модели человека экономического.

Ключевые слова: факторы, влияющие на экономический выбор человека, поведенческая экономика, экспериментальная экономика, эволюционная экономика, теория игр, рациональный выбор, иррациональный выбор

Основные положения:

- ◆ существует ряд научных подходов к определению факторов, влияющих на экономический выбор человека;
- ◆ на экономический выбор человека влияют и социальные, и психологические факторы (когнитивные искажения, паттерны, эвристики);
- ◆ при разработке междисциплинарной модели человека необходимо учитывать все факторы, влияющие на экономический выбор.

Для цитирования: Константинова Е.В. Эволюция научной мысли в сфере исследования экономического выбора человека: поведенческие факторы от *homo economicus* до экономики с человеческим лицом // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 17–25.
doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-17-25.

The evolution of scientific thought in the field of human economic choice research: behavioral factors from homo economicus to an economy with a human face

Elena V. Konstantinova

State University «Dubna», Dubna, Russia, vadeeva@mail.ru

Abstract. The article considers a change in the scientific thought in the field of studying the economic choice of an individual from Adam Smith to Richard Thaler. For a detailed study of factors influencing the economic choice of a person, special scientific literature was analyzed. Since the 17th century, the economic man model has been very rational. In the 19th century, they began to pay attention to the desires of a single individual. In the 20th century, attention was paid to biological and social factors influencing the economic choice (patterns): the Veblen effect, the snob effect, the effect of joining the majority. Further, feelings and thoughts acquired great importance, the concept of "bounded rationality" was introduced. In the 21st century, the existence of such factors influencing the choice as a sense of justice, trust, money illusion, choice factors, affects, systematic errors in thinking that affect the choice are described: cognitive distortions, decision anomalies - behavioral heuristics of representativeness, accessibility, and anchoring. All found factors influence the economic choice, which can be used to develop a new model of the economic human.

Keywords: factors influencing human economic choice, behavioral economics, experimental economics, evolutionary economics, game theory, rational choice, irrational choice

Highlights:

- ◆ there are a number of scientific approaches to determining factors influencing a person's economic choice;
- ◆ a person's economic choice is influenced by both social and psychological factors (cognitive distortions, patterns, heuristics);
- ◆ when developing an interdisciplinary human model, it is necessary to take into account all factors influencing economic choice.

For citation: Konstantinova E.V. The evolution of scientific thought in the field of human economic choice research: behavioral factors from homo economicus to an economy with a human face // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 17–25. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-17-25.

Введение

Проблема экономического выбора человека является одним из основных вопросов для изучения в экономике в силу того, что человек – биологическое существо с эмоциями, социальными задачами, определенным поведением, мышлением. Неудивительно, что на стыке психологии и экономики возникло новое направление исследований – поведенческая экономика. Разработками в сфере поведенческих факторов, влияющих на экономический выбор человека, в отличие от выбора человека рационального homo economicus, ученые серьезно занялись только в конце XX в. Несмотря на большой интерес к исследованиям в этой области и значительные эксперимен-

тальные данные, существуют исследователи, которые доказывают несостоятельность идей поведенческой экономики. Главным недостатком считается неудобство поведенческой модели человека для математических расчетов в связи с большим количеством факторов. Нельзя оспаривать тот факт, что человек ограниченно рациональный не способен к моментальной обработке информации, подвержен когнитивным искажениям. Недавние мировые кризисы показали несостоятельность традиционных экономических постулатов и призывают к новому взгляду на экономику в целом и на факторы экономического выбора в частности; они также продемонстрировали, что междисциплинарный подход приводит к улуч-

шению объяснительных возможностей в экономике, повышению качества исследований и прогнозов [1].

Актуальность данного исследования обусловлена неразработанностью вопроса поведенческих факторов экономического выбора человека, несмотря на труды ученых, в том числе Нобелевских лауреатов.

Цель исследования – изучение факторов, влияющих на экономический выбор человека. К задачам исследования относятся изучение литературы, которая полностью или частично касается проблем экономического выбора; наблюдение в динамике изменения факторов, влияющих на выбор человека.

Методы

В работе использованы теоретические методы исследования: найдены источники, которые частично или полностью посвящены вопросам экономического выбора, фундаментальные исследования ведущих экономистов, психологов, социологов, занимающихся вопросами поведенческой экономики, собраны, сравнены и проанализированы факторы, влияющие на выбор человека.

Теоретическую базу исследования составили труды ведущих ученых мира, в том числе Нобелевских лауреатов по экономике, среди которых: Адам Смит, Джереми Бентам, Мейнард Кейнс, Торстейн Веблен, Джордж Катон, Оскар Моргенштерн, Джон фон Нейман, Армен Альберт Алчиан, Тибор Сцитовски, Пол Самуэльсон, Герберт Саймон, Харви Лейбенстайн, Джон Форбс Неш, Джордж Акерлов, Донелла Медоуз, Майкл Спенс, Джозеф Стиглиц, Роберт Шиллер, Ричард Талер, Амос Тверски, Даниэль Канеман, Вернон Смит, Ден Ариели, российский ученые Алексей Владимирович Белянин и Иван Александрович Павлов и др.

Результаты

В вышедшем в 1759 г. труде «Теория нравственных чувств» [2] Адам Смит обращал внимание на психологические основы поведения человека, которые вывел из наблюдений. Он высказал идею о том, что мы больше переживаем, когда попадаем из лучшей ситуации в худшую, чем когда мы поднимаемся из худшего в лучшее. Книга содержит поведенчес-

кие выводы о человеке, многие из которых опередили свое время. В труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» Адам Смит описал модель человека homo economicus, которая считается классической. Выбор индивида осуществляется только с учетом экономической выгоды: интересует исключительно цена, которая должна быть либо ниже, чем цена товара или услуги такого же качества, либо возможен рост в будущем цены на данный товар или услугу. Максимизация своей прибыли – основная задача такого человека.

В данной модели не учитываются духовные, этические, мотивационные, воспитательные и другие факторы. Преимуществом этой модели является то, что на ее основе удобно строить теоретические расчеты, недостатком – то, что модель довольно оторвана от реальности.

Джереми Бентам в XVII-XVIII вв. писал о психологических основах полезности, некоторые из его основных выводов оценены только сейчас. Сторонником Джереми Бентама стал Джон Стюарт Милль, который писал о том, что выбор человека зависит от таких мотивов поведения, как стремление к благосостоянию, уклонение от работы, предполагая, что человек стремится к удовольствию, избегая страданий. Милль считал, что эти факторы необходимо учитывать при прогнозировании выбора человека.

Начиная с XIX в. экономисты критиковали модель эгоистичного человека, заботящегося исключительно о собственной выгоде, об увеличении богатства. В XX в. Торстейн Веблен – американский экономист, основоположник институционализма – говорил о том, что на принятие решений должна влиять социальная среда. В своей работе «Теория делового предприятия» он предположил, что экономическое поведение обусловлено инстинктами, объясняя это тем, что инстинкты определяют цели деятельности. Он считал, что инстинкты (родительский – забота о потомстве), привычки (совершение определенных действий), приобретательство (увеличение благосостояния), мастерство (выполнение работы качественно), познание (исследование), соперничество (удовлетворение амбиций), соединяясь в человеке определенным образом, ведут его к научно-

техническому прогрессу [3]. В рамках социальных факторов спроса Веблен описал эффект, который впоследствии назвали «эффектом Веблена» – парадоксальное увеличение потребления какого-то блага, связанное с большой ценой и недоступностью его большинству.

В первой половине прошлого века стало развиваться такое направление, как теория игр. В 1944 г. Джон фон Нейман и Оскар Моргенштерн опубликовали труд под названием «Теория игр и экономическое поведение», который можно считать началом экспериментальной экономики. В книге отмечено, что в экономике не существует универсальных методов, поскольку эта наука достаточно сложна для понимания, особенно без определенных знаний [4].

На протяжении второй половины прошлого столетия устанавливалась благоприятная почва для единения экономики и психологии. Такие экономисты, как Джордж Катон, Харви Лейбенстайн, Тибор Сцитовски и Герберт Саймон, издали книги и статьи, в которых говорится о важности психологических допущений и ограничении рациональности. Эти идеи привлекли внимание, но не изменили основное направление экономики. Герберт Саймон подчеркивал ограниченность человеческих познавательных способностей, которые приводят к неэффективному выбору, говорил о том, что необходимо пересмотреть стандартные экономические модели с учетом ограниченной рациональности человека. Герберт Саймон ввел понятие ограниченной рациональности, отверг предположение о полной информированности индивидов. Он считал, что человек не в состоянии обработать огромное количество информации для принятия решения и ищет удовлетворительные варианты, которые, в свою очередь, зависят от начальных установок. Модель рационального человека Герберт Саймон дополняет более широкими понятиями рациональности, исходя из того, что человек принимает решение, не имея вариантов, ищет альтернативы, максимизируя полезность, потому что не обладает полной информацией и не имеет возможности сравнить альтернативы. Поскольку он перевел взгляд экономистов с результатов на принятие решений, ученый заслуженно считается основателем по-

веденческой экономики. В XX в. Пол Самуэльсон в работе «Методология позитивной экономической науки» доказывает гипотезу о приближенном к рациональному поведению человека, который максимизирует функции благосостояния и полезности.

Милтон Фридман говорит о вытеснении с рынка людей, на которых влияют психологические факторы, рациональными агентами. Рациональная модель *homo economicus* осталась главенствующей в экономике.

В конце XX в. важное значение стали принимать экологические факторы. Термин «экологическая нагрузка», описанный в книге Донеллы Медоуз «Пределы роста. 30 лет спустя», показывает количество площадей (для лесных посадок, застройки жильем, посева, выгона скота, рыбной ловли), нужных человечеству для обеспечения жизни. Понятно, что экологические факторы воздействуют на экономические, и «игнорирование при принятии экономических решений экологической составляющей затрат и результатов практически неизбежно приводит к появлению убытков...» [5; 6].

Следующим направлением развития экономики с человеческим лицом можно назвать этап развития эволюционной экономики. В 1950 г. вышла статья Армена Альберта Алчиана «Неопределенность, эволюция и экономическая теория», в которой он ввел понятие «выживание» и писал о важности полноты информации, а также по-другому рассмотрел проблему максимизации прибыли, ограниченную рациональность индивида (в этом вопросе ученый опирался на теорию Герberта Саймона. Он говорил о том, что в реальной жизни индивиды ведут себя иррационально: человек понижает планку своих устремлений, когда долго не может достичь цели, человеческий мозг не в состоянии выбрать из бесчисленных множеств оптимальное решение, он выбирает из ограниченного количества известных ему (если человек выбирает вариант, который находится в наибольшем согласии с его устремлениями, то это ограниченная рациональность)) [7].

В эволюционной экономике большое значение уделяется зависимости от предшествующего развития и эффекту блокировки. В неоклассической теории поведение потребителя не зависит от ранее принятых решений, в

еволюционной экономике считается, что сбережения прошлого оказывают влияние на будущее (страны в том числе). Эволюционисты выделяют три вида зависимости: зависимость I степени – это когда человек не меняет своих потреблений на протяжении долгого периода времени; зависимость II степени, связанная с неполнотой информации, когда эффективные решения через определенный промежуток времени становятся неэффективным; зависимость III степени, когда неэффективное решение вызвано действиями временного эффекта, которые можно было избежать. Например, раскладка клавиатуры QWERTY была придумана из-за чисто практических соображений, поскольку молоточки с буквами находились в 2 ряда, и чтобы при печати они не цеплялись друг за друга, было разработано положение букв, неудобное для скорости. Было много попыток улучшить положение букв на клавиатуре, но ни один вариант не прижился. Это зависимость, причем сильная, от предыдущего времени, эффект запирания – когда выбирается неэффективный путь, хотя существует лучшая альтернатива (доминирование одного продукта или «историческая случайность», в этом случае сильнейший не «выживает») [8].

Гэри Беккер – лауреат Нобелевской премии по экономике 1992 г. – рассматривал общественные науки и нерыночные сферы, такие как социология, право, демография, расовая дискриминация, преступность, образование, брак и семья, через призму экономической теории. Гэри Беккер вместе с Джорджем Стиглером объясняют альтруистическое и иррациональное поведение через максимизирующую личную выгоду поведение (рациональное), рыночное равновесие (координация рыночных механизмов на явных и неявных рынках) и стабильность предпочтений (ценностные шкалы не меняются, меняются внешние условия, ограничивающие условия выбора). За 200 лет существования модели *homo economicus* не произошло значительных изменений, кроме того, что Гэри Беккер первым отметил влияние прошлого опыта и окружения на выбор человека.

В 1998 г. Нобелевскую премию по экономике получил Амартия Сен, который говорил

об анализе общественного благосостояния совместно с этическими и личностными факторами. Сен отвергает критерий Парето-эффективности и модель Бентама из-за пренебрежения к распределению суммы индивидуальных полезностей среди индивидов (очень богатые и нищие) и обращает внимание на привычки человека, социальное положение, определенный образ жизни. Люди привыкают даже к самым плохим условиям и довольствуются малыми радостями, но это не избавит их от лишений. Сен отмечает важность этических норм и религиозных взглядов в экономическом анализе, поскольку большинство религий направляет человека на социальные достижения, а не на материальные. Американский экономист Колин Фаррелл Камерер в работе «Теория перспектив в глупи: свидетельства с полей» проанализировал явления, обнаруженные в результате полевых исследований и являющиеся аномальными для общепринятой теории.

Джордж Акерлоф, получивший Нобелевскую премию по экономике в 2001 г., и Роберт Шиллер – в 2013 г., в своих исследованиях выдвигали теорию «иррационального начала» [9], говоря о социальных и психологических факторах, определяющих человеческое поведение. Они выделили 5 факторов, которые нарушают совершенство рыночного механизма: чувство справедливости, доверие, денежная иллюзия, восприимчивость к историям, недобросовестность. Доверие теряется в экономические кризисы. «Мультиликатор доверия» – экономический показатель увеличения или сокращения дохода при изменении уровня доверия на один пункт. Когда этот показатель растет, экономическая активность также растет, когда падает – падает и экономическая активность. Справедливость объясняет вынужденную безработицу, увеличение инфляции, уменьшение размера валового продукта, это мотивирующий фактор для принятия решений. Злоупотребление или недобросовестность приводит к охлаждению людей к финансовым рынкам. Денежная иллюзия – это недооценка фактора инфляции. Человеческая восприимчивость к историям – когда популярная история успеха способна затмить рациональность.

Джон Мейнард Кейнс говорил об иррациональном начале человеческого поведения,

являющимся причиной экономических колебаний и вынужденной безработицы. Даниел Макфадден, Нобелевский лауреат 2000 г., связал экономический анализ с генетическими основами человеческой психологии, найдя биолого-генетические корни модели рационального выбора – предпочтения обусловлены набором вкусов человека, накопленным опытом, уровнем потребления. На выбор человека влияют психологические факторы: аффекты, установки.

Вернон Смит, Нобелевский лауреат 2002 г. за использование экспериментальных методов в экономике, исследовал поведение людей в экономической сфере путем экспериментов. Вернон Смит, не опровергая неоклассическую теорию, дополняет ее экспериментальными исследованиями. С момента награждения Даниэля Канемана и Вернона Смита поведенческая и экспериментальная экономика стали считаться самостоятельными направлениями, что дало толчок для дальнейших исследований в области принятия экономических решений. Появилось такое направление, как нейроэкономика (нейронаука, психология, экспериментальная экономика). В человеческом мозге при принятии различных решений активируются различные участки, например, Эрнст Фер увидел зависимость альтруизма от размера определенного участка мозга, т.е. альтруизм – это часть человеческой природы.

Даниэль Канеман и Амос Тверски разработали собственную теорию перспектив, что стало началом современного подхода к поведенческой экономической теории. Они установили, что ошибки выбора в условиях неопределенности можно классифицировать и прогнозировать [10]. В работе «Рациональный выбор, ценности и фреймы» говорится о концепциях полезности, используемых в направлениях: ценность опыта, ценность решения [11].

В статье 1974 г. Даниэль Канеман и Амос Тверски выдвигают гипотезу о том, что люди действуют определенным количеством эвристических правил, не прогнозируя действия. В большинстве своем эти правила являются стандартными и удобными, но приводят к ошибкам. Они выделили 3 поведенческие эвристики (решения, принятые интуитивно): ре-

презентативность, доступность, фиксирование и коррекция.

В работе 1979 г. «Теория перспектив: анализ принятия решений в условиях риска», которая была опубликована в журнале «Эконометрика», наглядно продемонстрирован разрыв между экономическими теориями и поведением людей в реальной жизни. Это одна из наиболее цитируемых работ, когда-либо опубликованных в этом журнале.

В 2008 г. американский профессор психологии Дэн Ариели опубликовал работу «Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения». В книге содержатся доказательства нерационального поведения, неуместных эмоций, недальновидности, но даже такое поведение человека можно прогнозировать, поскольку оно вписывается в математические модели [12].

Ричард Талер, признанный поведенческий экономист современности, при изучении модели человека рационального опирался на то, что люди – это обычные люди. Он говорил, что от экономики зависят вопросы социальной политики, поэтому неточности или ошибки экономического плана могут привести к необратимым последствиям. В его книге «Новая поведенческая экономика» опровергаются основные постулаты неоклассической экономической теории: при выборе человека главное – это наилучший результат и то, что выбор осуществляется в условиях ограниченного бюджета. Ричард Талер приводит пример простого семейного похода в супермаркет, который ставит семью перед огромным выбором, или жизненные ситуации выбора дома, мужа/жены, профессии – в таких ситуациях выбор оказывается сложным, не всегда оптимальным, особенно когда в жизни мы видим частые ситуации неудачных решений по этим вопросам [13].

Модель рационального человека долгое время была главной моделью экономистов, несмотря на тот факт, что со временем Адама Смита подвергалось сомнению такого рода поведение человека. Это привело к рождению исследований, подкрепленных эмпирическими знаниями и прошедшим опытом наблюдений [14].

Из российских ученых, занимающихся проблемами поведенческой экономики, сле-

дует отметить А.В. Белянина – заведующего лабораторией экспериментальной и поведенческой экономики при НИУ «Высшая школа экономики». В своих работах А.В. Белянин признает существенность психологической компоненты в современной модели человека экономического и говорит о важности взаимосвязи с психологами для описания когнитивных способностей индивида [15]. Также отдельного внимания заслуживает работа «Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения» И.А. Павлова. В ней автор подчеркивает, что поведенческая теория поддерживает классическую экономику, которая доказала свою состоятельность при объяснении множества всех мыслимых видов рыночного (и нерыночного) экономического поведения, а также при генерировании опровергимых гипотез. В данном случае все дело в том, что неоклассика скорее всего исчерпала методы экстенсивного развития в качестве научной парадигмы (за счет распространения на области знаний, традиционно не считавшихся ее сферой деятельности) и нуждается в качественной подпитке, модернизации изначальной методологии исследования. Подобным вариантом модернизации является как раз поведенческая экономическая теория. Своим развитием она способствует дальнейшему прояснению, уточнению границ между нормативным и позитивным исследованием процессов принятия решений, выявлению ограничений, присущих в значительной степени первому из этих методологических подходов [16].

Обсуждение

Обобщая вышесказанное, коротко опишем динамику выявления факторов, влияющих на выбор человека:

◆ XVII–XVIII вв.: внимание на психологические основы поведения, при этом незнание, что с этим делать. Создание модели человека рационального *homo economicus*. Факторы, влияющие на экономический выбор индивида: экономическая выгода, максимизации прибыли;

◆ развитие психологических факторов, влияющих на экономический выбор человека:

стремление к благосостоянию, удовольствию, избегание страданий;

◆ XIX в.: критика модели человека эгоистичного; добавлены такие факторы, влияющие на выбор, как удовлетворение «неудовлетворенных нужд», желания отдельно взятого человека, которые могут быть даже альтруистическими;

◆ XX в.: добавлены в формирование выбора биологические факторы – родительский инстинкт, привычки, приобретательство, мастерство, познание, удовлетворение амбиций;

◆ описаны социальные факторы, влияющие на выбор (паттерны), – «эффект Веблена», «эффект сноба», «эффект присоединения к большинству»;

◆ описаны психологические факторы, влияющие на выбор, – чувства и мысли;

◆ описаны такие факторы, влияющие на экономический выбор, как иррационально побудительные и импульсы;

◆ введено понятие «ограниченная рациональность». Факторы, влияющие на выбор: чувство справедливости, альтруизм;

◆ описаны экологические факторы, влияющие на выбор человека;

◆ развитие эволюционной экономики; факторы, влияющие на выбор: опыт прошлого, окружение человека;

◆ описаны такие факторы, как зависимости; предпочтения не меняются, неполнота информации, которая приводит к тому, что эффективный выбор в дальнесрочном периоде становится неэффективным; неэффективное решение временного действия, которое можно было избежать;

◆ междисциплинарность: социология, право, демография, расовая дискриминация, преступность, образование, брак и семья через призму экономической теории;

◆ описаны этические, религиозные и личностные факторы, влияющие на выбор;

◆ XXI в.: эмпирическим путем доказано существование следующих факторов, влияющих на выбор: чувство справедливости, доверие, денежная иллюзия, восприимчивость к историям, недобросовестность;

◆ описаны генетические основы человеческой психологии; факторы выбора: аффекты, установки;

- ◆ описаны систематические ошибки в мышлении, которые влияют на выбор, – когнитивные искажения;
- ◆ нейроэкономические факторы выбора: в человеческом мозге при принятии различных решений активируются различные участки – альтруизм;
- ◆ поведенческие эвристики – репрезентативность, доступность и якорение; задокументированы десятки аномалий принятия решений.

Заключение

На выбор человека влияют когнитивные искажения, паттерны, эвристики, которые, в

свою очередь, зависят от поведения, восприятия, мышления, убеждений, эмоций, стереотипов, моральных принципов, поэтому необходимо развивать исследования в области поведенческой теории, поскольку она «ориентирована на выявление всевозможных поведенческих эффектов потребления, отклоняющих реальный выбор субъекта от прогнозируемых рациональных схем» [17].

Результаты данного исследования можно использовать для разработки междисциплинарных моделей человека, которые наиболее полно учитывают факторы, влияющие на экономический выбор.

Список источников

1. Camerer C.F., Loewenstein G. Behavioral economics: past, present, future // *Advances in Behavioral Economics* / ed. by C.F. Camerer, G. Loewenstein, M. Rabin. Princeton University Press, 2003.
2. Смит А. Теория нравственных чувств. Москва : Республика, 1997. 351 с.
3. Веблен Т. Теория делового предприятия / пер. с англ. М.Я. Каждана, В.Г. Гребенникова. Москва : Дело, 2007. 288 с.
4. Фон Нейман Дж., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение / пер. с англ. под ред. и с доб. Н.Н. Воробьева. Москва : Наука, 1970. 708 с.
5. Медоуз Д., Рандерс Й., Медоузм Д. Пределы роста. 30 лет спустя / пер. с англ. Е.С. Оганесян ; под ред. Н.П. Тарасовой. Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. 361 с.
6. Шокин Я.В. Методологические аспекты анализа неденежных факторов принятия управлеченческих решений : монография. Дубна : Междунар. ун-т природы, общества и человека «Дубна», 2013. 133 с.
7. Alchian A. Uncertainty, evolution, and economic theory // *Journal of Political Economy*. 1959. Vol. 58, No. 3. Pp. 211–221.
8. Лемещенко П.С. Введение в эволюционную экономику. URL: <http://newpoliteconomy.org/publications/articles/795.pdf> (дата обращения: 10.06.2023).
9. Акерлоф Дж., Шиллер Р. *Spiritus Animalis*, или Как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / пер. с англ. Д. Прияткина ; под науч. ред. А. Суворова ; вступ. ст. С. Гуриева. Москва : Юнайтед Пресс, 2010. 273 с.
10. Канеман Д., Тверски А. Теория перспектив: изучение процесса принятия решений в условиях риска = Prospect theory: an analysis of decision under risk // *Econometrica*, 1979. Т. 47, № 2. С. 263–291.
11. Канеман Д., Тверски А. Рациональный выбор, ценности и фреймы // Психологический журнал. 2003. Т. 24, № 4. С. 31–42.
12. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения / пер. с англ. М. Миронова. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2010. 296 с.
13. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать. Москва : Эксмо, 2017. 230 с.
14. Поведенческая экономика: современная парадигма экономического развития : монография / под ред. Г.П. Журавлевой, Н.В. Манохиной, В.В. Смагиной ; ТРО ВЭО России ; Рос. экон. ун-т им. Г.В. Плеханова ; Науч. школа «Экономическая теория». Москва – Тамбов : Изд. дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. 340 с.
15. Белянин А.В. Математическая психология как раздел экономической теории // Психология. Журнал ВШЭ. 2004. № 3. С. 106–128.
16. Павлов И.А. Поведенческая экономическая теория – позитивный подход к исследованию человеческого поведения : [научный доклад]. Москва : Институт экономики РАН, 2007. 62 с.
17. Шокин Я.В. Психологические факторы принятия экономических решений // Психологический журнал Государственного университета «Дубна». 2015. № 2. С. 36–41.

References

1. Camerer C.F., Loewenstein G. Behavioral economics: past, present, future // Advances in Behavioral Economics / ed. by C.F. Camerer, G. Loewenstein, M. Rabin. Princeton University Press, 2003.
2. Smith A. The theory of moral sentiments. Moscow : Republic, 1997. 351 p.
3. Veblen T. Theory of business enterprise / translated from the English by M.Ya. Kazhdan, V.G. Grebenikov. Moscow : Delo, 2007. 288 p.
4. Von Neumann J., Morgenstern O. Theory of Games and Economic Behavior / translated from English, edited and with additions by N.N. Vorobyov. Moscow : The science, 1970. 708 p.
5. Meadows D., Randers J., Meadows D. The limits to growth : the 30-year update : translated from English by E.S. Oganesyan ; ed. by N.P. Tarasova. Moscow : BINOM. Laboratory of Knowledge, 2014. 361 p.
6. Shokin Ya.V. Methodological aspects of the analysis of non-monetary factors of managerial decision-making : monograph. Dubna : International University of Nature, Society and Man "Dubna", 2013. 133 p.
7. Alchian A. Uncertainty, evolution, and economic theory // Journal of Political Economy. 1959. Vol. 58, No. 3. Pp. 211-221.
8. Lemeshchenko P.S. Introduction to evolutionary economics. URL: <http://newpoliteconomy.org/publications/articles/795.pdf> (date of access: 10.06.2023).
9. Akerlof G., Shiller R. Animal spirits: how human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism / translated from English by D. Paladkin ; under the scientific editorship of A. Suvorov ; introduction by S. Guriev. Moscow : United Press, 2010. 273 p.
10. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: an analysis of decision under risk // Econometrica, 1979. Vol. 47, No. 2. Pp. 263-291.
11. Kahneman D., Tversky A. Rational choice, values and frames // Psychological Journal. 2003. Vol. 24, No. 4. Pp. 31-42.
12. Ariely D. Predictably irrational: the hidden forces that shape our decisions / translated from English by M. Mironov. Moscow : Mann, Ivanov and Ferber, 2010. 296 p.
13. Thaler R. New behavioral economics. Why do people break the rules of the traditional economy and how to make money on it. Moscow : Eksmo, 2017. 230 p.
14. Behavioral economics: a modern paradigm of economic development : monograph / edited by G.P. Zhuravleva, N.V. Manokhina, V.V. Smagina ; TRO VEO of Russia ; Plekhanov Russian University of Economics ; Scientific School "Economic Theory". Moscow – Tambov : Publishing House of TSU named after G.R. Derzhavin, 2016. 340 p.
15. Belyanin A.V. Mathematical psychology as a branch of economic theory // Psychology. HSE Journal. 2004. No. 3. Pp. 106-128.
16. Pavlov I.A. Behavioral economic theory – a positive approach to the study of human behavior : [scientific report]. Moscow : Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences, 2007. 62 p.
17. Shokin Ya.V. Psychological factors of economic decision-making // Psychological Journal of Dubna State University. 2015. No. 2. Pp. 36-41.

Информация об авторе

Е.В. Константинова – старший преподаватель Государственного университета «Дубна».

Information about the author

E.V. Konstantinova – senior lecturer of the State University «Dubna».

Статья поступила в редакцию 19.08.2023; одобрена после рецензирования 08.09.2023; принятая к публикации 06.10.2023.

The article was submitted 19.08.2023; approved after reviewing 08.09.2023; accepted for publication 06.10.2023.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья

УДК 339.92

doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-26-34

Эволюция сущности международного промышленного сотрудничества

Сунь Ляньян¹, Елена Сергеевна Матерова²

¹ Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия, 1036335757@mail.ru

² Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия,
nedlen63@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматривается влияние национальных конкурентных преимуществ, государственных и международных финансово-экономических институтов на обеспечение интенсивности и эффективности процесса международного промышленного сотрудничества. В рамках теории мировой экономики и международных экономических отношений проводится анализ роли современных международных альянсов и транснациональных корпораций в развитии международного промышленного сотрудничества, социологических и экологических эффектов рассматриваемого процесса. При этом в системе координат общей теории управления аргументируются направления рационализации функций менеджмента процессами международного промышленного сотрудничества, формируются комплексные механизмы разрешения кросс-культурных конфликтов, типичных для реализации международных промышленных проектов и программ.

Ключевые слова: международное промышленное сотрудничество, Россия, Китай, мировая экономика, промышленный франчайзинг

Основные положения:

- ◆ международное взаимодействие в области промышленности, при котором одно из государств безапелляционно диктует свою волю, а другое (другие) полностью подчиняется, несмотря на собственные, национальные социально-экономические интересы, в соответствии с уточненным нами определением некорректно относить к области международного промышленного сотрудничества;
- ◆ международное экономическое, в том числе промышленное, сотрудничество в парадигме кейнсианства должно служить в первую очередь целям обеспечения долгосрочной устойчивости национальных финансово-экономических систем, минимизации вероятности формирования глобальных кризисов;
- ◆ ограничением использования методологии и инструментария монетаристского подхода к анализу и обоснованию направлений рационализации международного промышленного сотрудничества является недостаточное внимание, уделяемое процессам функционирования реального сектора экономики.

Для цитирования: Сунь Ляньян, Матерова Е.С. Эволюция сущности международного промышленного сотрудничества // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 26–34. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-26-34.

WORLD ECONOMICS

Original article

The evolution of the essence of international industrial cooperation**Sun Liangyang¹, Elena S. Materova²**¹ Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia, 1036335757@mail.ru² Samara State University of Economics, Samara, Russia, nedlen63@yandex.ru

Abstract. The article examines the influence of national competitive advantages, state and international financial and economic institutions on ensuring the intensity and efficiency of the process of international industrial cooperation. It is noted that within the framework of the theory of the world economy and the international economic relations, an analysis is made of the role of modern international alliances and TNCs in the development of the international industrial cooperation, sociological and environmental effects of the process under consideration. At the same time, in the coordinate system of the general theory of management, directions for rationalizing the management functions by the processes of international industrial cooperation are argued, complex mechanisms for resolving cross-cultural conflicts typical for the implementation of international industrial projects and programs are formed.

Keywords: international industrial cooperation, Russia, China, world economy, industrial franchising

Highlights:

- ◆ international cooperation in the industrial field, in which one of the states dictates its will without appeal, and the other (others) is (are) completely subordinated, despite their own national socio-economic interests, in accordance with the definition we have clarified, it is incorrect to refer to the field of international industrial cooperation;
- ◆ international economic cooperation, including industrial cooperation in the Keynesian paradigm, should primarily serve the goals of ensuring the long-term stability of national financial and economic systems, minimizing the likelihood of global crises;
- ◆ the limitation of the use of the methodology and tools of the monetarist approach to the analysis and justification of the rationalization directions of international industrial cooperation is the insufficient attention paid to the processes of functioning of the real sector of the economy.

For citation: Sun Liangyang, Materova E.S. The evolution of the essence of international industrial cooperation // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 26–34. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-26-34.

Введение

Международное промышленное сотрудничество представляет собой процесс формирования и реализации полностью или ограниченно паритетных торгово-промышленных, производственных, научно-промышленных, отраслевых инновационных, промышленно-образовательных, франчайзинговых и иных контрактов, акторами которых выступают субъекты хозяйствования, являющиеся резидентами различных государств, ориентированные на генерирование дополнительного финансово-экономического эффекта за счет синергии национальных конкурентных преиму-

ществ. Международное экономическое, в том числе промышленное, сотрудничество в парадигме кейнсианства должно также служить в первую очередь целям обеспечения долгосрочной устойчивости национальных финансово-экономических систем, минимизации вероятности формирования глобальных кризисов. Основным ограничением использования методологии и инструментария monetaristского подхода к анализу и обоснованию направлений рационализации международного промышленного сотрудничества в современной практике хозяйствования является то, что в парадигме monetarизма недостаточное

внимание уделяется процессам функционирования реального сектора экономики, оптимизации производственной деятельности, специфике влияния последней на эффективность внешнеторговых контрактов и т.п.

Методы

В качестве ключевых методологических подходов, позволяющих сформулировать основные выводы исследования, выступили исторический, рационалистический и эмпирический. Среди локальных методов научного исследования применялись анализ, синтез, индукция, дедукция, методы формальной логики, табличного представления материала.

Результаты

В специальной литературе существуют различные подходы к пониманию сущности международного промышленного сотрудничества. Рассмотрим наиболее характерные из них.

1. Р. Ферри рассматривает международное промышленное сотрудничество исключительно как «систему механизмов взаимодействия различных государств мировой экономической системы по вопросам обеспечения эффективности промышленного развития и трансфера инновационно-промышленных технологий» [1, с. 71]. Тем самым Р. Ферри не относит к разряду международного промышленного сотрудничества коммуникации, осуществляемые на микроуровне, между частными компаниями и индивидуальными предпринимателями-резидентами различных государств, что представляется методологически не вполне корректным.

2. С. Иержати фактически отождествляет содержание международного сотрудничества в сфере промышленности с процессом международной промышленной интеграции [2, с. 8]. В качестве синонимов понятия международного промышленного сотрудничества и международной интеграции в промышленной сфере рассматривает и Нго Ле Зиу Хыонг [3, с. 262]. С такого рода подходом мы также не можем в полной мере согласиться. В работе показано, что международную промышленную корпоративную интеграцию более корректно рассматривать в качестве одной из форм организации

и осуществления процесса международного промышленного сотрудничества в целом.

3. Ю.Н. Кондратенко рассматривает фактически в качестве синонимов международное промышленное сотрудничество и международную промышленную кооперацию. Она, в частности, пишет: «Предлагается использовать термин международной промышленной кооперации, который включает в себя такие виды сотрудничества, как производственную, научно-техническую, сервисно-сбытовую и управлеченческую кооперации в промышленной сфере» [4, с. 158]. По нашему мнению, международная промышленная кооперация также представляет собой только одну из форм международного промышленного сотрудничества, проявляющуюся в формировании и реализации долгосрочных договоров экспортно-импортного взаимодействия в области поставки промышленного оборудования, осуществлении иных операций без создания совместных производств и международного движения производственного капитала.

4. Согласно подходу М. Гилберта, «международное промышленное сотрудничество представляет собой процесс активизации мирохозяйственных связей, осуществляемый на основании синтетического влияния институтов международного и национального гражданского права» [5, с. 15]. Данное определение, на наш взгляд, носит достаточно общий характер, не отражает сущностные, отличительные особенности международного промышленного сотрудничества как экономического понятия. В принципе, определение, предложенное М. Гилбертом, может быть отнесено и к сфере международной политики, и к межгосударственным социально-благотворительным программам, и к процессам получения и обслуживания, например, международного кредита – все указанные сферы финансово-экономических отношений так или иначе формируются и развиваются под влиянием синтеза институтов национального и международного права.

5. В соответствии с определением, предложенным И.П. Фаминским, «международное промышленное сотрудничество (International Industrial Cooperation) в современной мировой экономике охватывает комплексные формы внешнеэкономического взаимодей-

ствия национальных хозяйственных субъектов и транснациональных корпораций, выходящие за рамки традиционной внешней торговли... Международное промышленное сотрудничество охватывает, в частности, такие конкретные формы, как строительство, расширение, модернизация и техническое перевооружение промышленных предприятий; совместное производство и сбыт, специализация и коопeração в этой области; сотрудничество в создании промышленных комплексов; смешанные общества; обмен технологиями, технической информацией, патентами и лицензиями; проведение совместных промышленных исследований по конкретным проектам сотрудничества и др.» [6, с. 238].

6. В целом приведенное выше определение носит достаточно комплексный и содержательный характер. Вместе с тем нельзя в полной мере согласиться с позицией автора относительно того, что внешнеторговые операции не входят в состав отношений международного промышленного сотрудничества.

7. В. Ропке приводит следующее определение рассматриваемого нами понятия: «Международное промышленное сотрудничество представляет собой систему контрактных отношений между экономическими субъектами, являющимися резидентами различных государств, ориентированных на расширение рынков сбыта промышленной продукции при одновременном решении задач рационализациидельных операционных и трансакционных издержек промышленного производства и торговли промышленными товарами» [7, с. 84].

Приведенное выше определение сформировано в парадигме неоинституционального подхода к исследованию экономических процессов и систем, в том числе международного уровня, в соответствии с которым абсолютное большинство финансово-экономических явлений рассматривается через призму характера трансакций, контрактов и динамику трансакционных издержек, из них вытекающих.

8. По мнению Ч. Чжан и Т.Н. Юдиной, «международное производственное сотрудничество – это специфическая форма организации производственной деятельности, предусматривающая одновременное участие в ней двух или более стран, на основе производ-

ственной специализации (в том числе предметной, подетальной и технологической) каждой из них при широкой производственной коопeração между этими странами» [8, с. 14].

Обсуждение

Отличительные особенности уточненного определения международного промышленного сотрудничества как экономического понятия заключаются в следующем:

а) в качестве объектов международного промышленного сотрудничества рассматриваются экономические отношения в сфере торговли промышленными товарами, их совместного производства, промышленного франчайзинга, отраслевых НИОКР и инноваций, взаимодействия в области подготовки и повышения квалификации кадров для промышленности и ряд других направлений, что представляется более корректным по сравнению с некоторыми представленными в имеющейся литературе подходами, в соответствии с которыми объектом международного промышленного сотрудничества считается только совместная производственная деятельность;

б) акцентируется внимание на обеспечении синергетических эффектов как одной из базовых движущих сил активизации международного промышленного сотрудничества. Основными вариантами такого рода эффектов могут быть:

◆ синергия, достигаемая за счет различной стоимости привлечения капитала на финансово-кредитных рынках различных государств, резиденты которых являются субъектами международного промышленного сотрудничества;

◆ синергия за счет объединения трудового потенциала специалистов различных стран, прошедших различные школы подготовки (промышленных ИТР, менеджеров промышленных проектов и т.п.);

◆ синергия, формируемая за счет объединения усилий специалистов различных стран, в том числе представителей отраслевой науки, в области промышленных НИОКР и инноваций и др.;

в) в уточненном нами определении международного промышленного сотрудничества указывается, что к такого рода направлениям

межгосударственных финансово-экономических коммуникаций можно отнести только интернациональные отношения, формирующиеся и развивающиеся на полностью или хотя бы частично паритетной, взаимовыгодной основе для всех их участников.

Собственно сотрудничество и в межличностных, и в корпоративных социально-экономических отношениях строго предполагает добровольный характер коммуникаций, который, в свою очередь, определяет взаимовыгодность последних, хотя бы и несколько диспропорциональную.

Соответственно, международное взаимодействие в области промышленности, при котором одно из государств безапелляционно диктует свою волю, а другое (другие) полностью подчиняется, несмотря на собственные, национальные социально-экономические интересы, в соответствии с уточненным нами определением некорректно относить к области международного промышленного сотрудничества. Такого рода вариант отношений, по нашему мнению, более корректно трактовать как «международный промышленно-торговый диктат». В целом в новой и новейшей истории мировой экономики можно привести следующие характерные примеры такого рода диктата:

- ◆ промышленный диктат Британской Империи в отношении ее многочисленных колоний, в том числе Индии, имевший место вплоть до 1945 г. и проявлявшийся, в частности, в ограниченной возможности потребления субъектами хозяйствования колоний импортной промышленной техники без согласования с представителями метрополии;

- ◆ аналогичный диктат со стороны Франции в отношении ряда государств Северной Африки (Алжир, Ливия, Бенин и др.), который в различных вариантах продолжался вплоть до 1960-х гг.;

- ◆ промышленно-торговый диктат США в отношении экономики Чили во второй половине 1970-х гг., проявившийся в обширных поставках американской промышленной продукции, в том числе по завышенным ценам и сомнительного качества (как своего рода компенсация со стороны режима А. Пиночета за выраженное военное содействие США в свержении законной власти С. Альенде и его адми-

нистрации в 1973 г.) [9, с. 31]; к середине 1980-х гг. такого рода диктат существенным образом уменьшился, и промышленно-торговые отношения между США и Чили приблизились к формату ограниченно паритетного международного промышленного сотрудничества.

Таким образом, в соответствии с уточненными нами определением международное промышленное сотрудничество предполагает наличие хотя бы ограниченно паритетных интернациональных промышленных финансово-экономических взаимодействий без безусловного диктата со стороны одного из его субъектов, нацеленных на генерирование синергетических эффектов и реализуемых в рамках широкого круга форм, связанных как с физическим производством промышленных товаров, их международным торговым оборотом, так и с процессами межгосударственного движения промышленных брендов и сервисов для промышленных производств.

Эволюцию подходов к международному промышленному сотрудничеству, на наш взгляд, можно рассматривать не только в контексте развития экономико-теоретических подходов, характерных для общей теории мировой экономики и международных экономических отношений, но и в русле базовых направлений общей экономической теории и теории управления (см. рисунок).

Так, А. Смит сформировал основы теории международного сотрудничества, утверждая, что процессы международной торговли осуществляются на основании использования отдельными государствами имеющихся у них абсолютных конкурентных преимуществ, таких как, например, наличие отдельных групп полезных ископаемых, высокоразвитое мануфактурное производство, выгодное экономико-географическое положение страны и др. [10, с. 281–282]. Д. Рикардо развил положения данной теории, аргументируя, что в основе международного торгового обмена лежат не абсолютные, а некоторые относительные (сравнительные) национальные конкурентные преимущества [11, с. 65].

Кроме того, в рамках классической экономической теории (А. Смит, Д. Рикардо, Ж.-Б. Сэй) рассматривались следующие основные вопросы, от характера которых в определенном

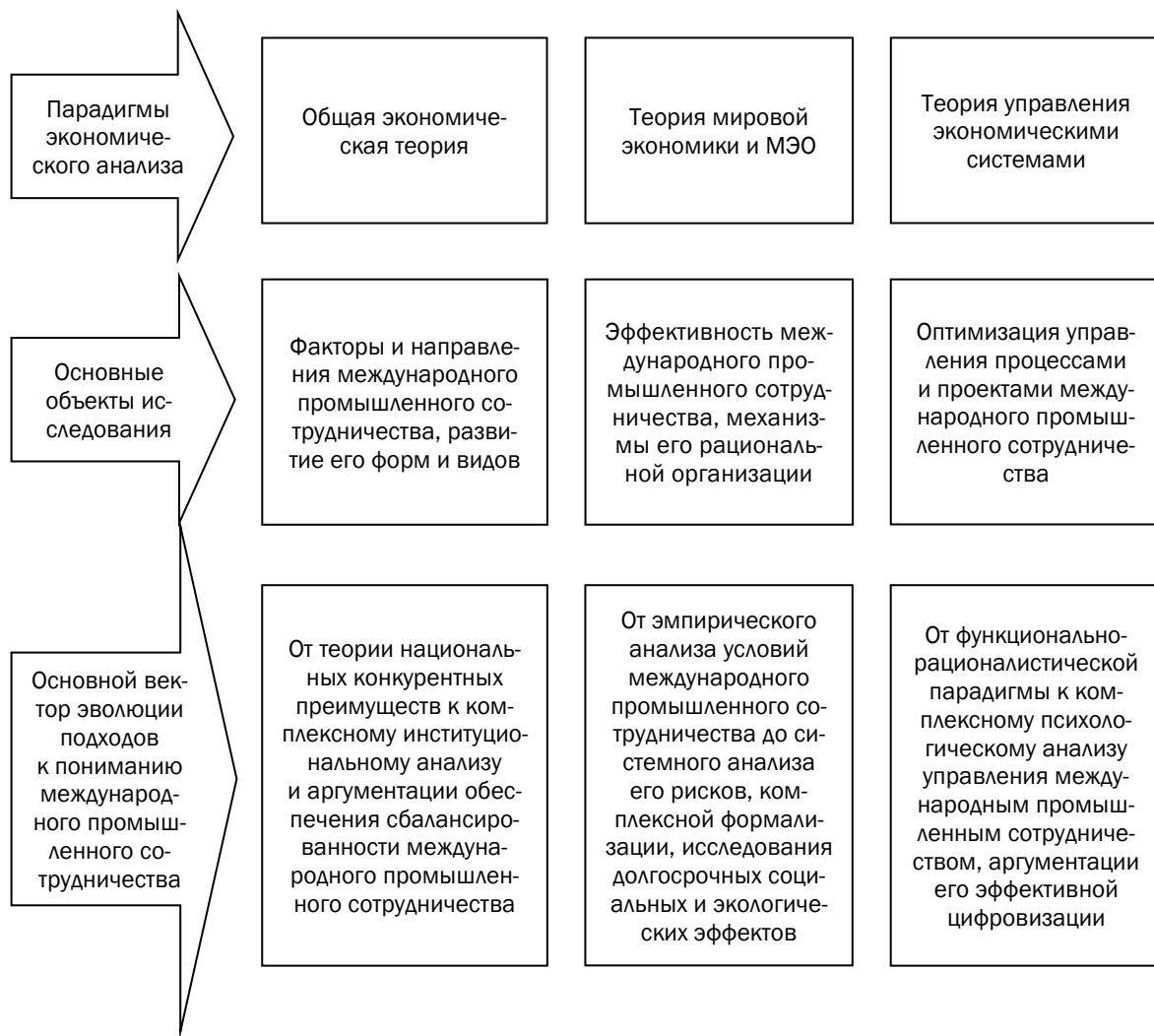


Рис. Основные направления эволюции экономико-теоретических подходов к исследованию международного промышленного сотрудничества

смысле зависит качество исследования, в том числе и современных тенденций и проблем в области международного промышленного сотрудничества:

- ◆ формирование начал терминологии и базовой, наиболее общей методологии экономики как науки, используемых в значительной степени и в рамках современной теории мировой экономики;
- ◆ признание так называемой «невидимой руки» рынка в терминологии А. Смита (механизмов свободной конкуренции) в качестве базового фактора прогрессивного социально-экономического развития и обеспечения финансовой эффективности субъектов предпринимательства;
- ◆ минимальное внимание вопросам государственного регулирования экономики в це-

лом и сферы внешнеторгового обмена в частности – считалось, что государство должно обеспечить комплексные условия для осуществления свободной конкуренции и реализовывать ряд социальных задач, прямое же вмешательство государства в экономику нецелесообразно;

- ◆ выделение труда, земли и капитала в качестве факторов производственной деятельности.

В середине XIX в. была сформирована марксистская парадигма исследования социально-экономических, в том числе международных торгово-промышленных процессов. К. Маркс, собственно, был одним из первых ученых-экономистов, который занимался исследованием макроэкономических процессов и систем. Основными направлениями анализа экономической статики и динамики в

рамках методологии марксистского подхода являлись [12]:

- ◆ формирование основ макроэкономического анализа, исследования на макроуровне процессов развития рынков рабочей силы и капитала, их воспроизводства, а также движения указанных факторов между различными государствами мира;
- ◆ создание начал методологии мезоэкономического, структурно-отраслевого исследования особенностей функционирования и развития макроэкономических систем (в контексте выделенных К. Марксом первой и второй мегаотраслей сферы общественного воспроизводства – сектора производства средств производства и сектора производства товаров, работ, услуг конечного потребления);
- ◆ анализ эволюции макроэкономических систем в целом и международных экономических отношений в частности, в том числе в историческом аспекте, в контексте аргументированной К. Марксом теории общественно-экономических формаций, исследование в ее рамках основных направлений трансформации макроэкономических систем в части первобытной, феодальной и капиталистических формаций;
- ◆ оценка особенностей формирования прибавочной стоимости и различных видов капитала (постоянного и переменного), анализ специфики его использования в сфере внешней торговли, обоснование на данной основе наличия неоправданной эксплуатации наемного труда в рамках капиталистической макроэкономической системы;
- ◆ исследование международных экономических, в том числе промышленных, процессов в контексте различий в стоимости капитала между различными странами;
- ◆ обоснование К. Марксом целесообразности революционной трансформации социально неэффективной, по его мнению, капиталистической макроэкономической системы в социалистическую.

Марксистский подход к исследованию экономических процессов и систем, в том числе осуществляемых в рамках внешнеэкономической деятельности, был развит в советской политической экономике, в частности в контексте обоснования планового подхода к регули-

рованию социально-экономических процессов (В.С. Немчинов, Л.В. Канторович, А.Г. Гранберг и др.).

Значительный вклад в эволюцию инструментария исследования международного экономического сотрудничества внесли представители неоклассического направления экономической науки (А. Маршалл, Л. Вальрас, А. Пигу, Р. Солоу, позднее П. Самуэльсон, П. Хейне и др.). Основными направлениями исследования и обоснования направлений развития макроэкономических систем, в том числе процессов, происходящих в рамках мировой экономики в целом, в рамках указанной парадигмы являются:

- ◆ расширение спектра факторов производства посредством включения в их состав предпринимательских способностей и научно-технического прогресса, исследование особенностей трансформации последнего в рамках процессов международного промышленного сотрудничества;
- ◆ развитие сформированного в рамках классической парадигмы экономической мысли подхода, в соответствии с которым свободная рыночная конкуренция является базовым фактором экономического развития, а вмешательство государства в финансово-экономические процессы, в том числе протекающие в рамках межгосударственных промышленных взаимодействий, должно быть минимальным;
- ◆ исследование различных вариантов равновесий макроэкономических систем (Л. Вальрас, А. Пигу и др.) и мирового хозяйства в целом;
- ◆ оценка маржинальных эффектов развития процессов международной торговли;
- ◆ формирование различных концептуальных подходов к финансированию развития экономических систем (традиционный подход, теория Модильяни-Миллера, теория Г. Дональдсона и др.), в том числе деятельности международных компаний, в первую очередь транснациональных корпораций.

Формально к неоклассическому направлению экономической науки относится и теория кейнсианства, которая начала активно формироваться с 1930-х гг. Кейнсианство как экономико-теоретический ответ на ситуацию миро-

вого кризиса 1930-х гг. (Великая Депрессия), аргументировало принципиально иной подход по сравнению с классическим или неоклассическим направлениями к роли государства в развитии макроэкономических систем.

В частности, Дж.М. Кейнс аргументировал целесообразность активной роли государства в экономике, которая должна в особенности усиливаться в период масштабных финансовых и, как следствие, социальных кризисов [13, с. 132–138]. При этом государство должно формировать новые рабочие места, в том числе посредством инфраструктурных проектов и программ, обеспечивая на данной основе увеличение совокупного спроса в рамках макроэкономической системы государства, стимулировать рост инвестиционной активности, ограничивать спекулятивные операции субъектов хозяйствования, в частности кредитных организаций, в период длительного развития кризисной ситуации.

Международное экономическое, в том числе промышленное, сотрудничество в парадигме кейнсианства должно также служить в первую очередь целям обеспечения долгосрочной устойчивости национальных финансово-экономических систем, минимизации вероятности формирования глобальных кризисов.

Представители экономической парадигмы монетаризма (М. Фридмен, К. Бруннер и др.) рассматривали особенности развития международных систем достаточно узко, в контексте кругооборота денежной массы и инфляцион-

ных процессов. Основными направлениями исследования международного промышленного сотрудничества в контексте монетаристского подхода являлись [14]:

- ◆ оценка статики и динамики спроса на деньги в рамках национальных и мировой финансово-хозяйственной систем;
- ◆ обоснование приоритетных направлений антиинфляционной политики как базового, по мнению монетаристов, элемента системы государственного регулирования экономики и активизации процессов внешнеэкономического сотрудничества;
- ◆ определение эффективных вариантов денежно-кредитной политики государства как одной из основ обеспечения роста эффективности макроэкономических систем и мирового хозяйства в целом.

Заключение

По нашему мнению, основным ограничением использования методологии и инструментария монетаристского подхода к анализу и обоснованию направлений рационализации международного промышленного сотрудничества в современной практике хозяйствования является то, что в парадигме монетаризма недостаточное внимание уделяется процессам функционирования реального сектора экономики, оптимизации производственной деятельности, специфике влияния последней на эффективность внешнеторговых контрактов и т.п.

Список источников

1. Ferri R. All about assets allocation. McGraw-Hill Education, 2015.
2. Иержати С. Совершенствование форм международной экономической интеграции Российской Федерации и стран Азии (на примере сотрудничества в нефтегазовой отрасли России и Китая) : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 5.2.5. Казань, 2023. 27 с.
3. Нго Ле Зиу Хыонг. Экономическое сотрудничество России и Китая // Молодой ученый. 2021. № 2 (344). С. 262–263.
4. Кондратенко Ю.Н. Организационный механизм международной промышленной кооперации в условиях глобализации : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14. Екатеринбург, 2010. 232 с.
5. Gilbert M. European integration: a political history. 2nd ed. Lanham : Rowman & Littlefield Publishers, 2020.
6. Внешнеэкономический толковый словарь / под ред. И.П. Фаминского. Москва : Инфра-М, 2001.
7. Ropke W. International order and economic integration. New York, 2012.
8. Чжан Ч., Юдина Т.Н. Производственное сотрудничество между Россией и Китаем: возможности и приоритеты (в контексте стратегического партнерства РФ и КНР, решений XIX съезда КПК) // Теоретическая экономика. 2018. № 2. С. 13–21.

9. Платошкин Н.Н. Чили: 1970–1973 гг. Прерванная модернизация. Москва : Русский фонд содействия образованию и науке, 2011. 488 с.
10. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва : Аст, 2019.
11. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения. Москва : Аст, 2022.
12. Маркс К. Капитал: критика политической экономии / [науч. ред.: Л.Л. Васина и др.]. 2-е изд. Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2014.
13. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. Москва : Эксмо, 2022.
14. Фридман М. Капитализм и свобода. Москва, 2016.

References

1. Ferri R. All about assets allocation. McGraw-Hill Education, 2015.
2. Ierzhati S. Improving the forms of international economic integration of the Russian Federation and Asian countries (on the example of cooperation in the oil and gas industry of Russia and China) : abstract of dis. ... Candidate of Economic Sciences : 5.2.5. Kazan, 2023. 27 p.
3. Ngo Le Ziu Huong. Economic cooperation between Russia and China // Young Scientist. 2021. No. 2 (344). Pp. 262–263.
4. Kondratenko Yu.N. The organizational mechanism of international industrial cooperation in the context of globalization : dis. ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.14. Ekaterinburg, 2010. 232 p.
5. Gilbert M. European integration: a political history. 2nd ed. Lanham : Rowman & Littlefield Publishers, 2020.
6. Foreign Economic Explanatory Dictionary / edited by I.P. Faminsky. Moscow : Infra-M, 2001.
7. Ropke W. International order and economic integration. New York, 2012.
8. Zhang Ch., Yudina T.N. Industrial cooperation between Russia and China: opportunities and priorities (within the context of the RF-PRC strategic partnership and XIX CPC congress decisions) // Theoretical economics. 2018. No. 2. Pp. 13–21.
9. Platoshkin N.N. Chile: 1970-1973. Interrupted modernization. Moscow : Russian Foundation for the Promotion of Education and Science, 2011. 488 p.
10. Smith A. An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations. Moscow : Ast, 2019.
11. Ricardo D. On the principles of political economy and taxation. Moscow : Ast, 2022.
12. Marx K. Capital: A Critique of Political Economy / [scientific ed.: L.L. Vasina et al.]. 2nd ed. Moscow : Mann, Ivanov and Ferber, 2014.
13. Keynes J.M. The general theory of employment, interest and money. Moscow : Eksmo, 2022.
14. Friedman M. Capitalism and Freedom. Moscow, 2016.

Информация об авторах

Сунь Лянъян – аспирант Казанского (Приволжского) федерального университета;
 Е.С. Матерова – кандидат экономических наук, доцент Самарского государственного экономического университета.

Information about the authors

Sun Liangyang – postgraduate student of the Kazan (Volga Region) Federal University;
 E.S. Materova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Samara State University of Economics.

Статья поступила в редакцию 11.08.2023; одобрена после рецензирования 31.08.2023; принятая к публикации 06.10.2023.
 The article was submitted 11.08.2023; approved after reviewing 31.08.2023; accepted for publication 06.10.2023.

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 35–45.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 35–45.

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья

УДК 338.262.8:303.442.3

doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-35-45

Разработка цифрового профиля туристов Пензенской области на основе геоаналитических данных платформы «ГеоЭффект» ПАО «МТС»

Светлана Владимировна Зинченко

Пензенский государственный университет, Пенза, Россия, slatynova@mail.ru

Аннотация. Цифровизация клиентского опыта, повсеместное распространение цифровых туристских сервисов, развитие технологий сбора, обработки и анализа геоаналитических данных, появление моделей и инструментов пространственного анализа дают возможность получать большие объемы разнородных данных о потребительском поведении клиентов, привязанных к местности, что актуально для туристской индустрии с целью исследования структуры туристских потоков территорий. Цель исследования – построение на основе геоаналитических данных цифровой платформы «ГеоЭффект» ПАО «МТС» цифрового профиля туристов Пензенской области, который может быть использован для выработки управленческих решений туристскими администрациями и бизнесом в целях развития регионального туризма. В работе были использованы методы сбора, обработки и анализа цифровых геоаналитических данных цифровой платформы «ГеоЭффект» оператора сотовой связи ПАО «МТС» о туристских потоках Пензенской области, методы сравнения и обобщения информации, анализа и синтеза. На основе полученных геоаналитических данных цифровой платформы «ГеоЭффект» ПАО «МТС» были проанализированы туристские потоки Пензенской области, построен цифровой профиль туристов, выявлены посещаемые локации.

Ключевые слова: геоаналитика, геоаналитические данные, цифровые технологии в туризме, цифровой профиль туристов

Основные положения:

- ◆ геоаналитические данные играют важную роль в статистике туризма, а геоаналитика в целом является инструментом получения информации для принятия управленческих решений организациями туристской индустрии, органами власти и повышения результативности их деятельности;
- ◆ геоаналитические данные могут использоваться для разработки цифровых профилей туристов территории с целью изучения и понимания их потребительского поведения;
- ◆ цифровые профили туристов, разработанные на основе геоаналитических данных, являются основой для разработки туристского предложения.

Благодарности: исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-20524 «Цифровизация управления жизненным циклом внутреннего регионального туристского продукта на основе технологии блокчейн». <https://rsrf.ru/project/22-28-20524>.

Для цитирования: Зинченко С.В. Разработка цифрового профиля туристов Пензенской области на основе геоаналитических данных платформы «ГеоЭффект» ПАО «МТС» // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 35–45. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-35-45.

Original article

Development of a digital profile of tourists in the Penza region based on geoanalytical data from the GeoEffect platform of MTS PJSC

Svetlana V. Zinchenko

Penza State University, Penza, Russia, slatynova@mail.ru

Abstract. Digitalization of customer experience, widespread distribution of digital tourism services, development of technologies for collecting, processing and analyzing geoanalytical data, the emergence of models and tools for spatial analysis make it possible to obtain large volumes of heterogeneous data on the consumer behavior of customers tied to the area, which is relevant for the tourism industry for the purpose of research structures of tourist flows in territories. The research purpose is to build, on the basis of geoanalytical data from the digital platform "GeoEffect" of MTS PJSC software, digital profiles of tourists in the Penza region, which can be used to develop management decisions by tourism administrations and businesses in order to develop regional tourism. The research methods include collecting, processing and analyzing digital geoanalytical data from the digital platform "GeoEffect" of the cellular operator MTS PJSC on tourist flows in the Penza region, methods for comparing and summarizing information, analysis and synthesis. Based on the obtained geoanalytical data from the GeoEffect digital platform of MTS software, tourist flows in the Penza region were analyzed, a digital profile of tourists was built, and visited locations were identified.

Keywords: geoanalytics, geoanalytical data, digital technologies in tourism, digital profile of tourists

Highlights:

- ◆ geoanalytical data plays an important role in tourism statistics, and geoanalytics in general is a tool for obtaining information for making management decisions by tourism industry organizations, authorities and improving the effectiveness of their activities;
- ◆ geoanalytical data can be used to develop digital profiles of tourists in the territory in order to study and understand their consumer behavior;
- ◆ digital profiles of tourists, developed on the basis of geoanalytical data, are the basis for the development of a tourist offer.

Acknowledgments: the research was supported by the Russian Science Foundation grant No. 22-28-20524 "Digitalization of life cycle management of domestic regional tourism products based on blockchain technology." <https://rscf.ru/project/22-28-20524>.

For citation: Zinchenko S.V. Development of a digital profile of tourists in the Penza region based on geoanalytical data from the GeoEffect platform of MTS PJSC // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 35–45. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-35-45.

Введение

В современных условиях цифровой трансформации государства, бизнеса и клиентского опыта появляются новые инструменты анализа и управления туристской индустрией, основанные на цифровых технологиях. Актуальным становится применение геоаналитики, опирающейся на получение и анализ большого количества пространственно-локализованной информации (геоаналитических дан-

ных) для принятия решений, а также использование геоинформационных технологий. К геоаналитическим данным относятся данные операторов сотовой связи, финансовых организаций, социальных сетей, туристских платформ и других цифровых туристских сервисов, которые являются деперсонализованными. Для туристской индустрии применение подобных данных главным образом связано с необходимостью получения более полной и детализиро-

ванной информации о туристских потоках территории – численности и характеристиках посетителей в конкретный временной период, продолжительности их пребывания на территории, домашних регионах посетителей, их трахах, геолокации, «точках притяжения» и т.п.

Цель данного исследования – построение на основе геоаналитических данных цифровой платформы «ГеоЭффект» ПАО «МТС» цифрового профиля туристов Пензенской области, который может быть использован для выработки управленческих решений туристскими администрациями и бизнесом в целях развития регионального туризма. Предполагается проверить гипотезу о том, что с помощью геоаналитических данных операторов сотовой связи можно анализировать туристские потоки отдельных территорий и принимать на основе полученной информации управленческие решения.

В последние десятилетия проводятся различные исследования возможностей использования геоаналитических данных для целей туризма. В исследованиях российских ученых Т.А. Радченко, И.В. Щепетовой, З.Ю. Желниной, А.А. Абдунуровой, Е.Е. Коноваловой, Ю.Е. Кошурниковой, А.С. Матвеевской, Р.А. Долженко, Л.А. Гамидуллаевой, А.Г. Финогеева отмечается важность использования цифровых, в том числе геоаналитических данных, полученных из разных источников, для управления туристской индустрией, разработки профилей туристов, создания клиентаориентированного туристского предложения [1–10]. Зарубежные исследователи также активно работают в этом направлении, что отражено в публикациях R. Ahas, A. Yallop, De Meersman F., L. Grassini, X. Peng [11–15], где обосновывается необходимость использования данных мобильного позиционирования и других геоаналитических данных для статистики туризма. Все исследователи отмечают, что геоаналитические данные позволяют провести более полный анализ туристских потоков на основе пространственного и временного передвижения туристов по разным территориям и имеют практическую значимость для принятия управленческих решений в туристской индустрии как бизнесом в коммерческих целях, так и органами государственной власти для регионального планирования туризма. Также приводятся ограничения

использования геоаналитических данных, которые касаются необходимости проведения дополнительных качественных исследований и вопросов защиты персональных данных.

Опыт использования геоаналитических данных в туризме есть и у российских коммерческих организаций. Интересны технологические решения «Яндекса», МТС, Сбера, Profi.Travel, предоставляющих российским регионам возможности использования туристской аналитики для глубокого исследования и экспертного анализа туристских потоков [16–20]. Решения предполагают получение и анализ обезличенных данных операторов сотовой связи, финансовых, транспортных организаций, туристских фирм, социальных сетей, сайтов с отзывами с целью определения потребностей туристов, разработки их профилей [21]. В исследовательских отчетах зарубежных министерств и ведомств, независимых исследовательских и туристских компаний – Eurostat, Amadeus, Istituto Nazionale di Statistica, UN Committee of Experts on Big Data and Data Science for Official Statistics, European statistical system – также представлены результаты обзора различных источников геоаналитических данных и их потенциальной значимости для статистики туризма, обсуждаются возможности и риски применения таких данных [22–26].

Несмотря на важность применения геоаналитических данных в туризме и актуальность разработки профилей путешественников российских территорий, научных работ, посвященных данной тематике, довольно мало. Полученные с помощью геоаналитики данные позволят повысить эффективность деятельности туристского бизнеса регионов за счет изучения потребительского поведения, формирования персонализированного туристского предложения, будут способствовать принятию обоснованных инвестиционных и управленческих решений по развитию туристских территорий органами власти. Все это делает исследование научно и практически значимым.

Методы

Использование геоаналитических данных для целей туризма позволит дополнить традиционные статистические данные, собираемые Федеральной службой государственной стати-

стики, и применить их для описания туристских потоков, разработки цифровых профилей туристов на основе социально-демографических, экономических и географических характеристик путешественников [27, с. 56–72]. Информация о потребностях и ключевых характеристиках региональных туристов, в свою очередь, станет основой для формирования привлекательных туристских продуктов и разработки стратегии их продвижения.

Для сбора и аналитики данных, построения цифрового профиля туристов Пензенской области использовалась цифровая платформа «ГеоЭффект» оператора сотовой связи ПАО «МТС». Высокая точность аналитики обеспечивалась тем, что собирались обезличенные геоаналитические данные всех пользователей цифровой экосистемы МТС – абонентов сотовой связи, клиентов банка, подписчиков онлайн-кинотеатра и других сервисов [28]. Геолокация в смартфонах позволяет получить более точную картину перемещений туристов внутри туристского направления, узнать о характеристиках и предпочтениях путешественников [29].

Исследование проводилось в июне 2023 г. Анализировались внутренние и въездные потоки путешественников, посетивших регион с целью туризма, данные о которых в силу

актуальности развития в стране внутреннего туризма требуют особого внимания. Исследовались следующие геоаналитические данные о туристских потоках: количество поездок; демографический, социально-экономический и психографический портрет путешественников; районы посещений в Пензенской области; продолжительность визитов. Данные собирались по абонентам сотовой связи компании ПАО «МТС» в период с января по август 2022 г.

В работе были использованы методы сбора, обработки и анализа цифровых геоаналитических данных цифровой платформы «ГеоЭффект» оператора сотовой связи ПАО «МТС» о туристских потоках Пензенской области, методы сравнения и обобщения информации, анализа и синтеза.

Результаты

В период с января по август 2022 г. туристы совершили 73 433 поездки в Пензенскую область, из них 69 886 поездок осуществлено туристами РФ и 3547 поездок – иностранными туристами (рис. 1).

37 833 поездки (51,5%) осуществлено мужчинами, 32 465 поездок (44,2%) – женщинами, у остальных путешественников пол не определен (3135 поездки (4,3%)) (рис. 2).

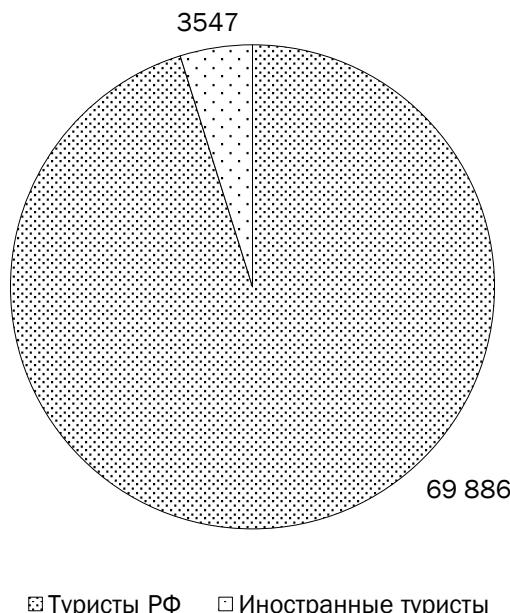


Рис. 1. Количество поездок туристов в Пензенскую область в период с января по август 2022 г.



Рис. 2. Количество поездок мужчин и женщин в Пензенскую область в период с января по август 2022 г.

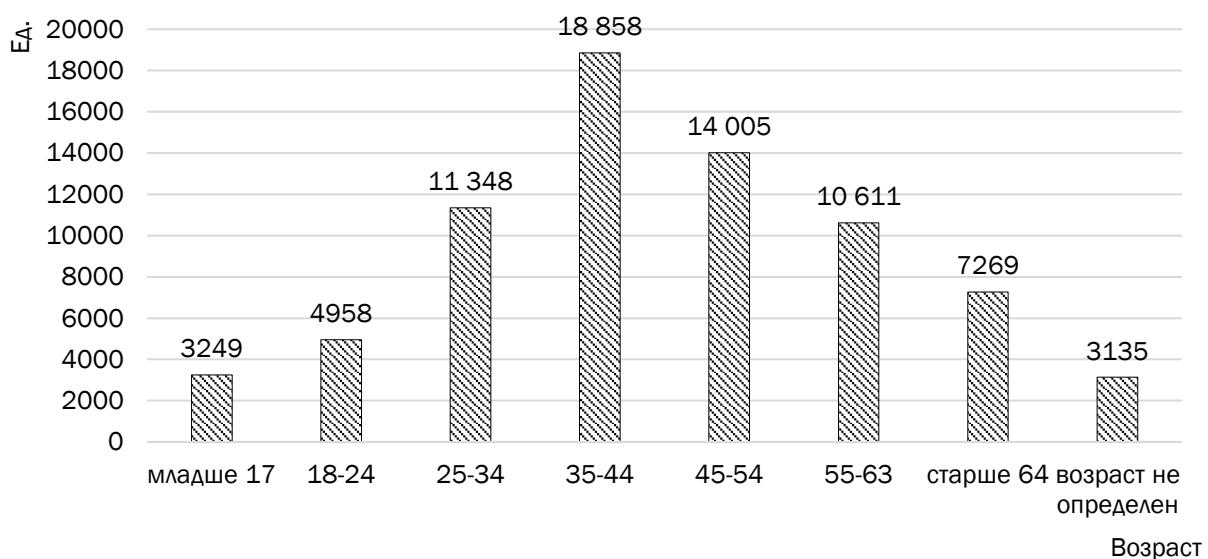


Рис. 3. Количество поездок туристов разных возрастов в Пензенскую область в период с января по август 2022 г.

О возрасте туристов, посетивших Пензенскую область в исследуемый период, были получены данные, представленные на рис. 3. Они позволяют сделать вывод о том, что больше всего поездок в регион совершили туристы в возрасте от 35 до 44 лет (26%). Среди путешественников также были несовершеннолетние, которые совершили 4,4% поездок, и молодые путешественники в возрасте от 18 до 34 лет, совершившие 22,2% поездок.

Геоаналитические данные цифровой платформы «ГеоЭффект» оператора сотовой связи ПАО «МТС» позволили получить информацию и о доходе туристов региона (рис. 4), которая свидетельствует о том, что больше всего поездок в регион совершили туристы с доходом 75–150 тыс. руб. (24,7%), меньше всего – туристы с доходом 150–300 тыс. руб. (1,1%).

В целом наличие туристов разного возраста и с разным доходом вызывает необходи-

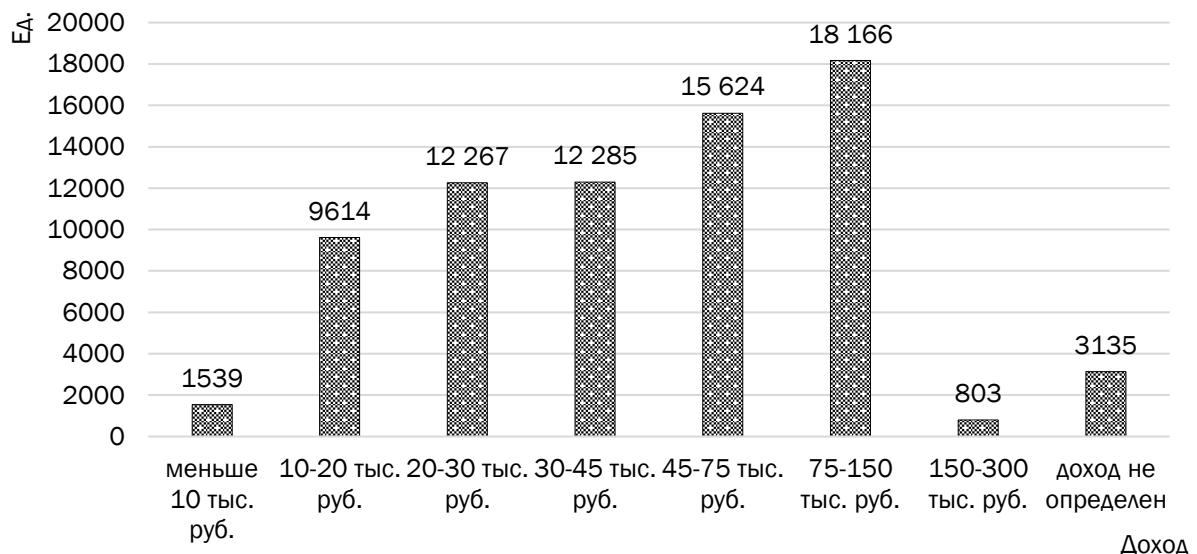


Рис. 4. Количество поездок туристов с разным доходом в Пензенскую область в период с января по август 2022 г.

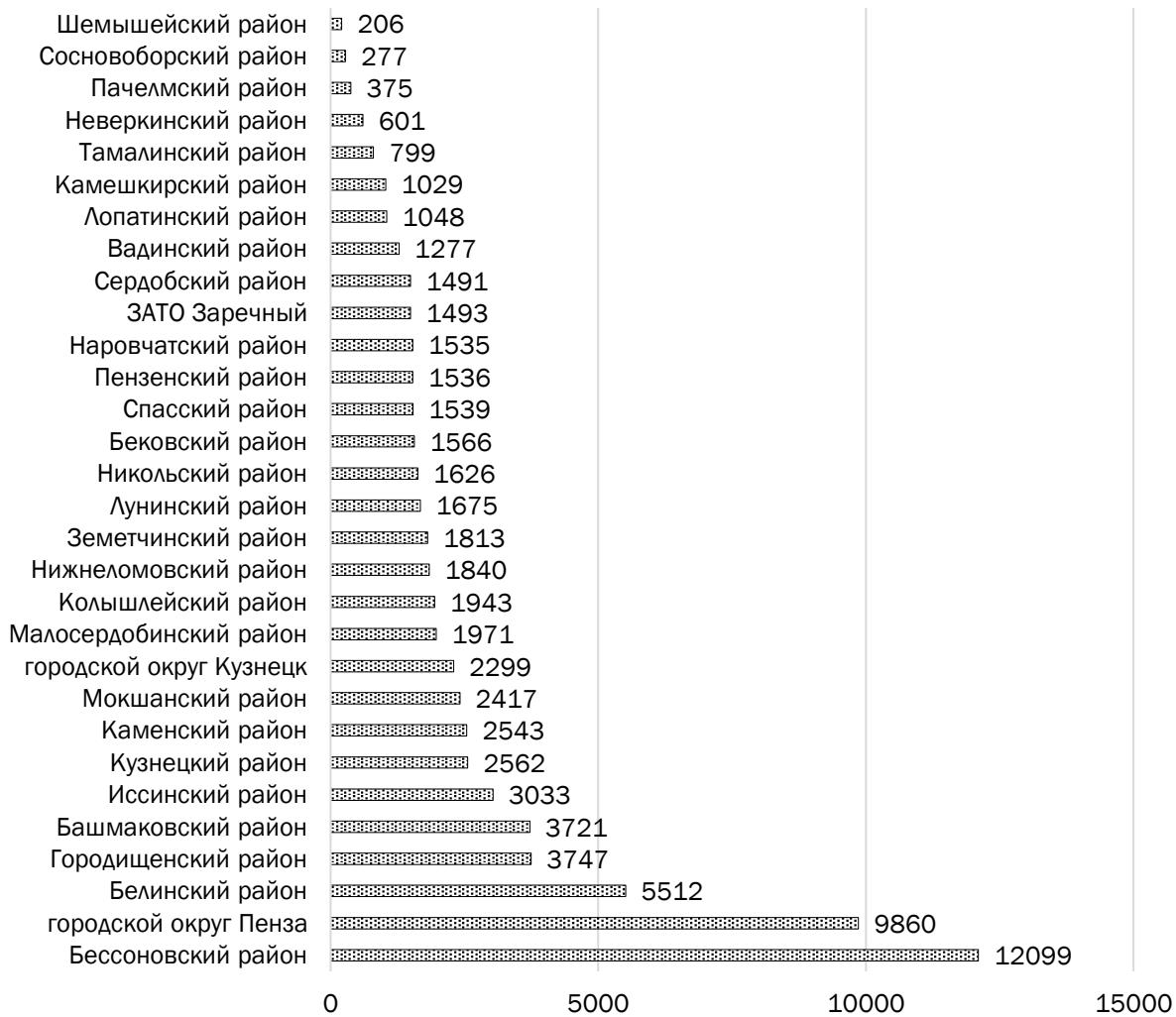


Рис. 5. Количество поездок туристов в разные районы Пензенской области в период с января по август 2022 г.

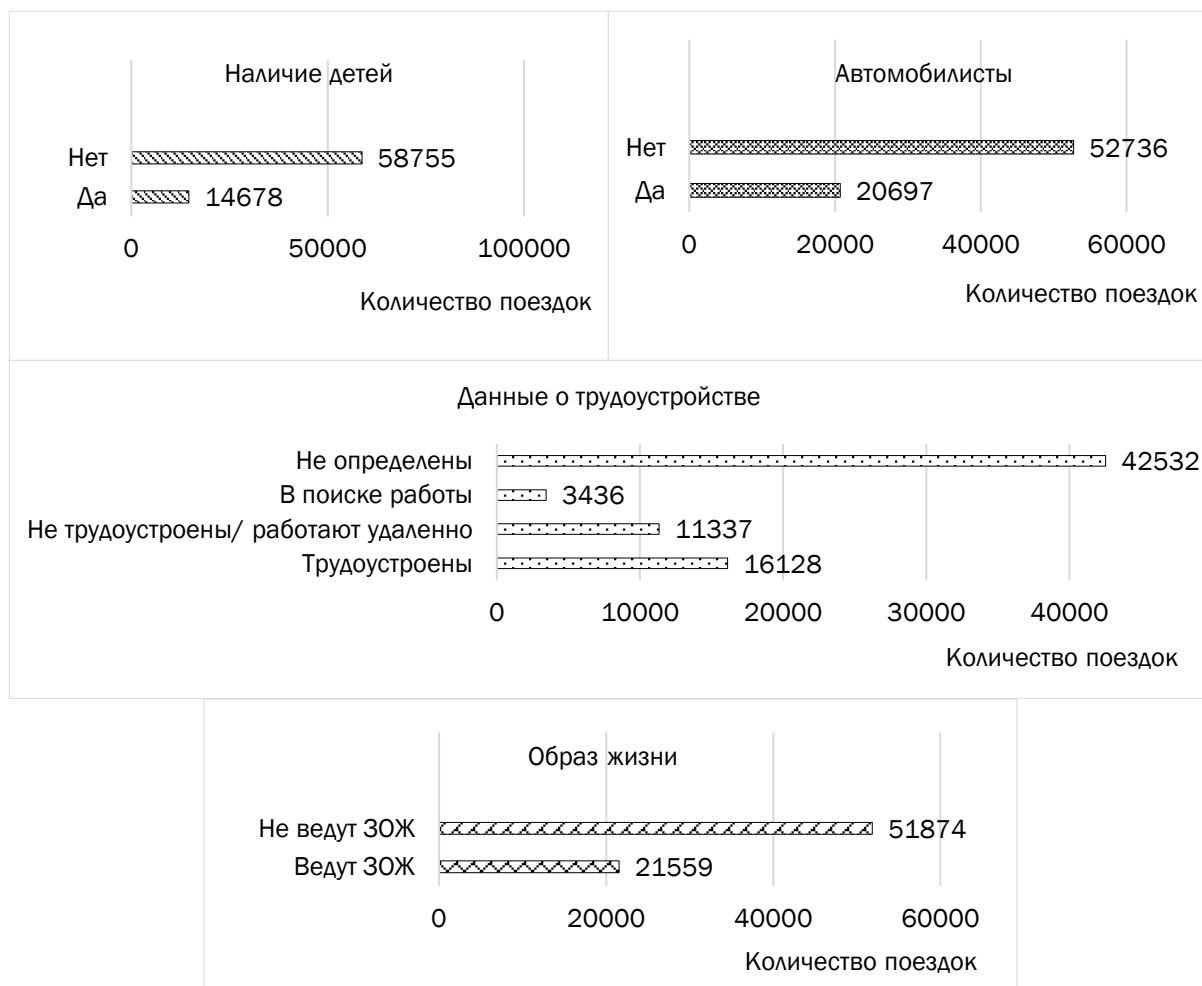


Рис. 6. Количество поездок туристов с разными психографическими характеристиками в Пензенскую область в период с января по август 2022 г.

мость более подробного изучения их туристских целей, объектов посещения и туристских интересов, потребительского поведения для создания дифференцированного ценностного предложения, формирования ассортимента туристских продуктов и услуг для потребителей разных сегментов, например, в рамках молодежного туризма.

В рамках исследования были получены данные о районах Пензенской области, которые посетили туристы в период с января по август 2022 г. с целью «туризм» (рис. 5), которые требуют проведения дополнительных качественных исследований для получения информации о туристских объектах посещения в районах, средствах размещения, предприятиях питания туристов и т.п.

По продолжительности визитов туристов в Пензенскую область в период с января по август 2022 г. получены следующие данные:

37 086 поездок совершено в пределах от 1 до 2 дней; 13 362 поездки – от 3 до 7 дней; 10 374 поездки – от 2 до 3 дней; 6 811 поездок – от 7 до 15 дней; 3 242 поездки – до 1 дня; 2 101 поездка – от 15 до 30 дней; 457 поездок имеют иную продолжительность. Можно предположить, что в случае продолжительности поездки до 3 дней (69% поездок) туристы путешествовали в период выходных.

На рис. 6 представлены данные о наличии у туристов РФ, посетивших Пензенскую область, детей, автомобилей, данные об их трудоустройстве и образе жизни. На основании полученных данных нельзя определить, сколько из туристов РФ, имеющих детьми, приезжали в регион с детьми, а по данным о трудоустройстве нельзя выявить профессиональную сферу деятельности путешественника, что требует проведения дополнительных качественных исследований.

Обсуждение

Геоаналитические данные цифровой платформы «ГеоЭффект» ПАО «МТС» позволили проанализировать туристские потоки Пензенской области, описать профиль туристов, опираясь на социально-демографические, географические, экономические и психографические параметры путешественников, а также определить посещаемые локации. Платформа обладает возможностями проведения более детальных исследований микросегментов туристов РФ за счет проставления фильтров, например, по домашнему региону туристов, их возрасту или доходам, с целью формирования в будущем персонализированного предложения для них. Можно проанализировать данные о зарубежных туристах, экскурсантах, транзитных туристах. Информация о геолокации позволяет выявить объекты частого посещения – гостиницы, рестораны, музеи, транспортные терминалы, объекты развлечения и другие. С помощью расширенного функционала платформы можно собрать данные по абонентам всех операторов связи.

Используемый в рамках проведенного исследования подход сбора геоаналитических данных имеет ряд недостатков. Во-первых, полученных данных недостаточно для составления детального профиля туристов и полного понимания их потребностей, что обуславливает необходимость проведения дополнительных качественных исследований путешественни-

ков. Во-вторых, использование подхода должно соответствовать принципам защиты персональных данных, что предполагает анализ исключительно обезличенной информации.

Заключение

Сегодня, когда цифровизация стала одним из ключевых направлений развития туристской индустрии, применение цифровых технологий создает дополнительные возможности для развития бизнеса и туристских дестинаций [30]. Получение и анализ геоаналитических данных позволяют органам власти, в том числе правительству Пензенской области, принимать управленческие решения в целях реализации туристской политики и развития территорий, туристскому бизнесу – создавать конкурентоспособные туристские продукты, ориентированные на потребности целевых туристов, управлять жизненным циклом туристских продуктов.

С теоретической точки зрения исследование подчеркивает важность использования геоаналитики для целей статистики туризма и позволяет продемонстрировать один из подходов к построению профилей туристов на основе геоаналитических данных операторов сотовой связи, с практической – представляет интерес для турбизнеса и туристских администраций. В рамках будущих исследований планируется построить цифровые профили туристов РФ и иностранных туристов, посещающих Пензенскую область.

Список источников

1. Радченко Т.А., Банникова К.А., Кочеткова Н.М. Развитие туринастрии: геоаналитические данные как инструмент принятия решений // Вопросы государственного и муниципального управления. 2022. № 3. С. 193–218. doi:10.17323/1999-5431-2022-0-3-193-218.
2. Щепетова И.В., Скоробогатых И.А. Анализ клиентского опыта и экстра-сервис как конкурентное преимущество компании в секторе HoReCa // Практический маркетинг. 2021. № 11 (297). С. 32–41. doi:10.24412/2071-3762-2021-11297-32-41.
3. Желнина З.Ю. Потенциал цифровой аналитики в исследовании феномена микротуризма // Общество: политика, экономика, право. 2021. № 5 (94). С. 47–53. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponentsiyal-tsifrovoy-analitiki-v-issledovanii-fenomena-mikroturizma> (дата обращения: 08.09.2023).
4. Абдунурова А.А., Разакова Д.И., Давлетова М.Г. Глобальный портрет современного туриста: тревел-тренды в маркетинге // Вестник университета «Туран». 2022. № 1. С. 166–173. URL: <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2022-1-1-166-173> (дата обращения: 08.09.2023).
5. Коновалова Е.Е., Макушева О.Н. Портрет потребителя гостиничного продукта: взгляд через призму времен // Сервис Plus. 2022. Т. 16, № 2. С. 129–141. doi:10.5281/zenodo.6964566. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/portret-potrebitelya-gostinichnogo-produkta-vzglyad-cherez-prizmu-vremen> (дата обращения: 08.09.2023).

6. Кошурникова Ю.Е. Разработка портрета современного туриста как основа клиентоориентированности туристского продукта // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2-2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=22851> (дата обращения: 08.09.2023).
7. Матвеевская А.С. Цифровые технологии международного туризма: мировой опыт // Россия в глобальном мире. 2022. № 22 (45). С. 31–41. doi:10.48612/rg/RGW.22.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-mezhdunarodnogo-turizma-mirovoy-oput-1> (дата обращения: 08.09.2023).
8. Долженко Р.А. Анализ данных сотовых сетей при изучении населения // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2021. Т. 19, № 1. С. 58–69. doi:10.24147/1812-3988.2021.19(1).58-69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-danniy-sotovyh-setey-pri-izuchenii-naseleniya> (дата обращения: 08.09.2023).
9. Гамидуллаева Л.А., Финогеев А.Г. Методы управления жизненным циклом туристского продукта в регионе // Модели, системы, сети в экономике, технике, природе и обществе. 2023. № 2. С. 25–41. doi:10.21685/2227-8486-2023-2-2.
10. Гамидуллаева Л.А., Финогеев А.Г. Методические подходы к управлению развитием отраслевых экосистем (на примере туристской индустрии) // π-Economy. 2023. Т. 16, № 2. С. 7–23. doi:10.18721/JE.16201.
11. Feasibility study on the use of mobile positioning data for tourism statistics : consolidated report Eurostat contract No. 30501.2012. 001-2012.452 / Ahas R., Armoogum J., Esko S. [et al.]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/747990/6225717/MPConsolidated-report.pdf> (дата обращения: 08.09.2023).
12. Yallop A., Seraphin H. Big data and analytics in tourism and hospitality: opportunities and risks // Journal of Tourism Futures. 2020. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-10-2019-0108/full/html> (дата обращения: 08.09.2023).
13. Assessing the quality of mobile phone data as a source of statistics, paper for the European Conference on quality in official statistics Q2016 / De Meersman F., Seynaeve G., Debusschere M. [et al.]. 2016. URL: https://cros-legacy.ec.europa.eu/system/files/assessing_the_quality_of_mobile_phone_data_as_a_source_of_statistics_q2016.pdf (дата обращения: 08.09.2023).
14. Grassini L., Dugheri G. Mobile phone data and tourism statistics: a broken promise? // National Accounting Review. 2021. Vol. 3, Issue 1. Pp. 50–68. doi:10.3934/ NAR.2021002.
15. Peng X., Huang Zh. A novel popular tourist attraction discovering approach based on geo-tagged social media big data // ISPRS International Journal of Geo-Information. 2017. Vol. 216, No. 6. URL: <https://doi.org/10.3390/ijgi6070216> (дата обращения: 08.09.2023).
16. Развитию внутреннего туризма помогут большие данные. URL: <https://rg.ru/2020/09/09/razvitiu-vnutrennego-turizma-pomogut-bolshie-dannye.html> (дата обращения: 08.09.2023).
17. Цифровой туризм. URL: <https://gov.megafon.ru/products/cifrovoj-turizm> (дата обращения: 08.08.2023).
18. В России создадут цифровой профиль туриста. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/05/04/2021/6065c1079a79477f70e6d9c3 (дата обращения: 08.09.2023).
19. СберАналитика : [портал профессиональной аналитики]. URL: <https://sberanalytics.ru> (дата обращения: 08.09.2023).
20. СберИндекс : [сайт]. URL: <https://sberindex.ru/ru> (дата обращения: 08.08.2023).
21. Profi.Travel : [сайт]. URL: <https://welcome.profi.travel/analytics> (дата обращения: 08.09.2023).
22. Tourism statistics: early adopters of big data? / European Union. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2017. 31 p. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/8234206/KS-TC-17-004-EN-N.pdf> (дата обращения: 08.09.2023).
23. Destination X: where to next? What leisure travelers want in a COVID-19 world. URL: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/destination-x-where-to-next> (дата обращения: 08.09.2023).
24. La nuova indagine sulla domanda turistica / Istituto Nazionale di Statistica. 2018. URL: <https://www.istat.it/it/files//2018/10/La-nuova-indagine-sulla-domanda-turistica.pdf> (дата обращения: 08.09.2023).
25. UN Global Platform. Data for the world. A global collaboration to harness the power of data for better lives. URL: <https://unstats.un.org/bigdata/un-global-platform.cshtml> (дата обращения: 08.09.2023).
26. European statistical system (ESS) : [сайт]. URL: https://cros-legacy.ec.europa.eu/content/essnet-big-data-1_en (дата обращения: 08.09.2023).

27. Траектории конкурентоспособности науки, социальной сферы и экономики: монография / И.В. Кузнецова, Е.Г. Жулина, О.Е. Ваганова [и др.] ; под общ. ред. Е.Г. Жулиной. Энгельс : ИНИРПК, 2022. 105 с.

28. ГеоЭффект. МТС Поддержка : [сайт]. URL: <https://support.mts.ru/mts-tsmr> (дата обращения: 08.09.2023).

29. Данные и цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России / Tourism Economics. URL: <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Russia-Final-Small-Russian.pdf> (дата обращения: 08.09.2023).

30. Гамидуллаева Л.А., Зинченко С.В. Стратегические направления преобразований туристской индустрии Пензенской области в ответ на глобальный тренд цифровой трансформации // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 6 (224). С. 27–38. doi:10.46554/1993-0453-2023-6-224-27-38.

References

1. Radchenko T.A., Bannikova K.A., Kochetkova N.M. Development of the tourism industry: analytical data as a decision-making tool // Issues of state and municipal management. 2022. No. 3. Pp. 193–218. doi:10.17323/1999-5431-2022-0-3-193-218.
 2. Shchepetova I.V., Skorobogatykh I.A. Analysis of customer experience and extra-service as a competitive advantage of the company in the HoReCa sector // Practical Marketing. 2021. No. 11 (297). Pp. 32–41. doi:10.24412/2071-3762-2021-11297-32-41.
 3. Zhelnina Z.Yu. Potential of digital analytics in studying the phenomenon of micro-tourism // Society: Politics, Economics, Law. 2021. No. 5 (94). Pp. 47–53. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-tsifrovoy-analitiki-v-issledovanii-fenomena-mikroturizma> (date of access: 08.09.2023).
 4. Abdunurova A.A., Razakova D.I., Davletova M.G. Global portrait of a modern tourist: travel trends in marketing // Bulletin of "Turan" University. 2022. No. 1. Pp. 166–173. URL: <https://doi.org/10.46914/1562-2959-2022-1-1-166-173> (date of access: 08.09.2023).
 5. Konovalova E.E., Makusheva O.N. Portrait of a consumer of a hotel product: a look through the prism of time // Service Plus. 2022. Vol. 16, No. 2. Pp. 129–141. doi:10.5281/zenodo.6964566. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/portret-potrebatelya-gostinichnogo-produkta-vzglyad-cherez-prizmu-vremen> (date of access: 08.09.2023).
 6. Koshurnikova Yu.E. Working the likeness of modern tourist as basis of the tourist product focused on clients // Modern problems of science and education. 2015. No. 2-2. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=22851> (date of access: 08.09.2023).
 7. Matveevskaya A.S. Digital technologies of international tourism: world experience // Russia in the Global World. 2022. No. 22 (45). Pp. 31–41. doi:10.48612/rg/RGW.22.3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-mezhdunarodnogo-turizma-mirovoy-opyt-1> (date of access: 08.09.2023).
 8. Dolzhenko R.A. Data analysis of mobile networks in the study of population // OmsU Bulletin. Series: Economics. 2021, Vol. 19, No. 1. Pp. 58–69. doi:10.24147/1812-3988.2021.19(1).58-69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-dannih-sotovih-setey-pri-izuchenii-naseleniya> (date of access: 08.09.2023).
 9. Gamidullaeva L.A., Finogeev A.G. Methods for managing the life cycle of a tourist product in a region // Models, systems, networks in economics, technology, nature and society. 2023. No. 2. Pp. 25–41. doi:10.21685/2227-8486-2023-2-2.
 10. Gamidullaeva L.A., Finogeev A.G. Methodological approaches to managing the development of industry ecosystems (using the example of the tourism industry) // π-Economy. 2023. Vol. 16, No. 2. Pp. 7–23. doi:10.18721/JE.16201.
 11. Feasibility study on the use of mobile positioning data for tourism statistics : consolidated report Eurostat contract No. 30501.2012. 001-2012.452 / Ahas R., Armoogum J., Esko S. [et al.]. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/747990/6225717/MPConsolidated-report.pdf> (date of access: 08.09.2023).
 12. Yallop A., Seraphin H. Big data and analytics in tourism and hospitality: opportunities and risks // Journal of Tourism Futures. 2020. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JTF-10-2019-0108/full/html> (date of access: 08.09.2023).
 13. Assessing the quality of mobile phone data as a source of statistics, paper for the European conference on quality in official statistics Q2016 / De Meersman F., Seynaeve G., Debusschere M. [et al.]. 2016.

- URL: https://cros-legacy.ec.europa.eu/system/files/assessing_the_quality_of_mobile_phone_data_as_a_source_of_statistics_q2016.pdf (date of access: 08.09.2023).
14. Grassini L., Dugheri G. Mobile phone data and tourism statistics: a broken promise? // National Accounting Review. 2021. Vol. 3, Issue 1. Pp. 50–68. doi:10.3934/ NAR.2021002.
15. Peng X., Huang Zh. A novel popular tourist attraction discovering approach based on geo-tagged social media big data // ISPRS International Journal of Geo-Information. 2017. Vol. 216, No. 6. URL: <https://doi.org/10.3390/ijgi6070216> (date of access: 08.09.2023).
16. Big data will help develop domestic tourism. URL: <https://rg.ru/2020/09/09/razvitiu-vnutrennego-turizma-pomogut-bolshie-dannye.html> (date of access: 08.09.2023).
17. Digital tourism. URL: <https://gov.megafon.ru/products/cifrovoj-turizm> (date of access: 08.08.2023).
18. A digital tourist profile will be created in Russia. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/05/04/2021/6065c1079a79477f70e6d9c3 (date of access: 08.09.2023).
19. SberAnalytics : [professional analytics portal]. URL: <https://sberanalytics.ru> (date of access: 08.09.2023).
20. SberIndex : [website]. URL: <https://sberindex.ru/ru> (date of access: 08.08.2023).
21. Profi.Travel : [website]. URL: <https://welcome.profi.travel/analytics> (date of access: 08.09.2023).
22. Tourism statistics: early adopters of big data? / European Union. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2017. 31 p. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3888793/8234206/KS-TC-17-004-EN-N.pdf> (date of access: 08.09.2023).
23. Destination X: where to next? What leisure travelers want in a COVID-19 world. URL: <https://amadeus.com/en/insights/research-report/destination-x-where-to-next> (date of access: 08.09.2023).
24. La nuova indagine sulla domanda turistica / Istituto Nazionale di Statistica. 2018. URL: <https://www.istat.it/it/files//2018/10/La-nuova-indagine-sulla-domanda-turistica.pdf> (date of access: 08.09.2023).
25. UN Global Platform. Data for the world. A global collaboration to harness the power of data for better lives. URL: <https://unstats.un.org/bigdata/un-global-platform.cshtml> (date of access: 08.09.2023).
26. European statistical system (ESS) : [website]. URL: https://cros-legacy.ec.europa.eu/content/essnet-big-data-1_en (date of access: 08.09.2023).
27. Trajectories of the competitiveness of science, the social sphere and the economy : monograph / I.V. Kuznetsova, E.G. Zhulina, O.E. Vaganova ; under the general editorship of E.G. Zhulina. Engels : Institute of Scientific Research and Development of Professional Competencies, 2022. 105 p.
28. GeoEffect. MTS Support : [website]. URL: <https://support.mts.ru/mts-tsmr> (date of access: 08.09.2023).
29. Data and digital platforms as a growth factor for the tourism industry in Russia // Tourism Economics. URL: <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Russia-Final-Small-Russian.pdf> (date of access: 08.09.2023).
30. Gamidullaeva L.A., Zinchenko S.V. Strategic directions of transformation of the tourism industry of the Penza region in response to the global trend of digital transformation // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 6 (224). Pp. 27–38. doi:10.46554/1993-0453-2023-6-224-27-38.

Информация об авторе

С.В. Зинченко – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Маркетинг, коммерция и сфера обслуживания» Пензенского государственного университета.

Information about the author

S.V. Zinchenko – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Commerce and Service of Penza State University.

Статья поступила в редакцию 08.11.2023; одобрена после рецензирования 09.11.2023; принята к публикации 09.11.2023.

The article was submitted 08.11.2023; approved after reviewing 09.11.2023; accepted for publication 09.11.2023.

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 46–52.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 46–52.

Научная статья
УДК 336.6:519.87
doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-46-52

Математическое моделирование неисполнения финансовых требований кредиторов компаниями обрабатывающей промышленности

Сергей Иванович Макаров¹, Максим Андреевич Болдырев²

¹ Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия,
matmaksi@yandex.ru

² Самарский университет государственного управления «Международный институт рынка»,
Самара, Россия, boldyrev673@mail.ru

Аннотация. В работе изучается возможность применения компаниями разработанных авторами моделей оценки риска неисполнения финансовых обязательств по облигациям перед кредиторами. Исследована применимость известных моделей анализа финансовой устойчивости компании к оценке данного риска. Проведен анализ эффективности указанных математических моделей. Разработаны интервальные оценки финансовой устойчивости компании. Отмечено, что эти операции позволяют увеличить эффективность моделирования исследуемого риска неисполнения финансовых требований кредиторов.

Ключевые слова: неисполнение финансовых требований кредиторов, финансовая устойчивость компании, метод статистических гипотез, математическое моделирование

Основные положения:

- ◆ разработанные авторами математические модели оценки финансовой устойчивости компаний – logit-модель (2018), probit-модель (2018), logit-модель (2022) – применимы к оценке риска несоблюдения финансовых обязательств перед кредиторами;
- ◆ модель Э. Альтмана, шестифакторная модель В.Е. Рыгина, пятифакторная модель Е.А. Федоровой и Е.В. Гиленко также могут быть применимы к оценке риска, эффективность моделирования по ним не превышает 75%;
- ◆ применение интервальных оценок моделей позволяет увеличить эффективность моделирования данного риска до 81%.

Для цитирования: Макаров С.И., Болдырев М.А. Математическое моделирование неисполнения финансовых требований кредиторов компаниями обрабатывающей промышленности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 46–52. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-46-52.

Mathematical modeling of non-fulfillment of creditors' financial claims by manufacturing companies

Sergey I. Makarov¹, Maxim A. Boldyrev²

¹ Samara State University of Economics, Samara, Russia, matmaksi@yandex.ru

² Samara University of Public Administration "International Market Institute", Samara, Russia, boldyrev673@mail.ru

Abstract. The paper examines the possibility of companies using models developed by the authors to assess the risk of non-fulfillment of financial obligations under bonds to creditors. The applicability of well-known models of the financial stability analysis of the company to the assessment of this risk is investigated. The analysis of the effectiveness of these mathematical models is carried out. Interval estimates of the financial stability of the company have been developed. It is noted that these operations will increase the effectiveness of modeling the studied risk of non-fulfillment of creditors' financial claims.

Keywords: non-fulfillment of creditors' financial claims, financial stability of the company, method of statistical hypotheses, mathematical modeling

Highlights:

- ◆ the mathematical models developed by the authors for assessing the financial stability of companies – logit model (2018), probit model (2018), logit model (2022) – are applicable to assessing the risk of non-compliance with financial obligations to creditors;
- ◆ the model of E. Altman, the six-factor model of V.E. Rygin, the five-factor model of E.A. Fedorova and E.V. Gilenko can also be applied to risk assessment, the modeling efficiency for them does not exceed 75%;
- ◆ the use of interval estimates of models makes it possible to increase the effectiveness of modeling this risk up to 81%.

For citation: Makarov S.I., Boldyrev M.A. Mathematical modeling of non-fulfillment of creditors' financial claims by manufacturing companies // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 46–52. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-46-52.

Введение

Моделирование риска неисполнения финансовых обязательств является инструментом снижения кредитного риска коммерческих банков, а также инструментом определения оптимальных поставщиков продукции, корпоративных клиентов, которым компания предоставляет возможность оплаты продукции на условиях рассрочки платежей.

Целью настоящей работы является анализ эффективности разработанных нами математических моделей, а также сравнение их с другими известными моделями [1; 2; 3, с. 479].

Методы

Прогнозируемым риском может выступать банкротство компании или неисполнение финансовых требований кредиторов [4]. По

нашему мнению, целесообразным является не математическое моделирование риска банкротства компании, а моделирование риска неисполнения требований кредиторов по финансовым обязательствам компаний обрабатывающей промышленности России.

Если организация по итогам применения мероприятий финансового оздоровления не может исполнить финансовые обязательства, применяется конкурсное производство, при котором реализуется имущество должника с целью исполнения финансовых обязательств организации. Только тогда компания признается банкротом.

Таким образом, непосредственным экономическим результатом снижения финансовой устойчивости компании является неисполнение компанией финансовых требований

Анализ эффективности моделирования риска

Таблица 1

Математическая модель	k_3
Модель Ж. Лего	0,75
Модель Э. Альтмана	0,75
Модель М. Змиевского	0,74
Logit-модель (2018)	0,71
Модель Р. Лиса	0,69
Модель Г. Спрингейта	0,68
Probit-модель (2018)	0,63
Модель Е.А. Федоровой, Е.В. Гиленко	0,62
Logit-модель (2022)	0,61
Модель Д. Чессера	0,6
Модель В.Е. Рыгина	0,6
Модель Р. Таффлера	0,56

кредиторов. Поэтому мы считаем целесообразным прогнозирование не банкротства компании, а неисполнение финансовых требований кредиторов.

Исследуемая выборка включает компании России, относящиеся к классификационной группе ОКВЭД «Обрабатывающие производства» [5; 6].

Расчет оценки риска с использованием булевых переменных по разработанной нами в 2022 г. трехшаговой методике [2] имеет вид:

$$R = 1 - \frac{e^Z}{1+e^Z};$$

$$Z = -1,14 + 0,04 \frac{K_i + DO_i - VA_i}{CK_i} + 0,38 \frac{B_i - B_{i-1}}{B_{i-1}} - 0,31 \frac{\text{Проц}_i - \text{Проц}_{i-1}}{\text{Проц}_{i-1}} + \frac{\text{ЧП}_i + \text{ЧП}_{i-1}}{KO_{i-1} + KO_{i-1}} + 0,92k_{\text{пп}} + 1,51k_{\text{кпп}},$$

где $k_{\text{пп}} = \begin{cases} 1, & \text{если ЧП}_i > \text{ЧП}_{i-1}, \\ 0 & \text{в других случаях}; \end{cases}$

$k_{\text{кпп}} = \begin{cases} 1, & \text{если } (CK_i > 3K_i) \text{ OR } (B_i > 3K_i), \\ 0 & \text{в других случаях}. \end{cases}$

Использование в математической модели булевых переменных позволило улучшить диагностические свойства разработанных ранее logit- и probit-моделей [2].

Была исследована применимость известных моделей финансовой устойчивости: пятифакторная модель Э. Альтмана, шестифакторная модель В.Е. Рыгина, пятифакторная модель Е.А. Федоровой и Е.В. Гиленко [4] и др.

Применимость анализируемых математических моделей к исследованию риска, определенных с помощью критерия Стьюдента, приведены в табл. 1.

При анализе статистических гипотез исследуется возможность применения гипотезы H_1 на статистическом уровне значимости 95% и 90% [7]. В рамках настоящей работы математическая модель считается нами применимой к оценке риска, если вероятность применимости модели, оцененная с помощью критерия Стьюдента, превышает 85%.

Произведен расчет интервальных оценок анализируемых в данной работе моделей, адаптированных к оценке исследуемого риска.

Определяются диапазоны значений итогового индикатора исследуемых математических моделей, соответствующие интервальным оценкам значительной, а также низкой вероятности неисполнения финансовых требований кредиторов.

Диапазоном неопределенности является диапазон значений итогового индикатора модели, на основании которых невозможно определить значительный или незначительный риск неисполнения финансовых требований кредиторов компаниями обрабатывающей промышленности России.

Результаты

Исследуется применимость рассматриваемых математических моделей к оценке риска несоблюдения финансовых обязательств перед кредиторами. Вероятность применимости всех разработанных нами математических моделей превышает 99% согласно критерию Стьюдента.

Повышение эффективности моделирования может быть обеспечено интервальными

Таблица 2
Интервальные оценки анализируемых математических моделей, адаптированные к исследованию
риска несоблюдения финансовых обязательств перед кредиторами

Математическая модель	Риск неисполнения требований кредиторов			k_{α}
	Незначительный риск	Диапазон неопределенности	Значительный риск	
Модель Г. Спрингейта	$Z > 1,8$	-	$Z < 1,8$	0,81
Модель Э. Альтмана	$Z > 2,96$	-	$Z < 2,96$	0,79
Logit-модель (2022)	$R < 0,32$	-	$R > 0,32$	0,75
Модель Д. Чессера	$P < 0,01$	-	$P > 0,01$	0,74
Модель Р. Таффлера	$Z > 0,63$	-	$Z < 0,63$	0,72
Logit-модель (2018)	$R < 0,5$	-	$R > 0,5$	0,71
Модель М. Змиевского	$P < 0,5$	[0,5; 0,75]	$P > 0,75$	0,71
Модель Р. Лиса	$Z > 0,07$	-	$Z < 0,07$	0,71
Probit-модель (2018)	$R < 0,25$	-	$R > 0,38$	0,68
Модель Е.А. Федоровой, Е.В. Гиленко	$P < 0,11$	[0,11; 0,16]	$P > 0,16$	0,66
Модель Ж. Лего	$Z > 0,43$	[-1,8; 0,43]	$Z < -1,8$	0,6

оценками рассматриваемых моделей, которые адаптированы к оценке риска.

Интервальные оценки анализируемых математических моделей, соответствующие значительной, а также незначительной вероятности неисполнения финансовых требований кредиторов, приведены в табл. 2. Также в ней представлены значения коэффициента эффективности моделирования k_{α} , характеризующие разработанные интервальные оценки.

Таким образом, применение адаптированных интервальных оценок исследуемого риска, приведенных в табл. 2, позволяет увеличить эффективность моделирования данного риска с помощью модели Г. Спрингейта, модели Э. Альтмана, модели Д. Чессера, разработанной нами logit-модели (2022 г.), модели Р. Таффлера, модели Р. Лиса, созданной нами probit-модели (2018 г.), модели Е.А. Федоровой, Е.В. Гиленко, модели Ж. Лего.

Обсуждение

В данной работе проведена сравнительная характеристика эффективности различных подходов к моделированию риска несоблюдения финансовых обязательств перед кредиторами.

На рис. 1 приведены математические модели, имеющие существенный коэффициент эффективности моделирования $k_{\alpha} > 0,7$.

Согласно полученным данным, эффективность исходных интервальных оценок моделирования риска не превышает 75%. Наиболь-

шую эффективность моделирования характеризуют исходные интервальные оценки модели Ж. Лего, модели Э. Альтмана, модели М. Змиевского, разработанной нами в 2018 г. logit-модели.

Разработанная нами в 2022 г. logit-модель [2] характеризуется значением коэффициента эффективности $k_{\alpha} = 0,85$, или 85%. Эффективность моделирования данного риска с помощью разработанных нами в 2018 г. logit- и probit-моделей – 79...80%. Таким образом, эффективность разработанных математических моделей снижается. Снижение эффективности моделирования определяется различием структуры выборок, используемых при анализе рисков. В исследовании использовались данные по предприятиям крупного бизнеса, разместивших свои облигации на Московской бирже. Основное количество компаний выборки обрабатывающей промышленности России, исследуемой в настоящей работе, – компании среднего и малого бизнеса.

В данном исследовании разработаны интервальные оценки финансовой устойчивости компаний, адаптированные к расчету уровня риска неисполнения финансовых обязательств перед кредиторами. Математические модели, характеризующиеся коэффициентом эффективности моделирования $k_{\alpha} > 0,7$, приведены на рис. 2.

Наибольшими значениями коэффициента эффективности моделирования k_{α} характери-

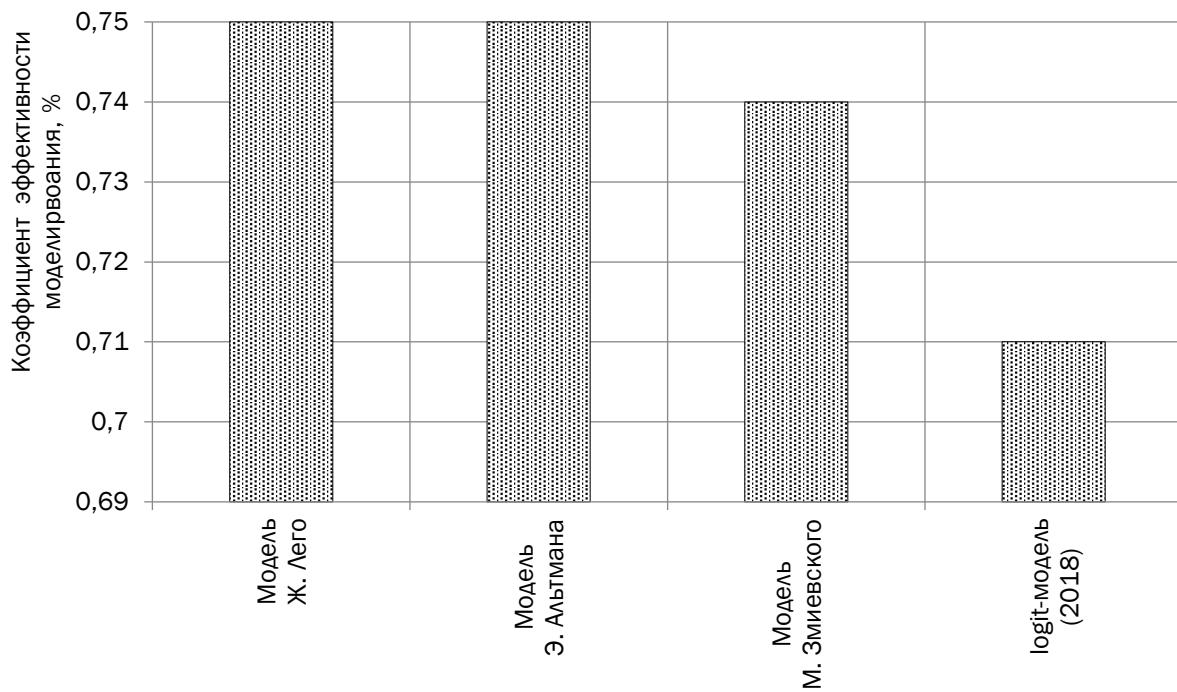


Рис. 1. Сравнительная характеристика эффективности различных подходов к моделированию риска неисполнения финансовых требований кредиторов

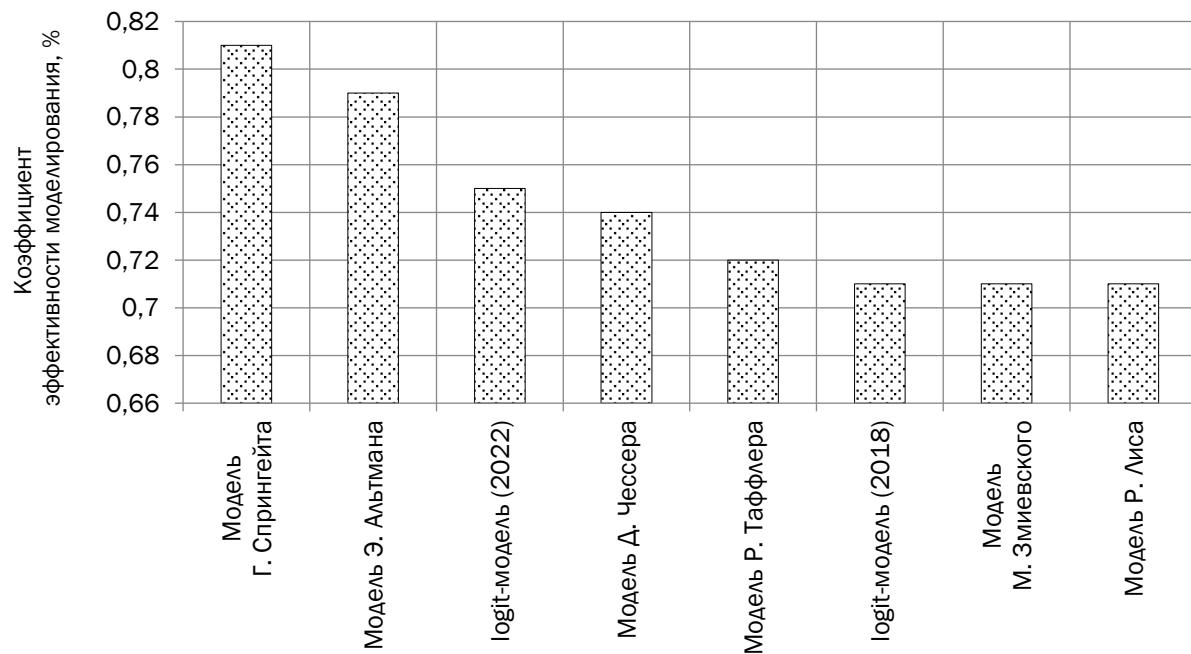


Рис. 2. Эффективность разработанных интервальных оценок рисков сбоев по выплатам кредиторам

зуются адаптированные интервальные оценки модели Г. Спрингейта, модели Э. Альтмана, logit-модели, включающей булевы переменные, разработанной нами в 2022 г., модели Д. Чессера, модели Р. Таффлера. Эффективность моделирования исследуемого риска с помощью адаптированных интервальных оценок

модели Г. Спрингейта и модели Э. Альтмана превышает 75%.

Применение адаптированных интервальных оценок позволяет увеличить эффективность разработанных нами математических моделей. Наибольшим значением коэффициента эффективности моделирования $k_3 = 0,75$

характеризуются адаптированные интервальные оценки разработанной нами в 2022 г. logit-модели, включающей логические переменные.

Заключение

Получены адаптированные интервальные оценки рисков финансовых сбоев по выпла-

там кредиторам компаниями России, что позволило увеличить эффективность моделирования данного риска с помощью исследуемых моделей. Разработанная методика может быть применена к широкому кругу задач, касающихся ранжирования рисков по невыплате задолженности кредиторам различными компаниями.

Список источников

1. Дуплякин В.М., Болдырев М.А. Статистическая оценка риска неисполнения обязательств компаний по облигациям на примере ПАО «Соломенский лесозавод» // Прикладная математика и вопросы управления. 2019. № 3. С. 161–179.
2. Болдырев М.А. Математическая модель риска неисполнения обязательств компаний на биржевом рынке, включающая логические переменные // Оригинальные исследования. 2022. Т. 12, № 12. С. 140–146.
3. Makarov S.I., Boldyrev M.A. Application of bool variables in analysis of risks in the bond market // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality / S.I. Ashmarina, V.V. Mantulenko (eds.). Cham : Springer, 2022. Pp. 479–488. (Lecture Notes in Networks and Systems, vol. 304).
4. Казаков А.В., Колышкин А.В. Разработка моделей прогнозирования банкротства в современных российских условиях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика. 2018. Т. 34, вып. 2. С. 241–266.
5. О несостоятельности (банкротстве) : федер. закон от 26.10.2002 № 127-ФЗ. URL: <https://base.garant.ru/185181> (дата обращения: 20.07.2023).
6. ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности : утв. приказом Росстандарта от 31.01.2014 № 14-ст. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320 (дата обращения: 20.07.2023).
7. СБИС : [сеть деловых коммуникаций]. URL: <https://sbis.ru> (дата обращения: 15.04.2023).

References

1. Duplyakin V.M., Boldyrev M.A. Statistical assessment of the bonds default risk by example of PJSC "Solomenskii Lesozavod" // Applied mathematics and management issues. 2019. No. 3. Pp. 161–179.
2. Boldyrev M.A. Mathematical model of default risk of companies in the securities market, including logical variables // Original Researches. 2022. Vol. 12, No. 12. Pp. 140–146.
3. Makarov S.I., Boldyrev M.A. Application of bool variables in analysis of risks in the bond market // Digital Technologies in the New Socio-Economic Reality / S.I. Ashmarina, V.V. Mantulenko (eds.). Cham : Springer, 2022. Pp. 479–488. (Lecture Notes in Networks and Systems, vol. 304).
4. Kazakov A.V., Kolyshkin A.V. Development of bankruptcy forecasting models in modern Russian conditions // Bulletin of St. Petersburg University. Economy. 2018. Vol. 34, Issue 2. Pp. 241–266.
5. On insolvency (bankruptcy) : federal law No. 127-FZ dated 26.10.2002. URL: <https://base.garant.ru/185181> (date of access: 20.07.2023).
6. OK 029-2014 (KDES Ed. 2). The All-Russian classifier of types of economic activity : approved by the order of Rosstandart dated 31.01.2014 No. 14-st. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320 (date of access: 20.07.2023).
7. SBIS : [business communications network]. URL: <https://sbis.ru> (date of access: 15.04.2023).

Информация об авторах

С.И. Макаров – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры статистики и эконометрики Самарского государственного экономического университета;

М.А. Болдырев – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и кадастра института экономики и права Самарского университета государственного управления «Международный институт рынка».

Information about the authors

S.I. Makarov – Doctor of Pedagogical Sciences, Professor, Professor of the Department of Statistics and Econometrics of Samara State University of Economics;

M.A. Boldyrev – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economics and Cadastre of the Institute of Economics and Law of Samara University of Public Administration "International Market Institute".

Статья поступила в редакцию 01.10.2023; одобрена после рецензирования 04.10.2023; принятa к публикации 06.10.2023.

The article was submitted 01.10.2023; approved after reviewing 04.10.2023; accepted for publication 06.10.2023.

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 53–65.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 53–65.

Научная статья
УДК 339.137.22:631.6
doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-53-65

Индикаторы и показатели оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли АПК РФ

Александра Анатольевна Угрюмова¹, Олеся Юрьевна Гришаева²,
Людмила Евгеньевна Паутова³

^{1,2,3} Всероссийский научно-исследовательский институт «Радуга», Коломна, Россия

¹ Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия

¹ feminaa@mail.ru

² zelen_go@mail.ru

³ cosidanie35@yandex.ru

Аннотация. В статье представлены результаты научно-практического исследования, целью которого является разработка системы индикаторов для оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли. Методы исследования – теоретический, логический, системный и ситуационный анализ, обобщение результатов. Выборка исследования – мелиоративные эксплуатирующие организации Департамента мелиорации Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, в качестве которых выступают федеральные государственные бюджетные учреждения «Управления «Меливодхоз». Результаты исследования заключаются в определении индикаторов оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли, которые позволяют выявить объективную характеристику ее функционирования и оценить конкурентоспособность мелиорации по таким блокам, как основной и оборотный капитал, отраслевая рабочая сила. Вместе с тем представленные исследователями группы данных для оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли нацелены на выявление экстенсивных и интенсивных возможностей развития мелиорации.

Ключевые слова: конкурентоспособность мелиоративной отрасли, основной и оборотный капитал, отраслевая рабочая сила, индикаторы потенциала конкурентоспособности, экстенсивные и интенсивные факторы

Основные положения:

- ♦ на основании исследования системы индикаторов потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли АПК РФ выделены 3 группы индикаторов, отвечающих за отдельные направления оценки потенциала конкурентоспособности отрасли;
- ♦ разработана и предложена система экстенсивных и интенсивных индикаторов потенциала конкурентоспособности отрасли, позволяющих дать комплексную характеристику ее функционирования и перспектив развития.

Благодарности: исследование выполнено в рамках Государственного задания Минсельхоза России на 2023 г. № 082-00079-23-01. Авторы выражают благодарность руководству Департамента мелиорации Минсельхоза России за организацию и проведение исследования в рамках государственного задания.

Для цитирования: Угрюмова А.А., Гришаева О.Ю., Паутова Л.Е. Индикаторы и показатели оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли АПК РФ // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 53–65. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-53-65.

Original article

Indicators for assessing the competitiveness potential of the reclamation industry of the agro-industrial complex of the Russian Federation

Alexandra A. Uglyumova¹, Olesya Yu. Grishaeva², Lyudmila E. Pautova³

^{1,2,3} All-Russian Scientific Research Institute "Raduga", Kolomna, Russia

¹ The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russia

¹feminaa@mail.ru

²zelen_go@mail.ru

³cosidanie35@yandex.ru

Abstract. The article presents results of a scientific and practical study aimed at developing a system of indicators to assess the competitiveness potential of the reclamation industry. Research methods include theoretical, logical, systemic and situational analysis, generalization of results. The sample of the study is meliorative operating organizations of the Department of Melioration of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation, which are federal state budgetary institutions of the Meliovodkhoz Management. The research task is to determine indicators for assessing the competitiveness potential of the land reclamation industry which allow us to identify an objective characteristic of its functioning and assess the competitiveness of land reclamation in such blocks as fixed and working capital, industrial labor. At the same time, the data groups presented by the researchers to assess the competitiveness potential of the land reclamation industry are aimed at identifying extensive and intensive opportunities for the development of land reclamation.

Keywords: competitiveness of the reclamation industry, fixed and working capital, industrial labor force, indicators of competitiveness potential, extensive and intensive factors

Highlights:

◆ based on the study of the system of indicators of the competitiveness potential of the reclamation industry of the agro-industrial complex of the Russian Federation, 3 groups of indicators responsible for certain areas of assessment of the competitiveness potential of the industry have been identified;

◆ a system of extensive and intensive indicators of the competitiveness potential of the industry has been developed and proposed, allowing to give a comprehensive description of its functioning and development prospects.

Acknowledgments: the study was carried out within the framework of the State task of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation for 2023 No. 082-00079-23-01. The authors express their gratitude to the management of the Department of Land Reclamation of the Ministry of Agriculture of the Russian Federation for organizing and conducting research within the framework of the state assignment.

For citation: Uglyumova A.A., Grishaeva O.Yu., Pautova L.E. Indicators for assessing the competitiveness potential of the reclamation industry of the agro-industrial complex of the Russian Federation // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 53–65. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-53-65.

Введение

Актуальность исследования разработки системы индикаторов для оценки потенциала конкурентоспособности (далее – КСП) мелиоративной отрасли определяется тем, что изучение факторов формирования потенциала КСП мелиоративной отрасли АПК РФ способствует реализации приоритетных направлений ее стратегического развития. Основными движущими силами интенсивного роста потенциала КСП мелиоративной отрасли являются человеческий капитал, научно-технические, технологические и инновационные ресурсы.

Цель исследования – разработать систему отраслевых индикаторов оценки потенциала КСП мелиоративной отрасли на примере ее организаций.

Объект исследования – мелиоративные эксплуатирующие организации Департамента мелиорации Минсельхоза России, в качестве которых выступают федеральные государственные бюджетные учреждения «Управления «Меливодхоз» (далее – ФГБУ).

Новизна результатов исследования в следующем:

♦ выявлены показатели и индикаторы исследования потенциала КСП мелиоративной отрасли в АПК РФ в современных условиях;

♦ определены группы интенсивных и экспенсивных факторов формирования КСП мелиорации по федеральным округам РФ, позволяющих более полно раскрыть потенциальные возможности развития мелиоративной отрасли.

Практическая значимость результатов исследования заключается в разработке методического подхода и методики оценки потенциала КСП мелиоративной отрасли.

Теоретико-методологической основой выявления, обоснования и систематизации показателей для оценки потенциала КСП мелиоративной отрасли в настоящем исследовании являются:

♦ научно-методические подходы к оценке КСП отрасли в зарубежных исследованиях: стратегический (И. Ансофф [1], Ж.-Ж. Ламбен [2], М. Портер [3], А.А. Томпсон, Дж. Стриклена [4]); производственно-экономический (А.А. Томпсон, Дж. Стрикленд [4]); маркетинговый (Ж.Ж. Ламбен [2], М. Портер [3]) и структурный (М. Портер [3]);

♦ совокупность наиболее распространенных и применяемых методических подходов к оценке отраслевой КСП в отечественной практике исследований: стратегический (М.М. Глазов [5], А.Н. Господарев [6], А.Е. Овакимян [7], В.М. Полтерович [8], Ю.В. Тарануха [9], А.А. Угрюмова [10], Р.А. Фатхутдинов [11]), функциональный (С.Г. Голубева [12], Л.Н. Чайникова, В.Н. Чайников [13], Т.М. Шогенов [14]), маркетинговый (Е.П. Голубков [15], Н.И. Перцовский, И.А. Спиридовон, С.В. Карпова [16]), комплексный (Н.А. Далисова [17], В.А. Епифанов, М.Т. Заргарян [18], Л.Н. Иванова [19], Е.М. Рудь [20], Е.М. Чемериса [21]).

В настоящей работе представлены результаты научно-практического анализа по проблеме исследования, выводы исследования изложены в заключительном разделе.

Методы

Для выявления и обоснования системы индикаторов оценки потенциала КСП мелиорации предварительно проведены анализ, систематизация методик оценки отраслевой конкурентоспособности и особенностей их применения для оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли АПК РФ, а также научно-методических подходов к оценке потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли АПК РФ. Разработана система индикаторов и показателей оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли, что позволяет выявить объективную характеристику функционирования отрасли, а также оценить конкурентоспособность мелиорации по таким блокам исследования, как основной и оборотный капитал, отраслевая рабочая сила.

Одновременно представленные исследователями группы данных для оценки потенциала конкурентоспособности мелиоративной отрасли нацелены на выявление экспенсивных и интенсивных возможностей мелиорации.

Все рассчитываемые параметры собираются по запросу от ФГБУ с целью реализации Государственного задания Минсельхоза России на 2023г. № 082-00079-23-01 на основе анализа за последний трехлетний период – 2020–2022 гг. Более ранних баз данных по

рассматриваемым индикаторам и показателям в мелиорации не формировалось.

В настоящей работе применены общенаучные методы исследования: теоретический, логический, системный и ситуационный анализ, обобщение результатов.

Результаты

В результате проведения исследований функционирования мелиоративной отрасли определена система индикаторов потенциала КСП мелиорации, которая включает следующие три группы:

1) индикаторы оценки потенциала КСП «Основной капитал мелиоративной отрасли» (табл. 1);

2) индикаторы оценки потенциала КСП «Оборотный капитал мелиоративной отрасли» (табл. 2);

3) индикаторы оценки потенциала КСП «Рабочая сила мелиоративной отрасли» (табл. 3).

Рассмотрим более подробно первую группу показателей и индикаторов КСП основного капитала мелиоративной отрасли.

Анализ данных табл. 1 позволяет определить, что к экстенсивным индикаторам относятся:

1. Коэффициент годности активной части основных фондов ФГБУ.

Коэффициент годности показывает, какую долю составляет остаточная стоимость от первоначальной стоимости основных фондов за отчетный период, т.е. в каком физическом состоянии находятся основные фонды организации на рассматриваемый период. Коэффициент годности основных фондов целесообразно рассматривать в динамике. Чем выше коэффициент годности, тем лучше техническое состояние основных фондов. Условным нормативом является значение коэффициента больше 0,5. При более детальном анализе проводится расчет показателя для отдельных групп основных фондов [22]. Активная часть основных фондов эксплуатирующих организаций мелиорации включает следующие группы фондов: «Транспортные средства», «Машины и оборудование», «Сооружения». Пассивная часть основных фондов включает «Нежилые помещения».

2. Удельный вес площадей земель ФГБУ, на которых не требуется проводить реконструкцию и ремонт гидромелиоративных систем.

Данный индикатор показывает ту часть мелиорируемых земель, обслуживаемых эксплуатирующими организациями мелиорации, которая находится в нормативном состоянии и не нуждается в осуществлении ФГБУ комплекса мер по реконструкции гидромелиоративных систем, капитальному и текущему ремонту оросительных и осушительных сетей, строительству, переустройству и ремонту коллекторно-дренажной сети.

К интенсивным относятся следующие индикаторы:

1. Удельный вес российской оросительной техники в общем парке оросительной техники мелиорации.

Данный индикатор показывает уровень обеспеченности эксплуатирующих организаций мелиорации отечественной техникой для проведения оросительных работ и степень риска отсутствия необходимых средств производства в ситуации отказа в поставках зарубежной оросительной техники по федеральным округам и регионам.

2. Удельный вес мелиорируемых земель, обслуживаемых ФГБУ, в хорошем мелиоративном состоянии.

Данный индикатор отражает структуру качества мелиорируемых земель как производственного фактора – показывает долю земель, способных обеспечить высокую производительность растениеводства, а также ориентирует на объемы мелиоративных работ, которые требуется провести на землях ненадлежащего мелиоративного состояния.

В табл. 2 представлены показатели и индикаторы потенциала КСП по группе «Оборотный капитал мелиоративной отрасли». В качестве экстенсивных в данной группе выделены следующие:

1. Федеральные годовые субсидии ФГБУ (тыс. руб.).

Показатель «Федеральные годовые субсидии ФГБУ» отражает объем годовых субсидий из федерального бюджета на выполнение эксплуатирующими организациями мелиорации

Таблица 1

Показатели и индикаторы оценки потенциала КСП по группе «Основной капитал мелиоративной отрасли»

№ п/п	Индикатор	Формула расчета	Необходимые для расчета показатели
1	1 Коэффициент годности активной части основных фондов ФГБУ	$Кгодности = 1 - Кизноса$ $УМЗ = \frac{(НМЗорощ + НМЗосуш)}{ОМЗ} \times 100\%,$ <p>где</p> $НМЗорощ = МЗорощ - (МЗКРорощ + МЗРКасорощ + МЗРЕКорощ + МЗСКасорощ);$ $НМЗосуш = МЗосуш - (МЗКРосуш + МЗРКасосуш + МЗРЕКосуш + МЗСКасосуш)$	<p>Кизноса – износ активов ФГБУ по группам активной части ОФ: «Сооружения», «Транспортные средства», «Машины и оборудование»;</p> <p>НМЗорощ – площадь орошаемых земель ФГБУ, на которых не требуется проводить ремонт гидромелиоративных систем;</p> <p>НМЗосуш – площадь осушаемых земель ФГБУ, на которых не требуется проводить ремонт гидромелиоративных систем;</p> <p>ОМЗ – общая площадь мелиорируемых земель ФГБУ;</p> <p>МЗорощ – площадь орошаемых земель ФГБУ;</p> <p>МЗосуш – площадь осушаемых земель, на которой требуется проведение капитальных работ;</p> <p>МЗорощ – площадь орошаемых земель, на которой требуется проведение ремонта оросительной сети;</p> <p>МЗРКасорощ – площадь орошаемых земель, на которой требуется проведение ремонта коллекторно-дренажной сети;</p> <p>МЗРЕКорощ – площадь орошаемых земель, на которой требуется проведение комплексной реконструкции оросительной сети;</p> <p>МЗСКасорощ – площадь осушаемых земель, на которой требуется проведение строительства и переустройства коллекторно-аренажной сети;</p> <p>МЗосуш – площадь осушаемых земель ФГБУ;</p> <p>МЗКРорощ – площадь орошаемых земель, на которой требуется проведение капитальных работ;</p> <p>МЗРосуш – площадь осушаемых земель, на которой требуется проведение ремонта оросительной сети;</p>
2	Удельный вес площадей земель ФГБУ, на которых не требуется проводить ремонт гидромелиоративных систем	4	5

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
				МЭРКАСосш – площадь осушаемых земель, на которой требуется проведение ремонта коллекторно-дренажной сети; МЭРЕКосш – площадь осушаемых земель, на которой требуется проведение комплексной реконструкции оросительной сети; МЭСКАСосш – площадь осушаемых земель, на которой требуется проведение строительства и переустройства коллекторно-дренажной сети	Тыс. га	%
1	Удельный вес российской оросительной техники в общем парке оросительной техники ФГБУ	$K_{\text{рот}} = \text{ОТ}_P / \text{ОТ}_O \times 100$		Отр – количество российской оросительной техники ФГБУ; Ото – количество всей оросительной техники ФГБУ	ЕА.	%
2	Удельный вес мелиорируемых земель под контролем ФГБУ в хорошем мелиоративном состоянии	$УМЗХОР = (МЗХОР_{\text{орош}} + МЗХОР_{\text{осш}}) / ОМЗ \times 100\%$		МЗХОРорош – площадь орошаемых земель, обслуживаемых ФГБУ, в хорошем мелиоративном состоянии; МЗХОРосш – площадь осушаемых земель, обслуживаемых ФГБУ, в хорошем мелиоративном состоянии; ОМЗ – общая площадь мелиорируемых земель, обслуживаемых ФГБУ	Тыс. га	%

Таблица 2

Показатели и индикаторы оценки потенциала КСП по группе «Оборотный капитал меморативной отрасли»

№ п/п	Индикатор	Формула расчета	Необходимые для расчета показатели	Единица измерения показателя	Единица измерения индикатора
1	Федеральные годовые субсидии ФГБУ		С – федеральные годовые субсидии ФГБУ	Млн руб.	Млн руб.
2	Средний размер федеральных годовых субсидий ФГБУ по федеральным округам	Расчет по формуле среднего арифметического	С – федеральные годовые субсидии ФГБУ	Млн руб.	Млн руб.
3	Удельные федеральные субсидии на эксплуатационную деятельность ФГБУ	$УС = С / ОМЗ$	С – объем государственных субсидий на эксплуатацию государственных МС, ГТС и другого имущества, находящегося в оперативном управлении ФГБУ ОМЗ – общая площадь обслуживаемых ФГБУ мелиоруемых земель	Млн руб./тыс. га	Тыс. га
4	Величина привлеченных ФГБУ внебюджетных средств		ВБ – величина привлеченных ФГБУ внебюджетных средств	Тыс. руб.	Тыс. руб.
1	Индекс привлечения внебюджетных средств на 1 руб. федеральных годовых субсидий ФГБУ	$I_{ВБ} = ВБ / С$	ВБ – величина привлеченных внебюджетных средств; С – федеральные субсидии	Млн руб.	Руб./руб.
2	Индекс привлечения внебюджетных средств на 1 га площади мелиоруемых земель ФГБУ	$I_{ВБ} = ВБ / ОМЗ$	ВБ – величина привлеченных внебюджетных средств ОМЗ – общая площадь обслуживаемых ФГБУ мелиоруемых земель	Тыс. руб./тыс. га	Тыс. га
3	Индекс привлечения внебюджетных средств на 1 чел. среднестатистической численности ФГБУ	$I_{ВБ} = ВБ / ССЧ$	ВБ – величина привлеченных внебюджетных средств ССЧ – среднестатистическая численность ФГБУ	Тыс. руб./чел.	Тыс. руб./чел.

годовых заданий Минсельхоза по мелиоративной деятельности, таких как:

- ◆ эксплуатация государственных мелиоративных систем, гидротехнических сооружений и другого имущества, находящегося в оперативном управлении ФГБУ;
- ◆ работы по предупреждению и ликвидации последствий аварий на мелиоративных системах и гидротехнических сооружениях;
- ◆ обследование мелиорированных земель в рамках ведения их учета;
- ◆ определение технического состояния мелиоративных систем и гидротехнических сооружений при их паспортизации;
- ◆ эксплуатация государственных мелиоративных систем, обеспечивающих межрегиональное и межхозяйственное водораспределение;
- ◆ мероприятия по реализации федеральных целевых программ в сфере мелиорации.

2. Средний размер федеральных годовых субсидий ФГБУ по федеральным округам (тыс. руб.).

Данный индикатор позволяет определить средний уровень государственного финансирования в каждом федеральном округе и величину отклонения в ФГБУ.

3. Удельные федеральные субсидии на эксплуатационную деятельность ФГБУ.

Индикатор отражает уровень субсидирования мелиоративной деятельности эксплуатирующих организаций на 1 га обслуживаемой ими земли.

4. Величина привлеченных ФГБУ внебюджетных средств (тыс. руб.).

Индикатор показывает их возможности оказывать мелиоративные услуги землепользователям на территории соответствующих регионов.

Интенсивными индикаторами КСП по оборотному капиталу являются следующие:

1. Индекс привлечения внебюджетных средств на 1 руб. федеральных годовых субсидий ФГБУ (руб./руб.). Он определяет уровень соотношения внебюджетного и бюджетного финансирования деятельности ФГБУ.

Рассматриваемые далее индикаторы – это удельные внебюджетные средства эксплуатирующих организаций мелиорации (индикаторы 2 и 3), соотнесенные с площадью мелио-

рированных земель и со среднесписочной численностью кадров.

2. Индекс привлечения внебюджетных средств на 1 га площади мелиорируемых земель ФГБУ (руб./га).

3. Индекс привлечения внебюджетных средств на 1 чел. среднесписочной численности кадров ФГБУ (ССЧ) (руб./чел.).

Индикаторы 2 и 3 показывают уровень внебюджетного финансирования эксплуатационной деятельности ФГБУ относительно размера обслуживаемых ими площадей и относительно количества их кадровых ресурсов.

Распределение показателей и индикаторов оценки потенциала КСП «Рабочая сила мелиоративной отрасли» подробно представлено в табл. 3.

На основе данных табл. 3 раскроем содер- жательные характеристики каждого индикатора потенциала КСП рабочей силы мелиоративной отрасли.

Коэффициент пенсионной нагрузки отражает степень нагрузки работников пенсионного возраста на работников трудоспособного возраста и определяет потенциал профессионального развития отраслевых кадров как основного фактора КСП рабочей силы отрасли.

Удельный вес работников экономически активного возраста характеризует обеспеченность мелиоративных организаций работниками в трудоспособном возрасте. По соотношению удельных весов работников разных возрастных категорий можно определить степень потенциального развития рабочей силы отрасли в целом.

Удельные затраты на обязательное медицинское обслуживание характеризуют расходы отраслевых организаций на медицинское обслуживание работников по обязательному медицинскому страхованию.

Коэффициент текучести кадров отражает степень удовлетворенности работников мелиоративных организаций или степень удовлетворенности организацией своими работниками. По значению данного коэффициента можно определить, насколько стабилен состав работников, особенности его изменения по структуре и функционалу и, в случае превышения допустимого предельного значения, выявить причины и разработать мероприятия по

Таблица 3

Показатели и индикаторы КСП по группе «Рабочая сила мелиоративной отрасли»

№ п/п	Индикатор	Формула расчета	Необходимые для расчета показатели	Единица измерения показателя	Единица измерения индикатора
1	Коэффициент пенсионной нагрузки	$K_{ПН} = Ч_{Пен.} / Ч_{Пр.} \times 100\%$	Чпен. – численность работников пенсионного возраста; ЧПр. – численность работников в трудоспособном возрасте	Чел.	%
2	Удельный вес работников экономически активного возраста*	$У_{ЭА} = Ч_{ЭА.} / Ч_{СП.} \times 100\%$	Чэа. – численность экономически активной части работников (для мужчин от 16 и до 59 лет (граница трудоспособного возраста – 59 лет); для женщин – от 16 до 54 лет); Чсп. – общая списочная численность работников	Чел.	%
3	Удельные затраты на обязательное медицинское обслуживание работников	$У_{МО} = З_{МО} / Ч_{СП}$	Змо – расходы ФГБУ на обязательное медицинское обслуживание; Чсп. – общая списочная численность работников	Тыс. руб./чел.	
4	Коэффициент текущести кадров	$K_{тек.} = Ч_{УВОЛ.} / Ч_{ССП.} \times 100\%$	Чув. – численность уволенных работников; Чссп. – средняя списочная численность работников	Чел.	%
5	Удельный вес работников с профильным образованием	$K_{ПО} = Ч_{ПО} / Ч_{СП.} \times 100\%$	Чпо. – численность работников с профильным образованием; Чсп. – общая списочная численность работников	Чел.	%
6	Удельный вес работников со стажем от 5 лет	$K_{5\text{л.с}} = Ч_{5\text{л.с}} / Ч_{СП.} \times 100\%$	Ч _{5л.с} – численность работников с со стажем от 5 лет; Чсп. – общая списочная численность работников	Чел.	%
7	Удельный вес высококвалифицированных работников	$У_{ВКР} = Ч_{БПОМБ\<sub\>5\</sub\> л.с.} / Ч_{СП.} \times 100\%$	Ч _{БПОМБ,5 л.с.} – численность работников с высшим профессиональным образованием и со стажем от 5 лет; Чсп. – общая списочная численность работников	Чел.	%
8	Удельный вес малоквалифицированных работников	$У_{МКР} = Ч_{БПОМБ\<sub\>5\</sub\> л.с.} / Ч_{СП.} \times 100\%$	Ч _{БПОМБ,5 л.с.} – численность работников без профильного образования и со стажем менее 5 лет; Чсп. – общая списочная численность работников	Чел.	%
НТИЧНВ	1 Удельные затраты на повышение квалификации работников	$У_{ЗПК} = З_{ПК} / Ч_{СП.} \times 100\%$	Зпк – расходы ФГБУ на обучение работников по программам ДПО	Тыс. руб./чел.	
	2 Фондовооруженность кадров ФГБУ	$ФВ = ОФ / ССЧ$	Чсл. – общая списочная численность работников ОФ – среднегодовая стоимость основных фондов ФГБУ	Млн руб.	Млн руб./чел.

* Статистика и показатели. Экономически активное и трудоспособное население. URL: <https://ros-infostat.ru/ekonomicheski-aktivnoe-naselenie/> (дата обращения: 02.03.2023).

его снижению, поскольку высокий показатель данного коэффициента свидетельствует о низком уровне потенциала КСП рабочей силы отраслевых организаций.

Удельный вес работников с профильным образованием и удельный вес работников со стажем от 5 лет характеризуют профессионально-квалификационную составляющую потенциала КСП рабочей силы отрасли, поскольку профиль образования определяет степень владения профессионально-отраслевыми знаниями и компетентностями работников, а профессиональный стаж работников в значительной степени характеризует их квалификацию и опыт выполнения мелиоративных работ. При этом если значения представленных коэффициентов приближаются к 1,0, то это свидетельствует о том, что отраслевые организации обеспечены высокопрофессиональными кадрами для полноценного функционирования производственных процессов. В случае если значения представленных коэффициентов отдаляются от 1,0, то это означает снижение уровня профессиональных кадров и увеличение доли малоквалифицированных работников, что не отвечает задачам развития потенциала КСП рабочей силы мелиоративных организаций.

Индикаторы, оценивающие уровень профессионального образования работников отрасли и удельный вес высококвалифицированных работников мелиоративных организаций, являются ключевыми факторами формирования потенциала КСП рабочей силы. Данные индикаторы свидетельствуют об успешности работников в профессиональной деятельности, их карьерном росте, отражают формирование потенциала рабочей силы мелиоративных организаций и его развитие.

Удельные затраты на повышение квалификации работников характеризуют расходы отраслевых организаций на обучение работников по актуальным программам дополнительного профессионального образования с целью повышения их профессионально-квалификационного уровня. Данный показатель отражает заинтересованность и потребность мелиоративных организаций в повышении потенциала КСП рабочей силы, росте ее производительности и снижении затрат на привлечение сторонних специалистов.

Фондооруженность показывает стоимость основных фондов, приходящихся на одного сотрудника, и оценивает обеспеченность кадров организации основными средствами производства [23].

Обсуждение

В современных условиях наиболее значимым становится выявление не только потенциальных возможностей и особенностей функционирования отраслевого комплекса, но и способности мелиоративной отрасли к поступательному экономическому росту, развитию в долгосрочной перспективе с учетом возможных кризисных и иных деструктивных изменений во внутренней и внешней среде. Следовательно, формирование и развитие потенциала КСП мелиоративной отрасли предполагают внедрение прогрессивных технологий, масштабную и обоснованную цифровизацию отрасли, изменения в стратегии и тактике управления отраслевыми организациями, пересмотр требований к необходимым и обязательным компетенциям по всем группам рабочей силы отрасли, техническое перевооружение и изменение условий оснащения рабочих мест. С учетом этого целесообразным считаем определить особенности влияния экстенсивных и интенсивных индикаторов для оценки потенциала КСП отрасли.

Разработанная и представленная в статье система индикаторов по исследованию потенциала КСП мелиоративной отрасли позволяет выявить объективную характеристику функционирования отрасли, а также охарактеризовать КСП мелиорации по таким блокам исследования, как основной и оборотный капитал, отраслевая рабочая сила. При этом авторами были использованы как абсолютные показатели, так и относительные индикаторы, позволяющие осуществить более объективную оценку полученных результатов по изменению отраслевой конкурентоспособности.

Предлагаемая методика оценки потенциала конкурентоспособности позволяет сопоставить КСП отраслевых организаций по федеральным округам, отдельным регионам и способствует выявлению резервов КСП отрасли, обеспечивает возможность реализации стратегического управления и планирования развитием мелиорации.

Заключение

На основании исследования системы индикаторов потенциала КСП мелиоративной отрасли АПК РФ авторы выделили 3 группы индикаторов, отвечающих за отдельные направления оценки потенциала КСП отрасли:

1) оценка потенциала КСП основного капитала;

2) оценка потенциала КСП оборотного капитала;

3) оценка потенциала КСП рабочей силы.

Выбор индикаторов определен особенностями основного капитала мелиоративной отрасли и отражают структуру, возможности работы основных фондов мелиорации, показывает уровень их технического состояния и риска устойчивого выполнения задач орошения и осушения путем определения пригодных к эксплуатации (активной части основных фондов, площади земли в хорошем мелиоративном состоянии, площади земли без потребности в восстановлении гидромелиоративных систем и выявлением структуры парка техники орошения по отечественным и зарубежным производителям).

Формирование оборотного капитала мелиорации осуществляется на основе субсидий из федерального бюджета, однако организации, эксплуатирующие мелиорируемые земли, могут оказывать платные услуги по водообеспечению землепользователям, что является источником внебюджетного финансирования их деятельности. В целом данные индикаторы показывают распределение уровня финансирования работ по подготовке к сезону эксплуатации и работ по проведению эксплуатации, обслуживанию, ремонту гидромелиоративной инфраструктуры в разрезе федеральных округов и субъектов РФ.

В отношении оценки потенциала КСП рабочей силы сформирована система экстенсивных и интенсивных индикаторов, способствующая выявлению основных социально-экономических характеристик рабочей силы мелиоративных организаций как обеспечивающего ресурса КСП отрасли.

Таким образом, разработанная в ходе исследования система отраслевых индикаторов позволяет осуществить объективную оценку потенциала КСП мелиоративной отрасли АПК РФ.

Список источников

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / при содействии Э.Дж. Макдонаннелла ; пер. с англ. С. Жильцова. Санкт-Петербург : Питер Ком, 1999. 416 с. (Теория и практика менеджмента).
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг : [учеб. для обучающихся по программам «Мастер делового администрирования»] / [пер. с англ. под ред. В.Б. Колчанова]. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 800 с. (Классика МВА).
3. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.
4. Томпсон А.А., Стриклэнд Дж. Стратегический менеджмент. Москва : Юнити, 2007. 928 с.
5. Глазов М.М. Предпосылки формирования эффективной системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов // Наука и бизнес: пути развития. 2021. № 2 (116). С. 110–112.
6. Господарев А.Н. Повышение международной конкурентоспособности агропромышленного комплекса России в условиях развития интеграционных процессов : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14. Ростов-на-Дону, 2018. 26 с.
7. Овакимян А.Е. Конкурентоспособность сельского хозяйства как механизм обеспечения экономической безопасности // Modern Economy Success. 2022. № 1. С. 74–83.
8. Полтерович В.М. Конкуренция, сотрудничество и удовлетворенность жизнью. Ч. 1. Семерка европейских лидеров // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2022. Т. 15, № 2. С. 31–43. doi:10.15838/esc.2022.2.80.2.
9. Тарануха Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность : монография. Москва : РУСАЙНС, 2020. 334 с.
10. Social and economic potential of reclamation development of agroindustrial complex of the Russian Federation / A.A. Ugryumova, M.P. Zamakhovsky, O.Yu. Grishaeva, L.E. Pautova // SHS Web of Conferences. 3rd International scientific conference on new industrialization and digitalization (NID 2020). 2021. No. 93 (03018). doi:10.1051/shsconf/20219303018.

11. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг : учебник. Москва : Дело, 2001. 448 с.
12. Голубева С.Г. Оценка конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий и направления ее повышения // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. 2021. № 4 (32). С. 43–51.
13. Чайникова, Л.Н., Чайников В.Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. 192 с.
14. Шогенов Т.М. Повышение конкурентоспособности предприятий АПК региона на основе формирования интегрированных структур : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Нальчик, 2017. 23 с.
15. Голубков Е.П. Основы маркетинга : учебник. Москва : Финпресс, 1999. 656 с.
16. Перцовский Н.И., Спиридовон И.А., Карпова С.В. Международный маркетинг : учеб. пособие / под ред. Н.И. Перцовского. Москва : МГОУ, 2009. 239 с.
17. Далисова Н.А. Методологические аспекты формирования стратегии повышения конкурентоспособности предприятий АПК // Менеджмент социальных и экономических систем. 2021. № 2 (22). С. 23–28.
18. Епифанов В.А., Заргарян М.Т. Конкурентоспособность предприятий топливно-энергетического комплекса в современных условиях хозяйствования // Россия: тенденции и перспективы развития. 2021. № 16 (1). С. 319–320.
19. Иванова Л.Н. Российский агропродовольственный сектор: материально-технические и институциональные условия роста выпуска продукции и экспорта // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2022. № 1. С. 96–111. doi:10.52180/2073-6487_2022_1_96_111.
20. Рудь Е.М. Конкурентоспособность: концептуальные подходы и уровни исследования // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2021. Т. 21, № 1. С. 18–22.
21. Чемерис Е.М. Конкурентоспособность сельского хозяйства (управленческий аспект) : монография. Бишкек : КРСУ, 2014. 184 с.
22. Финансовый анализ. Коэффициент годности основных средств. URL: <https://1-fin.ru/?id=311&t=27> (дата обращения: 02.03.2023).
23. Булахова В. Фондооруженность: что это, формула расчета по балансу. URL: <https://retire-early.ru/financial-literacy/fondovooruzhennost> (дата обращения: 10.04.2023).

References

1. Ansoff I. New corporate strategy / with the assistance of E.J. McDonnell; translated from the English by S. Zhiltsov. St. Petersburg : Piter Kom, 1999. 416 p. (Theory and practice of management).
2. Lambin J.-J. Market-driven management: strategic and operational marketing : [textbook for students enrolled in the master of business administration programs] / [translated from English, ed. by V.B. Kolchanov]. St. Petersburg : Peter, 2007. 800 p. (MBA Classics).
3. Porter M. Competitive strategy. Techniques for analyzing industries and competitors. Moscow : Alpina Business Books, 2005. 454 p.
4. Thompson A., Stricland A.J. Strategic Management. Moscow : Unity, 2007. 928 p.
5. Glazov M.M. Prerequisites for the formation of an effective management system for the competitiveness of economic entities // Science and Business: Ways of Development. 2021. No. 2 (116). Pp. 110–112.
6. Gospodarev A.N. Improving the international competitiveness of the Russian agro-industrial complex in the context of the development of integration processes : abstract of dis. ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.14. Rostov-on-Don, 2018. 26 p.
7. Ovakimyan A.Ye. Competitiveness of agriculture as a mechanism for ensuring economic security // Modern Economy Success. 2022. No. 1. Pp. 74–83.
8. Polterovich V.M. Competition, collaboration, and life satisfaction. Part 1. The Seven of European leaders // Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast. 2022. Vol. 15, No. 2. Pp. 31–43. doi:10.15838/esc.2022.2.80.2.
9. Taranukha Yu.V. Competition and competitiveness : monograph. Moscow: RUSCIENCE, 2020. 334 p.
10. Social and economic potential of reclamation development of agroindustrial complex of the Russian Federation / A.A. Uglyumova, M.P. Zamakhovsky, O.Yu. Grishaeva, L.E. Pautova // SHS Web of Conferences. 3rd International scientific conference on new industrialization and digitalization (NID 2020). 2021. No. 93 (03018). doi:10.1051/shsconf/20219303018.
11. Fatkhutdinov R.A. Strategic marketing : textbook. Moscow : Delo, 2001. 448 p.

12. Golubeva S.G. Assessing the competitiveness of agricultural enterprises and directions for its improving // Current problems of economics and management. 2021. No. 4 (32). Pp. 43–51.
13. Chaynikova L.N., Chaynikov V.N. Competitiveness of an enterprise : textbook. Tambov : Tambov State Technical University Publ., 2007. 192 p.
14. Shogenov T.M. Increasing the competitiveness of regional agricultural enterprises based on the formation of integrated structures : abstr. of dis. ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.05. Nalchik, 2016. 23 p.
15. Golubkov Ye.P. Basics of marketing : textbook. Moscow : Finpress, 1999. 656 p.
16. Pertsovskiy N.I., Spiridonov I.A., Karpova S.V. International marketing : a study guide / ed. by N.I. Pertsovskiy. Moscow : MGOU, 2009. 239 p.
17. Dalisova N.A. Methodological aspects of forming a strategy for increasing the competitiveness of agricultural enterprises // Social and economic systems management. 2021. No. 2 (22). Pp. 23–28.
18. Yepifanov V.A., Zargaryan M.T. Competitiveness of enterprises of the fuel and energy complex in the current economic environment // Russia: trends and development potential. 2021. No. 16 (1). Pp. 319–320.
19. Ivanova L.N. Russian agri-food sector: material, technical and institutional conditions for output and export growth // The Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences. 2022. No. 1. Pp. 96–111. doi:10.52180/2073-6487_2022_1_96_111.
20. Rud E.M. Competitiveness: Conceptual approaches and research levels // Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Economics. Management. Law. 2021. Vol. 21. No. 1. Pp. 18–22.
21. Chemeris Ye.M. Competitiveness of agriculture (management aspect) : monograph. Bishkek : KRSU, 2014. 184 p.
22. Financial analysis. The coefficient of usefulness of fixed assets. URL: <https://1-fin.ru/?id=311&t=27> (date of access: 02.03.2023).
23. Bulakhova V. Capital-labor ratio: definition, the formula for calculating the balance. URL: <https://retireearly.ru/financial-literacy/fondovooruzhennost> (date of access: 10.04.2023).

Информация об авторах

А.А. Угрюмова – доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник ВНИИ «Радуга», ведущий научный сотрудник РАНХиГС;

О.Ю. Гришаева – кандидат экономических наук, старший научный сотрудник ВНИИ «Радуга»;

Л.Е. Паутова – кандидат психологических наук, старший научный сотрудник ВНИИ «Радуга».

Information about the authors

A.A. Ugryumova – Doctor of Economics, Professor, Chief Researcher of the All-Russian Scientific Research Institute "Raduga", Leading Researcher of the RANEPA;

O.Yu. Grishaeva – Candidate of Economic Sciences, Senior Researcher of the All-Russian Scientific Research Institute "Raduga";

L.E. Pautova – Candidate of Psychological Sciences, Senior Researcher of the All-Russian Scientific Research Institute "Raduga".

Статья поступила в редакцию 07.09.2023; одобрена после рецензирования 18.09.2023; принятая к публикации 06.10.2023.

The article was submitted 07.09.2023; approved after reviewing 18.09.2023; accepted for publication 06.10.2023.

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 66–75.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 66–75.

МЕНЕДЖМЕНТ И УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕСОМ

Научная статья

УДК 001.895:338.2

doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-66-75

Подходы к исследованию инноваций и инновационной инфраструктуры в развитии экономических систем

Анна Михайловна Альбаева

Тольяттинский государственный университет, Тольятти, Россия, krytsina94@mail.ru

Аннотация. В условиях современных, постиндустриальных социально-экономических отношений особое значение в обеспечении роста конкурентоспособности и, как следствие, финансовой эффективности развития как отдельных фирм, так и экономических систем регионального или национального уровня играют инновационные процессы. При этом инновации в современной экономике носят разноплановый характер и связаны с совершенствованием продуктового ряда производимых товаров, работ, услуг, модернизацией объектов основного капитала, рационализацией организационных структур управления компаниями и бизнес-процессами, новаторскими технологиями продвижения экономических благ на отраслевых рынках сбыта и др.

Ключевые слова: инновация, институты, экономическая система, инновационная активность, субъект хозяйствования

Основные положения:

- ◆ предложен метод оценки эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности экономической системы, который позволяет произвести анализ его фактической результативности с точки зрения влияния динамики действующих нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности экономической системы на изменение уровня инновационной активности последней;
- ◆ эффективность институционального обеспечения инновационной деятельности в экономике РФ, несмотря на рост общего количества нормативно-правовых актов в рассматриваемой нами области, снизилась в 2013–2021 гг. на 10,15 процентного пункта;
- ◆ предлагаемая модель позволяет в единой системе координат произвести исследование совместного влияния факторов общеэкономической, инвестиционной, контрактной активности и параметров финансового рынка (температура инфляции, ключевая ставка ЦБ, валютный курс) на интенсивность инвестирования в инновационную инфраструктуру.

Для цитирования: Альбаева А.М. Подходы к исследованию инноваций и инновационной инфраструктуры в развитии экономических систем // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 66–75. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-66-75.

MANAGEMENT AND BUSINESS MANAGEMENT

Original article

**Approaches to the study of innovations and innovation infrastructure
in the development of economic systems**

Anna M. Albaeva

Togliatti State University, Togliatti, Russia, krytsina94@mail.ru

Abstract. In the conditions of modern, post-industrial socio-economic relations, innovation processes play a special role in ensuring the growth of competitiveness and, as a result, the financial efficiency of development, both of individual firms and economic systems of the regional or national level. At the same time, innovations in the modern economy are diverse; they are associated with the improvement of the product range of manufactured goods, works, services, the modernization of fixed assets, the rationalization of organizational structures for managing companies and business processes, innovative technologies for promoting economic benefits in industry markets, etc.

Keywords: innovation, institutions, economic system, innovation activity, business entity

Highlights:

- ◆ a method is proposed for evaluating the effectiveness of institutional support for the innovation activity of the economic system, which allows an analysis of its actual effectiveness in terms of the impact of the dynamics of existing regulatory legal acts on the regulation of the innovative activity of the economic system on changes in the level of the innovative activity of the latter;
- ◆ the effectiveness of institutional support for innovations in the Russian economy, despite the increase in the total number of regulatory acts in the area under consideration, decreased by 10.15 percentage points in 2013–2021;
- ◆ the proposed model makes it possible to study in a single coordinate system the joint influence of factors of general economic, investment, contract activity and financial market parameters (inflation rate, Central Bank key rate, exchange rate) on the intensity of investment in the innovation infrastructure.

For citation: Albaeva A.M. Approaches to the study of innovations and innovation infrastructure in the development of economic systems // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 66–75. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-66-75.

Введение

В современной экономической науке недостаточно исследованным является вопрос о количественной оценке эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности в национальной экономике.

Методы

Исторический, рационалистический, эмпирический подходы стали ключевыми методологическими подходами, позволяющими сформулировать основные выводы исследования. Из числа локальных методов научного исследования применялись анализ, синтез, ин-

дукция, дедукция, методы формальной логики, табличного представления материала.

Результаты

Одним из основных показателей интенсивности институционального обеспечения рассматриваемой сферы является общее количество действующих нормативно-правовых актов (законов, целевых программ, постановлений органов исполнительной власти, указов должностных лиц и т.п.) по вопросам инновационного развития. Динамика данного показателя по отечественной экономике в целом представлена на рис. 1.

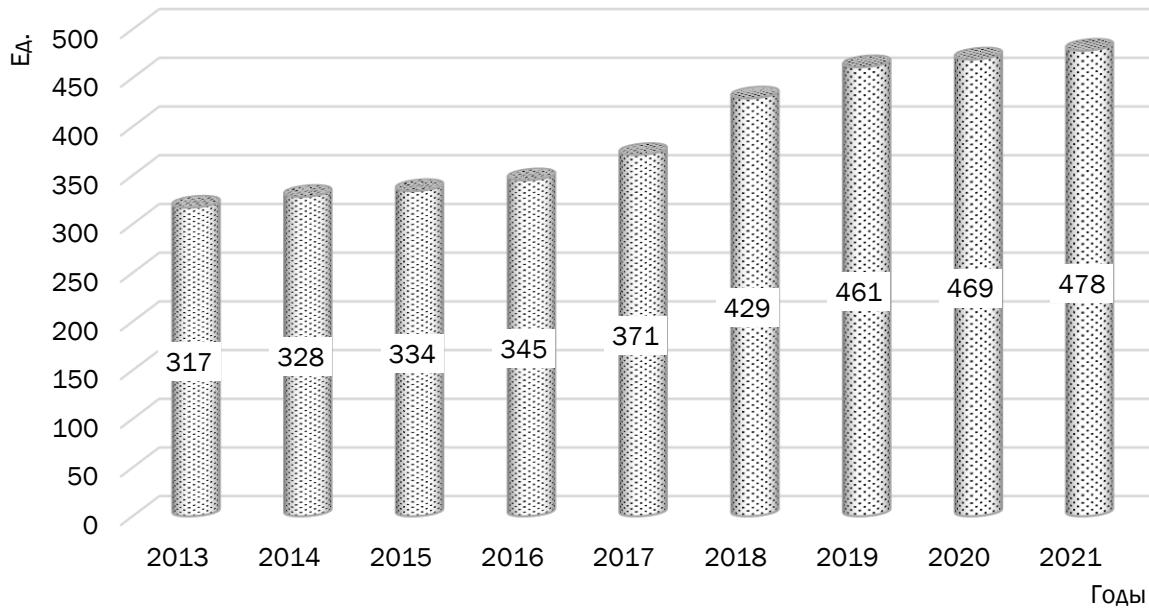


Рис. 1. Динамика количества действующих нормативно-правовых актов федерального и регионального уровней по вопросам регулирования инновационной деятельности в РФ

Как показано на рис. 1, в 2013–2021 гг. количество нормативно-правовых актов по вопросам инновационного развития, реализуемых как на федеральном, так и на региональном уровнях управления отечественной экономической системой, возросло в 1,51 раза. Вместе с тем данный рост еще не является индикатором увеличения эффективности функционирования формальных институтов государственной поддержки инновационных процессов в экономике России.

Для качественной оценки такого рода нормами предлагается метод оценки эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности экономической системы. Предлагаемый метод включает в себя следующие этапы:

1. Построение экономико-статистической функции влияния количества действующих нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности на динамику такого ключевого показателя эффективности инновационного развития, как доля добавленной стоимости инновационных товаров, работ, услуг в структуре валового внутреннего (или регионального) продукта:

$$I1 = f(K), \quad (1)$$

где $I1$ – доля добавленной стоимости инновационных товаров, работ, услуг в ВВП, %;

K – количество нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности.

2. Построение экономико-статистической функции влияния количества действующих нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности на изменение удельных инвестиций в инновации в рамках экономической системы рассматриваемого уровня (доля инвестиций в инновации в общей структуре инвестиционных расходов всех субъектов хозяйствования). Данная зависимость отражает влияние институционального обеспечения инновационной деятельности на формирование склонности экономических агентов к инвестированию именно в инновационные технологии, оборудование, новаторские способы организации операционной деятельности и т.п.:

$$I2 = f(K), \quad (2)$$

где $I2$ – доля инвестиций в инновации в структуре суммарных инвестиционных расходов, осуществляемых в рамках исследуемой экономической системы, %.

3. Оценка уровня статистической устойчивости построенных функций. Так, в соответствии с общими принципами статистического анализа репрезентативной считается функция, коэффициент парной детерминации которой

(R^2) составляет не менее 0,5. В том случае, если хотя бы одна из построенных экономико-статистических функций не удовлетворяет данному критерию, достоверность применения предлагаемого метода оценки эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности снижается.

4. Оценка уровня эластичности каждой из полученных экономико-статистических функций в соответствии с классической формулой оценки точечной эластичности:

$$E = (x/y) \times (dy/dx), \quad (3)$$

где E – величина эластичности функции;

x – значение факторной переменной (в нашем случае $x = K$);

y – значение результативной переменной функции;

dy/dx – величина производной первого порядка экономико-статистической функции.

5. Оценка эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности в соответствии со следующей формулой:

$$In = (E(I1) + E(I2)) \times 100\% / 2, \quad (4)$$

где In – эффективность институционального обеспечения инновационной деятельности; $E(I1)$ – эластичность функции влияния количества нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности на динамику доли добавленной стоимости инновационных товаров, работ, услуг в ВВП;

$E(I2)$ – эластичность влияния количества действующих нормативно-правовых актов

по вопросам регулирования инновационной деятельности на изменение доли инвестиций в инновации в общей структуре инвестиционных расходов в рамках экономической системы.

6. Разработка рекомендаций по совершенствованию системы институционального обеспечения инновационной деятельности. Отметим, что наиболее предпочтительной является ситуация, при которой величина эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности превышает значение, равное 100,0%, и одновременно устойчиво возрастает. Наименее предпочтительной выступает потенциально возможная ситуация, при которой значение In является отрицательным.

Апробируем предлагаемый метод на материалах экономической системы Российской Федерации в целом. Исходные данные для осуществления такого рода апробации приведены в табл. 1.

На основании данных, приведенных в табл. 1, построены экономико-статистические функции влияния интенсивности изменения количества нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности (формального институционального обеспечения рассматриваемого нами экономического процесса) на долю добавленной стоимости инновационных благ в ВВП РФ и отношение инвестиций в инновации к общему объему инвестиционных расходов в отечественной экономике (рис. 2 и рис. 3 соответственно).

Таблица 1

Исходные данные для апробации предлагаемого метода оценки эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности по экономической системе РФ

Год	Количество нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности федерального и регионального уровней, ед. (К)	Доля добавленной стоимости инновационных товаров, работ, услуг в ВВП, % (I1)	Доля инвестиций в инновации в общем объеме инвестиций, % (I2)
2013	317	7,1	11,4
2014	328	7,3	11,7
2015	334	7,5	12,1
2016	345	8,9	12,3
2017	371	8,9	13,8
2018	429	9,1	14,2
2019	461	9,4	14,7
2020	469	9,7	15,4
2021	478	10,2	15,9

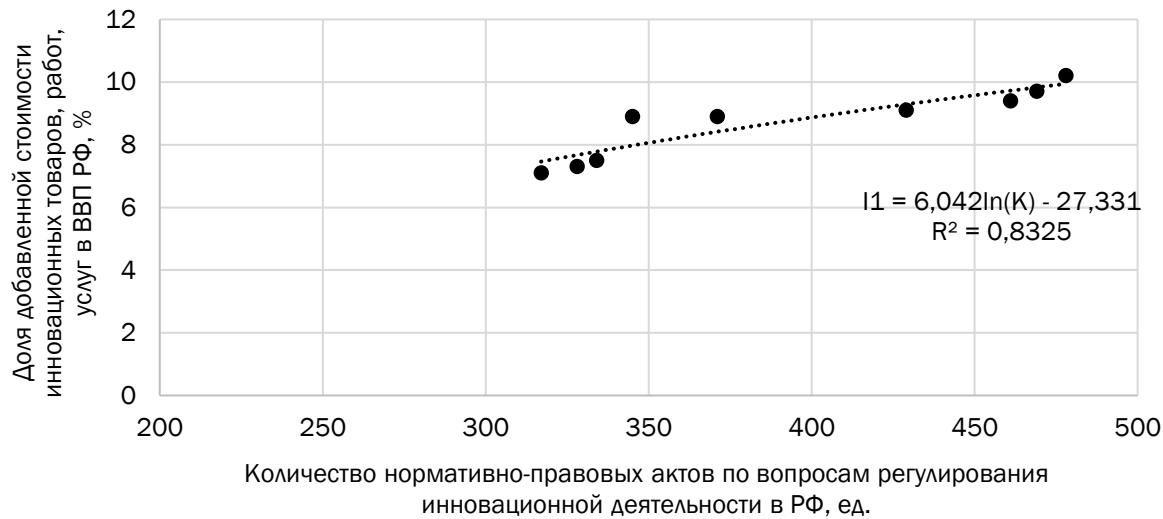


Рис. 2. Экономико-статистическая функция влияния количества нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности на динамику доли добавленной стоимости инновационных товаров, работ, услуг в ВВП РФ, 2013–2021 гг.

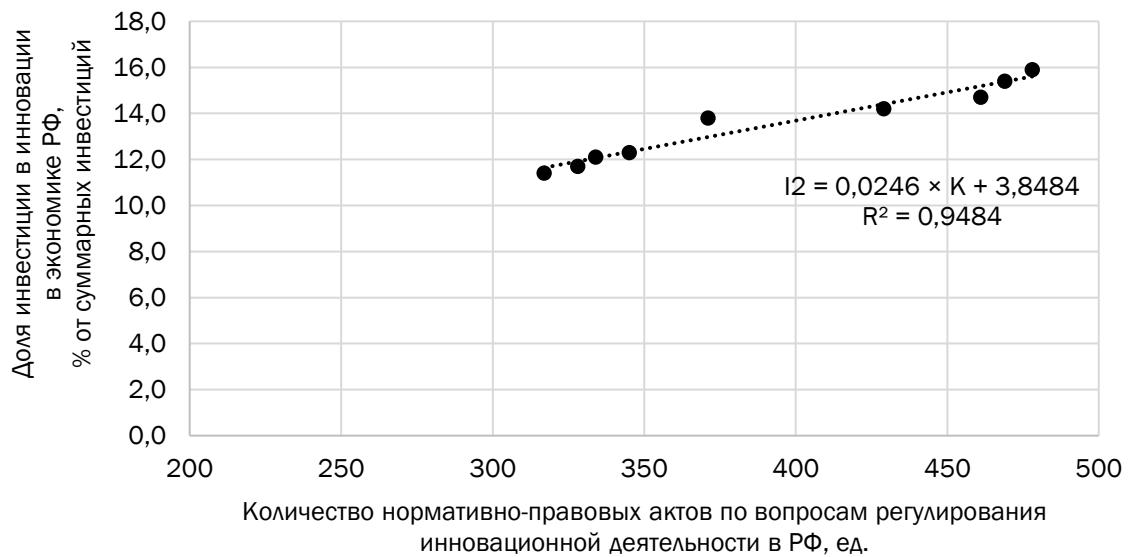


Рис. 3. Экономико-статистическая функция влияния количества нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности на динамику доли инвестиций в инновации в общем объеме инвестиционных расходов в экономике РФ, 2013–2021 гг.

Отметим, что обе построенные экономико-статистические функции являются статистически репрезентативными, о чем свидетельствуют близкие к единице значения коэффициентов парной детерминации (R^2).

Эластичность функции, приведенной на рис. 2, составляет:

$$E(I1) = (K/I1) \times (6,042/K) = 6,042 / I1. \quad (5)$$

Эластичность экономико-статистической функции, представленной на рис. 3, равна:

$$E(I2) = (K/I2) \times 0,0246. \quad (6)$$

В соответствии с предлагаемой формулой (4) оценим уровень эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности в национальной экономике Российской Федерации (табл. 2).

Таблица 2
Оценка эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности в экономике Российской Федерации (по материалам собственных исследований)

Год	Эластичность Е(I1)	Эластичность Е(I2)	Эффективность институционального обеспечения инновационной деятельности (In), %
2013	0,85	0,68	76,75
2014	0,83	0,69	75,87
2015	0,81	0,68	74,23
2016	0,68	0,69	68,44
2017	0,68	0,66	67,01
2018	0,66	0,74	70,36
2019	0,64	0,77	70,71
2020	0,62	0,75	68,60
2021	0,59	0,74	66,60

Как показано в табл. 2, эффективность институционального обеспечения инновационной деятельности в экономике РФ, несмотря на рост общего количества нормативно-правовых актов в рассматриваемой нами области, снизилась в 2013–2021 гг. на 10,15 процентного пункта. В 2021 г. значение предлагаемого показателя было существенно менее 100,0%, что в определяющей мере явилось следствием крайне неэластичного влияния динамики правовых актов по вопросам инновационного развития на динамику доли добавленной стоимости инновационных товаров, работ, услуг в структуре ВВП Российской Федерации.

Обсуждение

По нашему мнению, основными финансово-экономическими причинами не вполне удовлетворительной динамики эффективности институционального обеспечения развития инновационных процессов в отечественной экономике являются:

◆ проблема достаточно высокого уровня декларативности программ инновационного развития РФ в целом и стратегических положений, регламентирующих перспективы совершенствования национальной инновационной инфраструктуры, в частности;

◆ недостаточная содержательная конгруэнтность федеральных и региональных программ инновационного развития;

◆ неравномерность развития инновационной инфраструктуры РФ в региональном разрезе (так, инновационная инфраструктура региональной экономической системы РТ является достаточно диверсифицированной, в то

время как, например, в наиболее депрессивных субъектах ПФО, в частности в Кировской области или Республике Марий Эл, она представлена достаточно фрагментарно);

◆ недостаточный уровень интеграции многих отечественных субъектов малого и среднего предпринимательства в инновационные процессы;

◆ не в полной мере развитые институты, регламентирующие процессы выпуска и обращения цифровых активов, отражающих права собственности на инновационные проекты и стартапы в РФ.

Таким образом, нами предложен метод оценки эффективности институционального обеспечения инновационной деятельности экономической системы, который позволяет произвести анализ его фактической результативности с точки зрения влияния динамики действующих нормативно-правовых актов по вопросам регулирования инновационной деятельности экономической системы на изменение уровня инновационной активности последней (по критериям доли добавленной стоимости инновационных товаров, работ, услуг в структуре ВВП и отношения инвестиций в инновации к общему объему инвестиционных расходов, осуществляемых в рамках экономической системы).

Не до конца решенной методической проблемой в части исследования тенденций и проблем инфраструктурного развития является объективная количественная оценка влияния внешних финансово-экономических факторов на процессы эволюции национальной инфраструктуры в целом и интенсивность инвести-

ций в ее формирование и совершенствование в частности. Для определенного решения указанной методической проблемы нами разработана экономико-статистическая модель факторного анализа инвестиций в формирование и развитие инновационной инфраструктуры.

Разработанная автором модель имеет следующий общий вид:

$$\Pi = a_0 \times GDP^{a_1} \times TI^{a_2} \times K^{a_3} \times KS^{a_4} \times DE^{a_5} \times IN^{a_6}, \quad (7)$$

где Π – темп роста инвестиций в формирование и развитие инновационной инфраструктуры государства или региона, % к некоторому базовому году (в сопоставимой стоимостной оценке);

GDP – темп изменения реального валового внутреннего продукта (или валового регионального продукта в том случае, если объектом анализа выступают инвестиции в развитие инновационной инфраструктуры экономической системы регионального уровня); TI – темп изменения величины суммарных реальных инвестиций в развитие экономической системы, финансируемых из всех источников, % к базовому году;

K – количество предпринимательских контрактов любого профиля, заключенных в рамках исследуемой экономической системы за рассматриваемый период;

KS – среднегодовое значение ключевой ставки ЦБ РФ, % (для зарубежных экономических систем – значение ставки рефинансирования национального финансово-кредитного рынка, учетной ставки или любого аналога данного базового регулятора развития финансово-кредитной системы государства);

DE – среднегодовое значение курса национальной валюты к курсу ведущих мировых резервных валют – американскому доллару и евро (среднее по данным валютным позициям);

IN – официальный темп инфляции в экономической системе за рассматриваемый период, % к базовому периоду;

a_0 – значение свободного коэффициента предлагаемой экономико-статистической модели;

$a_1, a_2...a_6$ – показатели эластичности при соответствующих факторных переменных

разработанной экономико-статистической модели, отражающие степень влияния факторных переменных на динамику результирующей переменной.

Таким образом, в состав факторных переменных предлагаемой экономико-статистической модели анализа инвестиций в формирование и развитие инновационной инфраструктуры включены как параметры общего уровня экономической, инвестиционной и контрактной активности в экономике, так и показатели, отражающие интенсивность развития трех ключевых сегментов финансового рынка – кредитного, валютного и денежного рынка.

Предпочтительным является эластичное влияние факторов GDP и TI на динамику инвестиций в формирование и развитие инновационной инфраструктуры и минимальное влияние иных факторов с целью уменьшения возможного негативного воздействия на интенсивность инвестиционных процессов в рамках инновационной инфраструктуры вероятных случайных и труднопрогнозируемых колебаний уровня инфляции, процентных ставок и валютного курса.

Предлагаемая экономико-статистическая модель апробирована на материалах инновационной инфраструктуры национальной экономической системы РФ в целом. Исходные данные для апробации модели приведены в табл. 3.

На основании данных, приведенных в табл. 3, нами построена следующая экономико-статистическая модель:

$$\Pi = e^{-9.95} \times GDP^{-0.12} \times TI^{1.53} \times K^{-0.34} \times KS^{-0.04} \times DE^{-1.78} \times IN^{-3.41}. \quad (8)$$

В целом построенная модель характеризуется высоким уровнем репрезентативности по параметрам критериев множественной корреляции, множественной детерминации, критерию Фишера (F -ratio) и минимальным величинам стандартной ошибки при факторных переменных.

Как следует из формулы (8), аномальными направлениями влияния включенных в модель финансово-экономических факторов на динамику инвестиций в формирование и развитие инновационной инфраструктуры национальной экономической системы России являются:

Таблица 3

Исходные данные для апробации предлагаемой модели факторного анализа инвестиций в формирование и развитие инновационной инфраструктуры

Год	Темп роста инвестиций в развитие инновационной инфраструктуры, % к 2013 г.	Темп изменения реального ВВП РФ, % к 2013 г.	Темп роста реальных инвестиций в экономику РФ, %	Количество предпринимательских контрактов, млн ед.	Среднегодовая ключевая ставка ЦБ РФ, %	Среднегодовой курс рубля относительно доллара и евро (среднее арифметическое)	Темп роста инфляции, % к 2013 г.
2013	100,00	100,00	100,00	10,40	5,51	43,74	100,00
2014	116,13	103,70	104,90	11,30	7,80	47,10	105,90
2015	122,58	107,10	110,70	11,74	12,10	49,31	110,40
2016	135,48	107,90	107,32	10,10	10,39	52,60	117,10
2017	141,94	110,70	112,60	10,90	8,40	57,23	122,60
2018	180,65	113,80	118,90	9,22	7,30	59,40	127,30
2019	190,32	117,40	121,35	10,30	7,23	61,32	132,70
2020	200,00	113,10	117,80	11,83	5,70	64,80	142,10
2021	209,68	114,20	115,47	12,11	6,21	67,91	148,40

- ◆ отрицательное влияние фактора динамики реального ВВП РФ;
- ◆ эластичное по модулю влияние фактора валютного курса;
- ◆ эластичное по абсолютной величине влияние фактора инфляции в национальной экономике.

Соответственно, основными направлениями совершенствования развития инновационной инфраструктуры экономической системы РФ, которые выявлены на основе апробации предлагаемой нами модели, выступают:

а) обеспечение положительного влияния фактора ВВП на динамику инвестиций в развитие инновационной инфраструктуры РФ посредством активизации интеграции с элементами инновационной инфраструктуры широкого круга отечественных субъектов хозяйствования, формирования в ее рамках новых институтов;

б) уменьшение зависимости инвестирования в развитие инновационной инфраструктуры РФ от фактора валютного курса посредством преимущественного использования для целей ее дальнейшего развития строительных

материалов, оборудования, услуг отечественного производства;

в) сокращение зависимости инвестирования в инновационную инфраструктуру экономики РФ от инфляционного фактора посредством формирования и реализации преимущественно долгосрочных инвестиционных контрактов с поставщиками и подрядчиками по фиксированным ценам поставки (подряда) (при наличии подобной финансовой возможности).

Заключение

Предлагаемая модель позволяет в единой системе координат произвести исследование совместного влияния факторов общекономической, инвестиционной, контрактной активности и параметров финансового рынка (температура инфляции, ключевая ставка ЦБ, валютный курс) на интенсивность инвестирования в инновационную инфраструктуру и разработать на данной основе рекомендации по совершенствованию регулирования инвестиционного процесса в развитие исследуемого типа рыночной инфраструктуры экономической системы [1–20].

Список источников

1. Норт Д. Избранные произведения. Москва : Альпина Паблишер, 2020.
2. Кругман П., Веллс Р., Олни М. Основы экономики. Санкт-Петербург : Питер, 2011. 880 с.

3. Тироль Ж. Теория корпоративных финансов : в 2 кн. Кн. 1 / пер. с англ. под науч. ред. Н.А. Ранневой. Москва : Дело, 2017. 672 с. (Академический учебник).
4. Гэлбрейт Дж.К. Общество изобилия / [пер. с англ. Е.Б. Головлянициной, И. Ногаева, Г.И. Агафонова]. Москва : Олимп-бизнес, 2018. 404 с. (Современная экономическая мысль).
5. Ландберг Ф. Богачи и сверхбогачи. О подлинных правителях Соединенных Штатов Америки / пер. с англ. Р.И. Столпера, М.И. Яновской, С.В. Пономаренко, Н.Г. Санникова ; [под ред. В.С. Зорина]. Москва : Прогресс, 1971. 684 с.
6. Carlo M. The principles of institutions. Washington, 2020.
7. Фиоктистов К.С. Парадоксы социально-экономического развития судебной системы // Молодой ученый. 2021. № 4.
8. Российская экономика : курс лекций. В 2 кн. Кн. 2. Настоящее и перспективы после реформ / под ред. Е.Г. Ясина. Москва : Изд. дом ВШЭ, 2019. 527 с.
9. Крашенинников П.В. Закон и законотворческий процесс. Санкт-Петербург : Питер, 2021.
10. Ахинов Г.А., Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора : учеб. пособие. Москва : Инфра-М, 2018.
11. Делягин М.Г. Жизнь в катастрофе: победи кризис сам. Москва : Книгомир, 2020.
12. Нестерова О.А., Гайзатуллин Р.Р. Некоторые аспекты развития человеческого капитала в инновационной экономике // Экономические науки. 2021. № 6. С. 104–109.
13. Орлов И.Ю. Сравнительный анализ информационного потенциала Российской Федерации и зарубежных государств // Казанский экономический вестник. 2022. № 1. С. 67–75.
14. Нефедьев А.Д. Инновационная инфраструктура // Креативная экономика. 2011. № 10.
15. Фияксель Р.Э. Управление ранними стадиями развития малых инновационных предприятий : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. Нижний Новгород, 2011. 172 с.
16. Feld B., Mendelson J. Venture deals. Wiley, 2019.
17. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. Москва : Инфра-М, 2022.
18. Bakster B. The incubators of business. Washington, 2021.
19. Орлов И.Ю. Особенности современного инновационного развития // Горизонты экономики. 2015. № 2 (21). С. 61–63.
20. Бадртдинов Н.Н. Развитие инструментов инновационного управления, ориентированного на будущего потребителя // Казанский экономический вестник. 2016. № 1 (21). С. 66–70.

References

1. North D. Selected works. Moscow : Alpina Publisher, 2020.
2. Krugman P., Wells R., Olney M. Essentials of economics. St. Petersburg : Peter, 2011. 880 p.
3. Tirole J. The theory of corporate finance : in 2 books. Book 1 / translated from English under the scientific editorship of N.A. Ranneva. Moscow : Delo, 2017. 672 p. (Academic textbook).
4. Galbraith J.K. The affluent society / [translated from English by E.B. Golovlyanitsina, I. Nogaev, G.I. Agafonov]. Moscow : Olymp-business, 2018. 404 p. (Modern economic thought).
5. Landberg F. The rich and the super-rich. About the true rulers of the United States of America / translated from English by R.I. Stolper, M.I. Yanovskaya, S.V. Ponomarenko, N.G. Sannikov ; [ed. by V.S. Zorin]. Moscow : Progress, 1971. 684 p.
6. Carlo M. The principles of institutions. Washington, 2020.
7. Fioktistov K.S. Paradoxes of socio-economic development of the judicial system // Young Scientist. 2021. No. 4.
8. The Russian economy : a course of lectures. In 2 books. Book 2. The present and prospects after the reforms / ed. by E.G. Yasin. Moscow : Publishing House of the Higher School of Economics, 2019. 527 p.
9. Krashennikov P.V. The law and the legislative process. St. Petersburg : Peter, 2021.
10. Akhinov G.A., Zhiltsov E.N. Economics of the public sector : a textbook. Moscow : Infra-M, 2018.
11. Delyagin M.G. Life in disaster: defeat the crisis yourself. Moscow : Bookworld, 2020.
12. Nesterova O.A., Gaizatullin R.R. Some aspects of human capital development in an innovative economy // Economic sciences. 2021. No. 6. Pp. 104–109.
13. Orlov I.Y. Comparative analysis of the information potential of the Russian Federation and foreign countries // Kazan Economic Bulletin. 2022. No. 1. Pp. 67–75.
14. Nefediev A.D. Innovative infrastructure // Creative economy. 2011. No. 10.

15. Fiaksel R.E. Management of the early stages of the development of small innovative enterprises : dis. ... Candidate of Economic Sciences : 08.00.05. Nizhny Novgorod, 2011. 172 p.
16. Feld B., Mendelson J. Venture deals. Wiley, 2019.
17. Anikin B.A., Rudaya I.L. Outsourcing and outstaffing: high management technologies. Moscow : Infra-M, 2022.
18. Bakster B. The incubators of business. Washington, 2021.
19. Orlov I.Y. Features of modern innovative development // Horizons of economics. 2015. No. 2 (21). Pp. 61–63.
20. Badrdinov N.N. Development of innovative management tools focused on the future consumer // Kazan Economic Bulletin. 2016. No. 1 (21). Pp. 66–70.

Информация об авторе

А.М. Альбаева – старший преподаватель Тольяттинского государственного университета.

Information about the author

A.M. Albaeva – senior lecturer of Togliatti State University.

Статья поступила в редакцию 11.08.2023; одобрена после рецензирования 31.08.2023; принятa к публикации 06.10.2023.

The article was submitted 11.08.2023; approved after reviewing 31.08.2023; accepted for publication 06.10.2023.

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 76–86.
Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 76–86.

Научная статья
УДК 339.138
doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-76-86

Исследование компетентностного профиля маркетолога

Анастасия Леонидовна Белобородова¹, Ольга Вячеславовна Мартынова²

^{1,2} Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

¹ a-beloborodova@mail.ru

² olgav1982@mail.ru

Аннотация. В статье проводится анализ компетентностного профиля маркетолога в современных экономических условиях, выделяются основные аспекты подготовки данных специалистов. Актуальность темы исследования обосновывается поиском путей адаптации образовательных программ высшего образования к требованиям рынка труда. Результаты изучения мнений работодателей относительно наиболее востребованных навыков сотрудников в сфере маркетинга являются основой для проектирования и/или совершенствования основных образовательных программ. Исследование, осуществленное посредством опроса представителей маркетинговых служб организаций Республики Татарстан, показало, что наряду с профессиональными компетенциями в области аналитики рынка и разработки маркетинговой стратегии актуально наличие у маркетологов универсальных компетенций. Отдельным требованием к навыкам маркетологов выступают так называемые умения и навыки работы в цифровой среде. Проектирование основных образовательных программ должно строиться на принципах вариативности, предполагать треки в области маркетинговых коммуникаций и аналитики рынка, цифровую компоненту, а также применение методик обучения, направленных на развитие компетенций в области межличностных коммуникаций и проектной деятельности.

Ключевые слова: компетенции маркетолога, проектирование основных образовательных программ, исследование работодателей

Основные положения:

- ◆ динамичность компетенций маркетолога подлежит регулярному исследованию;
- ◆ проектирование основных образовательных программ в области маркетинга должно строиться с учетом трендов развития рынка и позиции работодателей относительно компетентностного профиля маркетолога.

Для цитирования: Белобородова А.Л., Мартынова О.В. Исследование компетентностного профиля маркетолога // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 76–86. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-76-86.

Research of a marketer's competence profile

Anastasia L. Beloborodova¹, Olga V. Martynova²

^{1,2} Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

¹ a-beloborodova@mail.ru

² olgav1982@mail.ru

Abstract. The article investigates the competence profile of a marketer in modern economic conditions, highlights the main aspects of training these specialists. The relevance of the research topic is justified by the search for ways to adapt educational programs of higher education to the requirements of the labor market. The results of studying opinions of employers regarding the most in-demand skills of employees in the field of marketing are the basis for designing and/or improving basic educational programs. The research carried out through a survey of representatives of marketing services of organizations of the Republic of Tatarstan showed that, along with professional competencies in the field of market analytics and marketing strategy development, it is important for marketers to have universal competencies. A separate requirement for the skills of marketers are the so-called skills and abilities of working in a digital environment. The design of basic educational programs should be based on the principles of variability, include tracks in the field of marketing communications and market analytics, a digital component, as well as the use of teaching methods aimed at developing competencies in the field of interpersonal communications and project activities.

Keywords: competence of a marketer, design of basic educational programs, research of employers

Highlights:

- ◆ the dynamism of a marketer's competencies is subject to regular research;
- ◆ the design of basic educational programs in the field of marketing should be based on market development trends and the position of employers regarding the competence profile of a marketer.

For citation: Beloborodova A.L., Martynova O.V. Research of a marketer's competence profile // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 76–86. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-76-86.

Введение

В связи с изменением поведения потребителя и развитием конкуренции между организациями на рынке актуализируется вопрос изменения подходов к подготовке специалистов в области маркетинга и их компетентностного профиля. Компетентностный профиль рассматривается как совокупность универсальных и профессиональных компетенций маркетолога. Широкая дифференциация функционала маркетолога влечет за собой пересечение его функций со специалистами в области продаж, сбыта, связей с общественностью. В таблице представлена структура спроса и предложения на рынке труда по профессиональным областям.

На основе данных, приведенных в таблице, профессиональная отрасль «Маркетинг, реклама, PR» попадает в зону, где процент ак-

тивных резюме превышает процент активных вакансий. Профессиональных отраслей с подобным соотношением сегодня меньшинство, в основном наблюдается противоположная картина, когда открытых вакансий больше, чем резюме. Что же может являться причиной отличной картины в изучаемой нами области?

На наш взгляд, можно выдвинуть две гипотезы:

1. Сокращение спроса на специалистов в сфере «Маркетинг, реклама, PR», что связано с общими кризисными проблемами бизнеса и, как следствие, экономией на отдельных функциональных направлениях.

2. Перенасыщение рынка в области «Маркетинг, реклама, PR» и несоответствие компетентностного профиля маркетологов требованиям рынка труда.

Структура спроса и предложения на рынке труда по профессиональным областям*

Наименование профессиональной отрасли	Доля об общего числа, %	
	активных вакансий	активных резюме
Менеджеры по продажам	22,4	17,5
Рабочие	20,1	13,3
Производство	15,6	12,1
Работники строительной отрасли	14,3	12,0
Работники логистики	12,2	11,3
Работники розничной торговли	11,1	6,2
Домашний, обслуживающий персонал	9,3	13,8
Информационные технологии	6,1	11,6
Медицина, фармацевтика	5,1	2,8
Туризм, гостиницы, рестораны	5,1	4,8
Административный персонал	4,9	12,9
Финансы, бухгалтерия	4,1	6,6
Маркетинг, реклама, PR	3,0	9,4

* Рынок труда в середине 2023 года: никто не виноват, но что делать? Анализ данных, тренды и прогнозы от hh.ru. URL: <https://kazan.hh.ru/article/31716?ysclid=lmj3ulwyid800500513> (дата обращения: 10.07.2023).

В данной статье нами будет проверена вторая гипотеза. Для проведения исследования будет использован смешанный метод исследования, опирающийся как на первичную, так и на вторичную информацию.

Как же отразились события последнего года на спросе на представителей профессий в области маркетинга, какие компетенции потеряли свою актуальность, а какие стали наиболее востребованными? Для ответа на этот вопрос обратимся к исследованию, проведенному крупнейшей платформой онлайн-рекрутинга hh.ru совместно с образовательной платформой «Нетология». В результате исследования были выявлены изменения, произошедшие вследствие введения первого пакета санкций против России в 2022 г., которые затронули специалистов, занятых в сфере маркетинга. В рамках исследования были сопоставлены данные за аналогичные периоды 2021 и 2022 гг., а именно с марта по ноябрь.

Сильнее всего кризис повлиял на спрос со стороны работодателей на директоров по маркетингу. За год отмечено падение спроса на 48%.

Интернет-маркетологи, SMM- и контент-менеджеры, а также PR-менеджеры пострадали в меньшей степени. Спрос на данные специальности за год сократился на 7,7%, 6% и 8,4% соответственно.

Меньше всего пострадали копирайтеры, редакторы и корректоры. Спрос на них сократился за год всего на 1%.

А вот спрос на маркетологов-аналитиков за год даже вырос на 9,6%. Следовательно, данную компетенцию на сегодняшний день для рынка работодателей можно считать наиболее востребованной.

В 2021 г. самым популярным навыком, который указывали работодатели в требованиях к вакансиям маркетологов, оказалось умение работать в условиях многозадачности. Работодатели упоминали его в 2,5 раза чаще.

Далее следовали:

- ◆ навык работы с большим объемом информации;
- ◆ навык работы в команде;
- ◆ навык делового общения;
- ◆ аналитическое мышление.

Среди наименее упоминаемых требований можно отметить презентацию, копирайтинг (написание текстов), поиск и привлечение клиентов, исследование рынка и т.д.

41% от прошенных работодателей больше обращает внимание на специалистов маркетологов с широкими компетенциями, 26% – на узкопрофильных.

hh.ru опубликовал примеры запросов работодателей на кросс-навыки маркетологов (рис. 1).



Рис. 1. Примеры запросов компаний на кросс-навыки маркетологов

Результаты данного исследования демонстрируют появление требований к маркетологам по владению кросс-функциональными компетенциями.

Далее изучим профессиональный стандарт «Маркетолог» и определим, какие компетенции наиболее востребованы согласно данному документу [1].

Профессиональный стандарт «Маркетолог» включает три основные общие функции, к которым относятся:

- ◆ технология проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- ◆ разработка и реализация маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- ◆ управление маркетинговой деятельностью предприятия.

В целом профессиональный стандарт отражает основные направления деятельности специалиста в области маркетинга, но не предполагает конкретизации в отношении инструментария ее реализации. В профессиональном сообществе, в том числе Гильдии маркетологов РФ, обсуждались изменения в части данного профессионального стандарта в контексте применения цифровых инструментов в реализации маркетинговых функций, а также в части клиентоориентированности.

Так, в рамках необходимых умений в трудовой функции «подготовка и проведение маркетинговых исследований» маркетолог должен

«создавать и воспроизводить видеоролики, презентации, слайд-шоу, медиафайлы», «видеть и понимать проблемы клиента, правильно оценивать ожидания клиента, предварительно анализировать проблемы и прогнозировать возможности оптимального решения стандартных и нестандартных маркетинговых задач в условиях неопределенности». Данные примеры предлагаемых изменений демонстрируют отклик академического и профессионального сообщества на меняющиеся требования рынка к функционалу маркетологов.

Методы

С целью выявления требований рынка нами был проведен опрос представителей отделов маркетинга компаний, работающих на рынке города Казани, более половины которых заняты на предприятиях, которые можно отнести к крупному бизнесу. Считаем нужным это отметить по причине того, что размер организации и рынок, на котором она работает, во многом определяют потребность в определенных маркетинговых функциях. Распределение респондентов по должностям, которые они занимают в организациях, представлено на рис. 2.

Опрос был проведен в июне 2023 г. В исследовании приняли участие 30 человек.

Респондентами были выделены наиболее востребованные в настоящее время компетенции маркетологов (рис. 3).

На основании представленной диаграммы можно выделить несколько наиболее

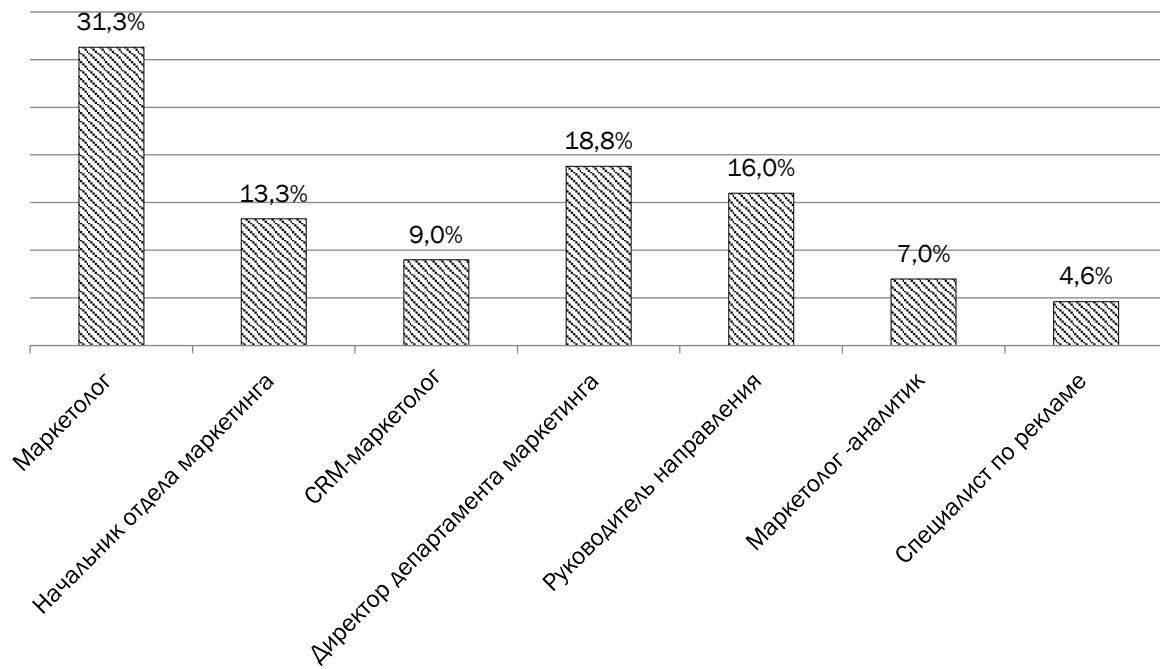


Рис. 2. Распределение респондентов по занимаемым должностям

востребованных прикладных компетенций маркетолога:

◆ в области аналитики рынка – мониторинг тенденций развития рынка, конкурентов; организация и проведение маркетинговых исследований; маркетинговый анализ; поиск и описание целевой аудитории;

◆ в области стратегического маркетинга – разработка маркетинговой стратегии; разработка бюджета маркетинга.

Кроме того, большое внимание уделяется наличию навыков в области брендинга, продвижения (в том числе интернет-продвижения, формирования бюджета продвижения и медиапланирования).

Следует отметить, что кроме прикладных компетенций респондентами отмечены требования к маркетологам относительно владения универсальными компетенциями, такими как управление проектами, умение работать в команде, креативность, ведение переговоров и т.д.

Если обратиться к перспективам развития функционала маркетолога, то представители маркетинга компаний отмечают востребованность такой компетенции, как управление клиентским опытом.

Респондентами были отмечены специалисты в области маркетинга, которые в настоя-

щее время востребованы компаниями, – маркетолог-аналитик, интернет-маркетолог (рис. 4).

Также, согласно рис. 5, при ответе на вопрос о потребности в специалистах в области маркетинга в ближайшие годы лидирующие позиции заняли архитектор рынка (трендотчер) и дизайнер клиентского опыта.

На основе данных, представленных выше, мы видим, что маркетолог должен владеть компетенциями согласно концепции T-Shaped специалиста, обладающего не только широкими знаниями общей направленности, но и углубленными знаниями в профессиональной сфере. То есть помимо компетенций, которые можно назвать профессиональными, в том числе в части применения цифровых инструментов (работа с большими данными, управление клиентским опытом), остаются крайне востребованными так называемые универсальные компетенции (умение работать в команде, навыки делового общения, умение критически мыслить и т.д.).

Одним из трендов трансформации профессии «маркетолог» является эффект конвергенции, когда представителям профессии становится жизненно необходимо владеть компетенциями смежных специальностей.

Например, в США студентов факультетов журналистики и медиа уже давно учат конвер-

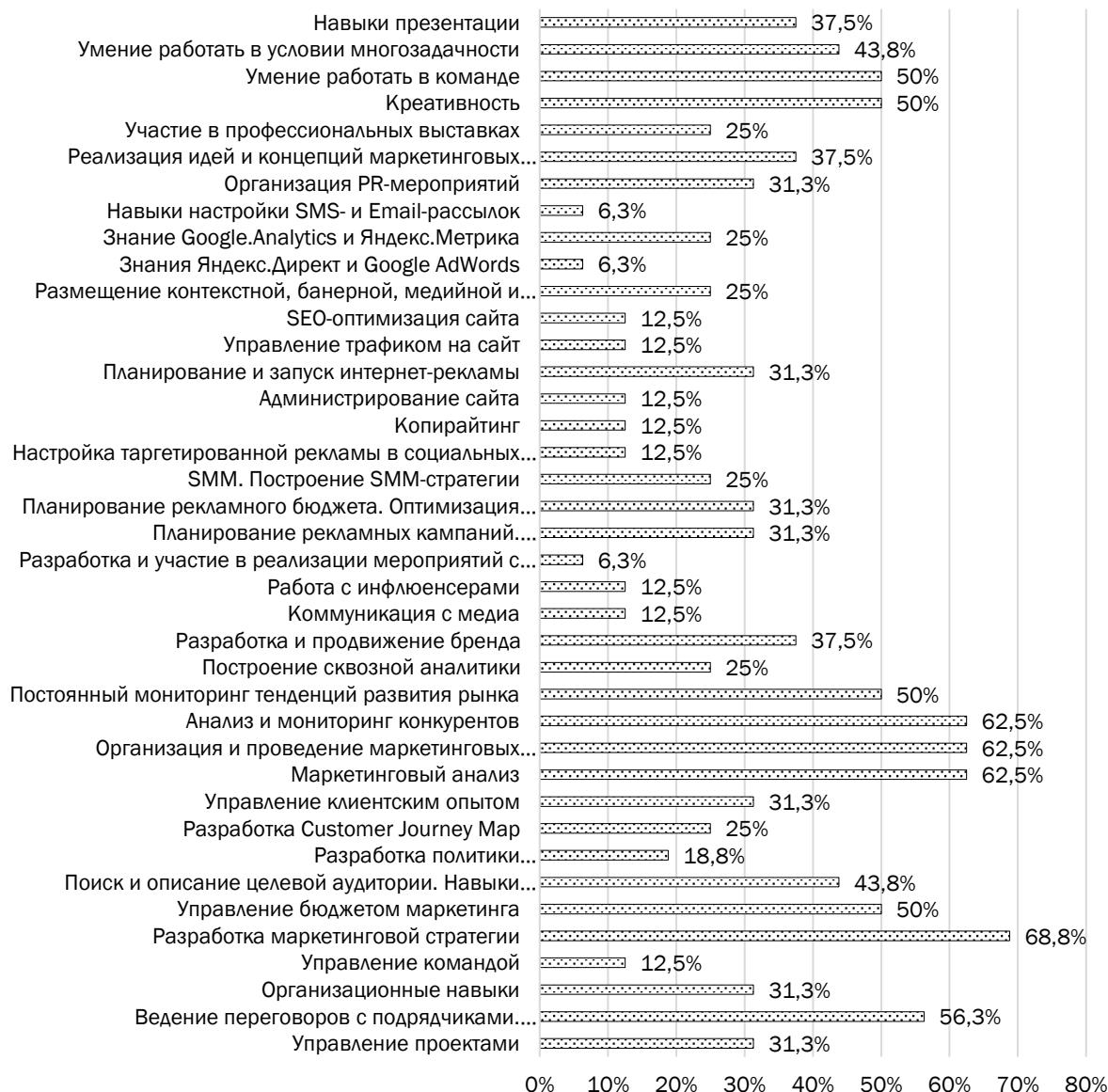


Рис. 3. Структура ответов респондентов на вопрос: «Выделите 5–10 компетенций, которые вы бы точно указали сегодня при поиске маркетолога в организацию, в которой вы работаете»

генции (схождению нескольких профессий в одну). Это проявляется в следующем: в образовательной программе нет четкого фокуса на определенную специальность, например, только на копирайтинг или на видеомонтаж. Считается, что выпускник образовательной программы должен обладать знаниями и навыками во всех циклах производства.

Интересные примеры на эту тему приводит Анна Маикова в статье «Слияние специальностей: как трансформируется профессия маркетолога» [2]. Она на примерах конкретных функциональных направлений в области маркетинга демонстрирует, как происходит слия-

ние компетенций, присущих нескольким профессиям.

По мнению А. Маиковой:

◆ менеджер по рекламе/таргетолог = data-аналитик + интернет-маркетолог, где от первой профессии нужна компетенция планирования, прогнозирования, расчета и аналитики рекламного бюджета, а от второй – знание и умение использования функционала программ Google.Analytics, Яндекс.Метрика и т.д.;

◆ SMM-специалист = дизайнер + копирайтер. Компании предпочитают нанимать универсальных специалистов, умеющих работать



Рис. 4. Структура ответов респондентов на вопрос: «В каких специалистах в области маркетинга организация, в которой вы сейчас работаете, нуждается больше всего?»

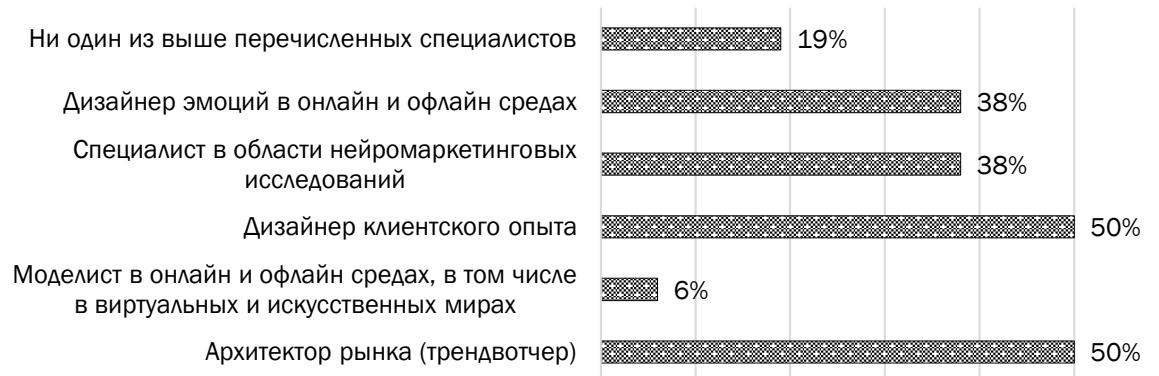


Рис. 5. Структура ответов респондентов на вопрос: «Какие из перечисленных специалистов в области маркетинга будут точно востребованы рынком в ближайшие 2–3 года?»

с программами Adobe, Figma и знающих функционал различных графических приложений;

◆ менеджер по инфлюенс-маркетингу = бренд-менеджер + специалист по продажам. Основная задача заключается в подборе инфлюенсеров, которые подходят под позиционирование компании и бренда, и продаже места на размещение рекламы в графике блогера;

◆ продуктовый маркетолог = интернет-маркетолог + продуктовый менеджер, от первой профессии важна такая компетенция, как умение работать с цифровыми каналами коммуникаций (диджитал-реклама, соцсети и т.д.), а от второй – умение формирования цепочки

ценности для клиента и создания и управления клиентским опытом (Customer Experience).

Еще в декабре 2017 г., после двухлетнего обсуждения влияния технологий на функцию маркетинга в компании, Высшая школа маркетинга и развития бизнеса Научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики» разработала дорожную карту специализаций в маркетинге 2018–2025 гг. Трансформация профессий в сфере маркетинга согласно данной карте представлена на рис. 6 [3].

В продолжение обсуждения трансформации функций маркетолога в своем выступлении Анастасия Чернышова, занимающая

2017 г.	2020 г.	2025 г.
Маркетолог	Маркет-менеджмент / развитие бизнеса	Архитектор рынка (трендволчера)
Бренд-менеджер	Product and Consumer Development	Моделист в онлайн- и офлайн-средах, в том числе в виртуальных и искусственных мирах
Продакт-менеджер		
Интернет-маркетолог	Digital-маркетолог	
CRM-менеджер	Менеджер маркетинга баз данных	Дизайнер клиентского опыта
Исследования в маркетинге	Нейромаркетинговые исследования	Нейромаркетинговые исследования
PR-менеджер	Контент-менеджер	Дизайнер эмоций в онлайн- и офлайн-средах
Контент-менеджер		
Дизайнер	Дизайнер	Дизайнер

Рис. 6. Прогноз трансформации функций маркетинга до 2025 г.*

* Новые маркетинговые компетенции 2025 г. В российской информационной среде и на крупнейшей онлайн-рекрутинг платформе hh.ru / НИУ ВШЭ. Москва, 2019. 14 с. URL: <https://marketing.hse.ru/mirror/pubs/share/310714571> (дата обращения: 10.07.2023).

должность директора по работе с болельщиками ФК «Зенит», отметила, что сегодня для них максимально важна такая компетенция, как анализ клиентского опыта. Теперь необходимо не просто знать социально-демографические характеристики клиента и то, как часто он посещает матчи, но и уметь работать с большими данными и понимать, кто ваш клиент:

◆ клиент ходит на матчи по заранее купленному абонементу или он разово покупает билет, либо это просто приезжий турист, который хочет сходить на матч или просто побывать на современном известном в России стадионе;

◆ как клиент использует сайт: часто ли заходит, сколько страниц просматривает, сколько времени проводит, какие разделы его интересуют в большей степени, какие новости читает, идет ли во вкладку интернет-магазина и если да, то какие товары выбирает, и т.д.;

◆ как клиент ведет себя на стадионе: во сколько приезжает на игру, через какой вход заходит, покупает ли еду и когда он это делает – до или во время матча и т.д.;

◆ делится ли клиент своими впечатлениями, которые он получил от просмотренного матча, когда он это делает, где и как, какого формата контент выкладывает (видео, реалс, посты), комментирует ли новости, размещаемые клубом и т.д.

Цель такого подробного анализа – разработка максимально кастомизированного предложения для болельщика, предложение именно того, что нужно ему, в том месте и в то

время, когда он в наибольшей степени этим заинтересован.

По мнению А. Чернышовой, все это неизбежно трансформирует компетенции маркетолога. Сегодня важно:

◆ обладать навыками проведения системного анализа; понимать, что такое аналитика; знать и владеть современными методами и инструментами работы с большими объемами данных;

◆ понимать технологии интернет-маркетинга; уметь запускать медийную, таргетированную, контекстную рекламу; уметь анализировать ее эффективность;

◆ знать и уметь использовать современные CRM-системы;

◆ уметь разрабатывать Customer Journey Map с возникновения идеи и до момента трансляции полученного опыта окружающим;

◆ уметь не только разрабатывать Customer Journey Map, но и управлять клиентским опытом;

◆ владеть практическими навыками в разработке электронных рассылок.

Ирина Садчикова, управляющий директор видео-продакшн Salt Movies, дополняет, что наступила эпоха битвы за контент. Потребители больше не хотят видеть рекламу, их раздражает, если что-то прерывает получение ими впечатлений и опыта. Именно поэтому появляется баннерная слепота, все больше людей потребляют контент на стриминговых платформах по подписке, искусственные рекламные

ролики с постановочными сюжетами собирают все меньше просмотров [4].

В числе компетенций маркетолога будущего, по мнению И. Садчиковой, непременно должны присутствовать следующие:

- ◆ навыки быстрого поиска креативных идей для контента и сторителлинга;
- ◆ знание человеческого мышления и психологии;
- ◆ умение определять и описывать по всем группам критерием целевую аудиторию;
- ◆ умение формулировать и выстраивать позиционирование;
- ◆ навык построения сценариев коммуникаций.

Татьяна Комиссарова, занимающая должность декана в Высшей школе маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ, по результатам анализа 64 вакансий в области маркетинга еще добавляет к вышеперечисленным следующие компетенции:

- ◆ владение техниками дизайн-мышления;
- ◆ умение быстро реагировать на хайповые инфоповоды и упаковывать на базе полученной информации свой контент;
- ◆ опыт в разработке креативных коммуникационных техник для influence-маркетинга.

Результаты

Обзор результатов вышеупомянутых исследований позволяет сформулировать общий вывод о том, что функции маркетинга эволюционируют, образуются новые, межфункциональные и междисциплинарные направления, и сегодня маркетологи очень часто работают в сотрудничестве со специалистами из сфер IT, продаж, e-commerce, психологии и пр. В этих условиях особенно важно регулярно актуализировать свои компетенции и брать на себя лидерскую роль.

Нельзя не отметить, что есть разрывы в формируемых в образовательных учреждениях компетенциях маркетологов и запросах рынка. Ликвидировать данные разрывы в подготовке маркетологов и требованиях рынка труда, на наш взгляд, возможно следующими способами:

- ◆ рестайлинг образовательных программ высшего образования в части их структуры, содержания, технологий обучения и т.д.;

◆ разработка дополнительных программ профессиональной переподготовки и повышения квалификации.

Под рестайлингом образовательных программ мы понимаем проектирование образовательной программы на основе требований профессиональных стандартов (профессиональные компетенции), закладывая основной функционал маркетинга в основу программы. Построение программы должно строиться на принципах вариативности, т.е. наличия треков внутри образовательной программы – аналитического и коммуникационно-креативного, которые позволяют изучить отдельные функции углубленно.

Обязательными к освоению должны стать навыки владения цифровыми компетенциями в сфере профессиональной деятельности, например, в части анализа больших данных, формирования и обработки визуального контента. Важно отметить, что внедрение инструментов электронного обучения (цифровые ресурсы, онлайн-курсы) в изучение ряда дисциплин образовательной программы позволяет формировать цифровые компетенции на пользовательском уровне.

Принимая во внимание наличие требований к трудоемкости обязательных дисциплин, предусмотренных федеральными государственными образовательными стандартами, возможна разработка факультативных дисциплин, онлайн-курсов, которые позволяют сформировать определенные образовательные результаты в гибком режиме. Если обратиться к вышеуказанной статистике современных требований к маркетологам, то среди них можно обнаружить и требования к пониманию психологических аспектов поведения потребителей, следовательно, в образовательной программе необходимы дисциплины/модуль, которые позволяют освоить данную компетенцию и сформировать умения и навыки в области управления клиентским опытом.

Считаем значимым уделить внимание универсальным, надпрофессиональным компетенциям, формирование которых возможно за счет реализации проектной деятельности, которая должна стать сквозной технологией реализации дисциплин, курсовых работ, выпускной квалификационной работы. Кроме проект-

ной деятельности, которая предполагает развитие компетенций в области командообразования и коммуникаций, возможен вариант разработки требований к содержанию и оценочным средствам, так называемых обязательных дисциплин, например, истории, философии, естественно-научной картины мира, способствующих формированию критического мышления обучающихся.

Задачу формирования навыков работы в условиях многозадачности считаем возможным решить за счет пересмотра подходов к видам занятий. Лекция как вид занятия, на наш взгляд, утрачивает свою актуальность в силу широкой представленности информации в различных источниках. Меняется роль преподавателя, он становится тьютором, наставником, «сборщиком контента».

Приведем тезис коллег в отношении лекционных занятий: «...не призывая коллег вовсе отказаться от лекций и семинаров, хочется предложить разнообразить эти виды занятий, превратив их из способа передачи информации в интерактивный процесс обучения, включающий наиболее развитый тип мышления каждого студента» [5].

Обсуждение

Описанный в статье подход трудоемок и с позиции формирования выборки респонден-

тов. Кроме того, дискуссионным остается вопрос относительно требований к респондентам в части размеров предприятий, специфики их деятельности, региональных особенностей развития рынка. Перечисленное выше оказывает влияние и на требования к компетентностному профилю маркетолога. Необходимо также в дальнейших исследованиях остановиться на образовательных технологиях, применяемых преподавателями основных образовательных программ, подходах формирования обучающего контента, так как не только структура программы определяет успешность формирования умений и навыков будущих маркетологов.

Заключение

Считаем правильным совершенствовать и проектировать основные образовательные программы на основе результатов исследований рынка труда, а также трендов развития рынка в целом. Кроме того, важно иметь в виду, что программа высшего образования реализуется минимум 4 года. Динамичность развития рынка прямо и непосредственно оказывает влияние на требования к навыкам маркетологов. Принимая во внимание последний тезис, необходимо уделять внимание трансформационным процессам в области маркетинга [6–7].

Список источников

1. Об утверждении профессионального стандарта «Маркетолог» : приказ Минтруда России от 04.06.2018 № 366н. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71872810/> (дата обращения: 10.07.2023).
2. Маикова А. Слияние специальностей: как трансформируется профессия маркетолога. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/61b7361a9a794740b3343c29> (дата обращения: 10.07.2023).
3. Новые маркетинговые компетенции 2025 г. В российской информационной среде и на крупнейшей онлайн-рекрутинг платформе hh.ru / НИУ ВШЭ. Москва, 2019. 14 с. URL: <https://marketing.hse.ru/mirror/pubs/share/310714571> (дата обращения: 10.07.2023).
4. Трансформация функций маркетолога – движение по траектории и новые вектора развития. URL: <https://marketing.hse.ru/news/308352785.html?ysclid=Imj4rfebev482654558> (дата обращения: 10.07.2023).
5. Сагинова О.В., Фокс К.Ф., Скоробогатых И.И. Новые подходы к преподаванию маркетинговых дисциплин // Вестник Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова. 2004. № 4. С. 3–12.
6. Рынок труда в середине 2023 года: никто не виноват, но что делать? Анализ данных, тренды и прогнозы от hh.ru. URL: <https://kazan.hh.ru/article/31716?ysclid=Imj3ulwyid800500513> (дата обращения: 10.07.2023).
7. Изменения в сфере маркетинга после введения санкций: какие специалисты востребованы, какие навыки нужны, как будет развиваться рынок. URL: <https://netology.ru/blog/01-2023-marketing-research> (дата обращения: 10.07.2023).

References

1. On the approval of the professional standard "Marketer" : order of the Ministry of Labor of the Russian Federation dated 04.06.2018 No. 366n. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71872810/> (date of access: 10.07.2023).
2. Maikova A. Merging of specialties: how is the marketing profession being transformed. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/61b7361a9a794740b3343c29> (date of access: 10.07.2023).
3. New marketing competencies 2025. In the Russian information environment and on the largest online recruiting platform hh.ru / Higher School of Economics. Moscow, 2019. 14 p. URL: <https://marketing.hse.ru/mirror/pubs/share/310714571> (date of access: 10.07.2023).
4. Transformation of marketing functions - trajectory movement and new development vectors. URL: <https://marketing.hse.ru/news/308352785.html?ysclid=lmj4rfebev482654558> (date of access: 10.07.2023).
5. Saginova O.V., Fox K.F., Skorobogatykh I.I. New approaches to teaching marketing disciplines // Bulletin of the Plekhanov Russian Academy of Economics. 2004. No. 4. Pp. 3-12.
6. The labor market in mid-2023: no one is to blame, but what to do? Data analysis, trends and forecasts from hh.ru. URL: <https://kazan.hh.ru/article/31716?ysclid=lmj3ulwyid800500513> (date of access: 10.07.2023).
7. Changes in the field of marketing after the imposition of sanctions: which specialists are in demand, what skills are needed, how the market will develop. URL: <https://netology.ru/blog/01-2023-marketing-research> (date of access: 10.07.2023).

Информация об авторах

А.Л. Белобородова – кандидат экономических наук, доцент, доцент института управления, экономики и финансов Казанского (Приволжского) федерального университета;

О.В. Мартынова – кандидат экономических наук, доцент, доцент института управления, экономики и финансов Казанского (Приволжского) федерального университета.

Information about the authors

A.L. Beloborodova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Institute of Management, Economics and Finance of Kazan (Volga Region) Federal University;

O.V. Martynova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Institute of Management, Economics and Finance of Kazan (Volga Region) Federal University.

Статья поступила в редакцию 14.09.2023; одобрена после рецензирования 25.09.2023; принятая к публикации 06.10.2023.

The article was submitted 14.09.2023; approved after reviewing 25.09.2023; accepted for publication 06.10.2023.

Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 87–96.
 Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 87–96.

Научная статья

УДК 330.131.5:658.51

doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-87-96

Инструменты ESG-трансформации промышленных предприятий в условиях их перехода на принципы бережливого производства

Павел Андреевич Дегтярев

Сочинский институт (филиал) Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы,
 Сочи, Россия, pavel.degtiareff@yandex.ru

Аннотация. В статье автором предложена концептуальная модель управления устойчивым развитием промышленного предприятия, которая предусматривает равнозначное воздействие «сверху» и «снизу» на основные объекты управления на предприятии в рамках реализации ESG-стратегии за счет соблюдения принципов адаптивности, эффективного менеджмента, устойчивого развития и использования тех возможностей оптимизации бизнес-процессов, которые дает внедрение цифровых решений в практику управления предприятием. Обзор инструментов устойчивого развития свидетельствует о том, что нередко ограничительным фактором их внедрения становится даже не нехватка инвестиционного финансирования, а организационные и кадровые проблемы – неэффективная структура менеджмента, менталитет руководства, отсутствие необходимой квалификации персонала. Также в ходе построения классификационной схемы инструментов устойчивого развития промышленных предприятий автор приходит к выводу о том, что среди всего многообразия инструментов в современных условиях для промышленных предприятий наиболее актуальными инструментами оптимизации, позволяющими дать быстрый результат, могут стать три основных – бережливое производство, наилучшие доступные технологии и экологический мониторинг. В статье рассмотрены базовые элементы концепции бережливого производства, которые в современных условиях функционирования промышленного предприятия органично встраиваются в его долгосрочную стратегию развития и способствуют реализации им принципов устойчивого развития.

Ключевые слова: промышленная отрасль, устойчивое развитие, ESG-стратегия, бережливое производство

Основные положения:

- ◆ корректировка существующих бизнес-процессов в соответствии с ESG-принципами дает возможность компании эффективно концентрировать производственные ресурсы и минимизировать затраты, что даже при неблагоприятных макроэкономических условиях позволяет обеспечивать устойчивое развитие как залог сохранения долгосрочной конкурентоспособности;
- ◆ применение методов бережливого производства позволяет промышленному предприятию снижать производственные риски и оптимизировать производственные процессы за счет применения передовых технологий контроля издержек и вторичного использования ресурсов;
- ◆ концепция бережливого производства поддерживается концепцией цифрового производства, в их рамках совершенствуются процессы моделирования деятельности компании и автоматизируются производственные, управленческие и другие бизнес-процессы, что повышает эффективность производства.

Для цитирования: Дегтярев П.А. Инструменты ESG-трансформации промышленных предприятий в условиях их перехода на принципы бережливого производства // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2023. № 8 (226). С. 87–96. doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-87-96.

Tools for ESG transformation of industrial enterprises in the conditions of their transition to the principles of lean production

Pavel A. Degtyarev

Sochi Institute (branch) of Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba,
Sochi, Russia, pavel.degtyareff@yandex.ru

Abstract. In the article, the author proposes a conceptual model for managing the sustainable development of an industrial enterprise, which provides for an equivalent impact "from above" and "from below" on the main management objects at the enterprise as part of the implementation of the ESG strategy through compliance with the principles of adaptability, effective management, compliance with ESG principles and the use of those business process optimization opportunities that the implementation provides digital solutions in the practice of enterprise management. A review of sustainable development tools shows that often the limiting factor in their implementation is not even a lack of investment financing, but organizational and personnel problems - an inefficient management structure, management mentality, lack of necessary staff qualifications. By the construction of the classification scheme of tools for the sustainable development of industrial enterprises, the author also comes to the conclusion that among all the variety of tools, in modern conditions for industrial enterprises, the most relevant optimization tools that can give quick results can be three main ones - lean manufacturing, the best available technologies and environmental monitoring. The article discusses the basic elements of the concept of lean production, which in modern conditions of the functioning of industrial enterprises are organically integrated into its long-term development strategy and contribute to the implementation of sustainable development principles.

Keywords: industrial sector, sustainable development, ESG strategy, lean manufacturing

Highlights:

- ◆ the adjustment of existing business processes in accordance with ESG principles enables the company to effectively concentrate production resources and minimize costs, which, even under unfavorable macroeconomic conditions, allows ensuring the sustainable development as a guarantee of maintaining the long-term competitiveness;
- ◆ the use of lean manufacturing methods allows an industrial enterprise to reduce production risks and optimize production processes through the use of advanced cost control technologies and the reuse of resources;
- ◆ the concept of lean manufacturing is supported by the concept of digital production, within their framework, the processes of modeling the company's activities are improved and production, management and other business processes are automated, which increases the production efficiency.

For citation: Degtyarev P.A. Tools for ESG transformation of industrial enterprises in the conditions of their transition to the principles of lean production // Vestnik of Samara State University of Economics. 2023. No. 8 (226). Pp. 87–96. (In Russ.). doi:10.46554/1993-0453-2023-8-226-87-96.

Введение

Деятельность российских промышленных предприятий в данный момент времени находится под влиянием большого количества глобальных трендов, а также макроэкономических факторов, определяющих основные направления и особенности их развития на ближайшую перспективу. Среди основных факторов влияния можно назвать ускорение про-

цессов цифровизации и повсеместное внедрение цифровых решений, определяющих конкурентоспособность предприятия [1, с. 75], усиление трендов глобализации производств и формирование отраслевых кластеров, необходимость учета экологической повестки, которая тем не менее все больше подвергается критике. Кроме того, важно учитывать и особое состояние, в котором пребывает сейчас

российская экономика, все больше приобретающая черты автаркии, режим санкционных ограничений, курс на импортозамещение, необходимость обретения технологического суверенитета, высокую волатильность курса национальной валюты, усложнение доступа к заемным источникам финансирования за счет повышения ключевой ставки и др.

В этих условиях компаниям российской промышленности крайне важно обеспечить не только свою выживаемость в краткосрочной перспективе, но и устойчивость в долгосрочной перспективе как залог будущего повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности при улучшении экономической конъюнктуры. С нашей точки зрения, достичь целей устойчивого развития в сложившихся условиях можно только за счет грамотного применения инструментария устойчивого развития, который предполагает возможность анализа «слабых» мест развития компании и их преодоления за счет использования современных методик ESG-развития. При этом следование многим принципам ESG-стратегии не требует привлечения масштабного финансирования, успешность реализации стратегий устойчивого развития скорее будет лежать в плоскости грамотных управленческих решений и организационных трансформаций.

Одним из перспективных направлений ESG-трансформации деятельности промышленных предприятий является использование тех возможностей, которые дает применение концепции бережливого производства, позволяющей минимизировать производственные затраты при сохранении прежних объемов производства, но при этом увеличить доходы компаний.

Методы

Изучение основ управления устойчивым развитием промышленных предприятий, представленных в научных работах С.И. Бик, С.В. Ореховой, Е.В. Романовской, Е.П. Козловой, К. Лабушье, Г. Сильвиуса, Т. Тейлора, Р. Штойрера, Т. Диллика и К. Хокертса, позволило нам разработать алгоритм управления устойчивым развитием промышленных компаний, который предусматривает достижение ESG-целей в долгосрочной и среднесрочной

перспективе на основе учета степени влияния на их реализуемость факторов внешней и внутренней среды.

Для получения в ходе проведения исследования научно значимых теоретических результатов и элементов научной новизны были использованы такие методы научного познания, как сравнительный анализ, абстрагирование, обобщение данных, динамический и статический методы, применение которых в совокупности позволяет подтвердить выдвинутые научные гипотезы, сформулированные в данной статье в виде основных положений проведенного исследования.

Результаты

Обеспечение устойчивого развития предприятия возможно только в том случае, если для этого существуют необходимые организационные предпосылки, ведь одного только наличия необходимого количества инвестиционных ресурсов недостаточно для того, чтобы предприятие реально, а не для выполнения законодательных требований или требований инвесторов начало реализовывать ESG-стратегию. Поэтому для ее успешной реализации необходимо добиться качественных коммуникационных взаимосвязей между высшим управлением компании и рядовыми сотрудниками, которые и будут реализовывать данную стратегию.

Таким образом, процесс подготовки модели управления устойчивым развитием компании подразумевает, что промышленная компания как объект управления подвержена управляющему воздействию со стороны двух групп субъектов управления – руководства (воздействие «сверху») и непосредственных исполнителей (воздействие «снизу»). Для того чтобы воздействие «сверху» было эффективным, необходимо обеспечить ряд условий:

- ◆ адаптивность руководства. Современные условия функционирования обусловливают необходимость руководства быстро реагировать на происходящие изменения и адаптироваться под условия окружающей среды. Например, для крупных промышленных предприятий, попавших под санкционные ограничения, основным условием обеспечения непрерывности деятельности и сохранения темпов роста стала возможность быстрой пере-

ориентации логистических цепочек, поиска новых каналов сбыта и закупки сырья, материалов, оборудования. В этом случае особо сильные конкурентные преимущества получили те компании, которые заранее начали реализовывать политику импортозамещения. Например, агрохолдинг «Стель» за счет этого почти не испытал на себе негативного воздействия от ухода с рынка зарубежных поставщиков, так как к моменту введения санкций он уже практически на 100% перешел на использование отечественных семян и средств защиты растений, на 70% – на использование техники российского производства;

◆ эффективный менеджмент. Использование новых методов управления, постоянный пересмотр существующих бизнес-процессов со стороны менеджмента является важным условием выживаемости предприятия в периоды нестабильности. Так, руководство Новолипецкого металлургического комбината в условиях кризисных явлений в экономике начало пересмотр устоявшихся подходов и поиск новых форматов организации бизнес-процессов, в результате чего была обеспечена более глубокая интеграция поставщиков в производственные процессы и установлены новые формы контрактов и оплата по результату;

◆ применение ESG-принципов. Хотя в 2022 г. часть экспертов и сомневалась в том, что у программ устойчивого развития в кризисное время есть перспективы, в основном такая точка зрения была связана с непониманием того, что ESG-стратегия – это не просто дань моде, а концепция развития предприятия, основной целью которой является устойчивое развитие компании в долгосрочной перспективе, повышение ее конкурентоспособности и достижение высоких экономических показателей, так как выполнение ESG-принципов позволяет эффективно взаимоувязать и долгосрочные планы компании, и ее текущие задачи, а также способствует обеспечению баланса интересов компании, населения, региона присутствия и государства. Кроме того, реализация концепции устойчивого развития предполагает соблюдение предприятием социальной ответственности, в том числе и перед своими сотрудниками. Компания, которая большое внимание уделяет кадровой по-

литике и обеспечивает социальные гарантии для работников, всегда будет обладать самым сильным профессиональным составом, обеспечивающим высокую производительность труда и рентабельность производства, минимизирующими издержки. Например, «Северсталь» большое внимание уделяет развитию системы взаимоотношений с подрядчиками, акцентируя внимание на вопросах охраны труда и промышленной безопасности при выборе своих бизнес-партнеров;

◆ цифровизация производства. Внедрение цифровых решений в практику работы промышленных предприятий позволяет сохранить устойчивость критической инфраструктуры, минимизировать выполнение работниками рутинных задач и уделять больше внимания процессам стратегического планирования и реализации антикризисных мероприятий [2, с. 68]. Так, в компании «Металлоинвест» на базе отечественного программного обеспечения был бесшовно реализован весь закупочный процесс с помощью перевода многих действий на ERP-платформу, в результате чего скорость взаимодействия с поставщиками, сорсинга и исполнения контрактов значительно ускорилась. Кроме того, реализация части бизнес-процессов на цифровой платформе позволила быстро внедрять необходимые решения, увеличив тем самым адаптивность компаний в новых экономических и геополитических условиях. В компании «Татнефть» был полностью автоматизирован процесс закупки и внедрены цифровые помощники, что способствовало повышению операционной эффективности, снизило трудозатраты и минимизировало риск возникновения ошибок, обусловленных человеческим фактором [3].

На основе данных факторов нами была разработана концептуальная модель управления устойчивым развитием промышленного предприятия, показанная на рис. 1, на котором представлены взаимосвязи между уровнями управления ESG-процессами промышленного предприятия, а также приведена структура инструментов воздействия субъектов управления на компанию и их взаимодействие с основными блоками управления – целями развития, бизнес-процессами и проектами устойчивого развития.

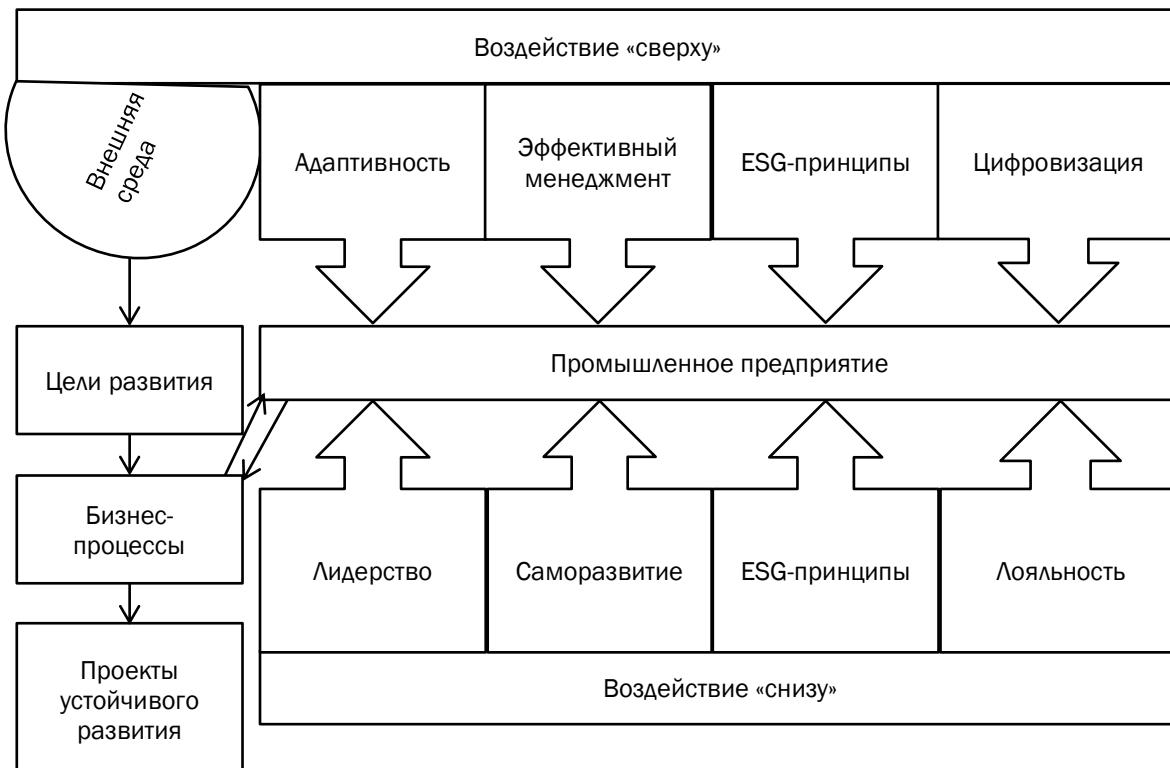


Рис. 1. Концептуальная модель управления устойчивым развитием промышленного предприятия

Воздействие на деятельность промышленного предприятия «снизу» также основано на учете ESG-принципов, только в этом случае успешность реализации мероприятий, направленных на обеспечение устойчивого развития, зависит от мотивации и квалифицированных действий сотрудников предприятия, их реального осознания тех преимуществ, которые получат компания и ее работники от следования концепции ESG. Поэтому основными условиями, обеспечивающими промышленному предприятию устойчивое развитие при воздействии «снизу», становятся:

◆ **лидерство.** При этом на первый план выходит не просто лидерство, а трансформационное лидерство, которое предполагает, что лидер и последователи в процессе взаимодействия способствуют взаимному поднятию уровня мотивации и личностного развития. За счет применения методики трансформационного лидерства компания может активизировать реализацию целей устойчивого развития, так как она увеличивает осведомленность работников о ценности их работы и важности достижения результатов в направлении устойчивого развития, что, в свою очередь, делает

каждого работника заинтересованным в достижении миссии организации и повышает у него осознание важности его функции для обеспечения устойчивого развития компании. В рамках трансформационного лидерства возможно реализовать индивидуальный подход к командной работе, что особенно актуально с учетом все большего числа сотрудников на «удаленной» работе, а также развить такой важный вид мотивации, как интеллектуальное стимулирование. Научные исследования подтверждают тесную взаимосвязь между наличием на предприятии процессов трансформационного лидерства и успешностью его устойчивого развития, особенно в сфере «зеленого» роста и роста эффективности реализации операционных бизнес-процессов [4, с. 107];

◆ **саморазвитие.** Так как процессы ESG-трансформации предполагают создание в компании новых ценностей, то для успешной реализации устойчивого развития от сотрудников необходимо правильное понимание устойчивой повестки и осознание происходящих бизнес-процессов не как некоего «застывшего» алгоритма, а как объекта оптимизации и трансформации. Для формирования такого видения

ESG-повестки промышленному предприятию необходимо применять системный подход при создании новой «зеленой» корпоративной культуры компании, в рамках комплексной работы с персоналом внедрять новые программы обучения, доступно излагать основную идею устойчивого развития, организовывать мероприятия, в ходе которых сотрудники могут обмениваться профессиональным опытом и знаниями, внедрять программы социального благополучия и т.д. В таких условиях у работников компании появятся заинтересованность и личностная мотивация в реализации ESG-принципов [5, с. 778];

◆ лояльность. Для формирования лояльности сотрудников к изменившейся стратегии компании и необходимости следования принципам ESG необходима их высокая вовлеченность в процессы компании и осознание того, что они оказывают самое непосредственное влияние на корпоративную эффективность. Здесь все достаточно просто – «устойчивые» предприятия больше других заботятся о своих сотрудниках, тем самым подтверждая свою приверженность принципам устойчивого развития. В свою очередь и сотрудники компании, имеющие достойные условия труда и заработную плату, чувствуют себя более уважаемыми и значимыми, и за счет этого формируется их высокая лояльность и даже преданность идеалам компании [6].

Такие методы анализа внешней среды, как PEST- и SWOT-анализ, позволяют промышленному предприятию в зависимости от макроэкономического окружения и особенности региональных рынков сформулировать или трансформировать свои ESG-цели развития на среднесрочную и долгосрочную перспективу, а также разработать алгоритм реализации ESG-стратегии, предполагающий использование того инструментария устойчивого развития, который уже доказал свою эффективность на примере других компаний, а также внедрение инновационных методов управления устойчивым развитием. Однако реализация каждого из условий воздействия «сверху» или «снизу» предусматривает, что руководство предприятия также будет заинтересовано в реальном выполнении задач устойчивого развития, а принимаемые управленческие решения будут

направлены не просто на достижение краткосрочных финансовых целей, но и на реализацию инвестиционных стратегий, предусматривающих сохранение финансовой устойчивости в долгосрочной перспективе, а также реализацию компанией социальной и экологически ответственной политики. При этом нужно отметить, что многие инструменты обеспечения устойчивого развития промышленных предприятий уже сами по себе содержат нацеленность на баланс интересов экономического развития компании и общественных интересов, заключающихся в получении системы социальных гарантий (для работников) и охране окружающей среды (для населения).

Обсуждение

Использование промышленным предприятием адаптированных инструментов стратегического управления и выбор наиболее эффективных из них позволяют достичь запланированных ESG-целей в достаточно короткие сроки. На данный момент систематизированная классификация инструментов устойчивого развития для промышленных предприятий еще не создана, кроме того, достаточно сложно в целом дать определение инструментам устойчивого развития, разграничив их с общей совокупностью инструментов стратегического развития. Тем не менее нами предпринята попытка классификации инструментов устойчивого развития промышленных предприятий на основе общизвестных методологий устойчивого развития, среди которых мы выделили методики Global 100 [7], SAM (Software Asset Management) [8, с. 11], Глобальной инициативы по отчетности [9, с. 35–36] и Ассоциации Франции по нормам [10, с. 153].

Приведенный на рис. 2 подход к классификации объясняется отсутствием на данный момент общепринятой точки зрения как на содержание понятия «инструменты устойчивого развития», так и на то, что относить к данным инструментам. Поэтому, на наш взгляд, целесообразно осуществить привязку ESG-инструментов к определенным методологиям, которые применяются в ходе ESG-трансформации промышленного предприятия.

Данный подход к классификации инструментов устойчивого развития промышленных

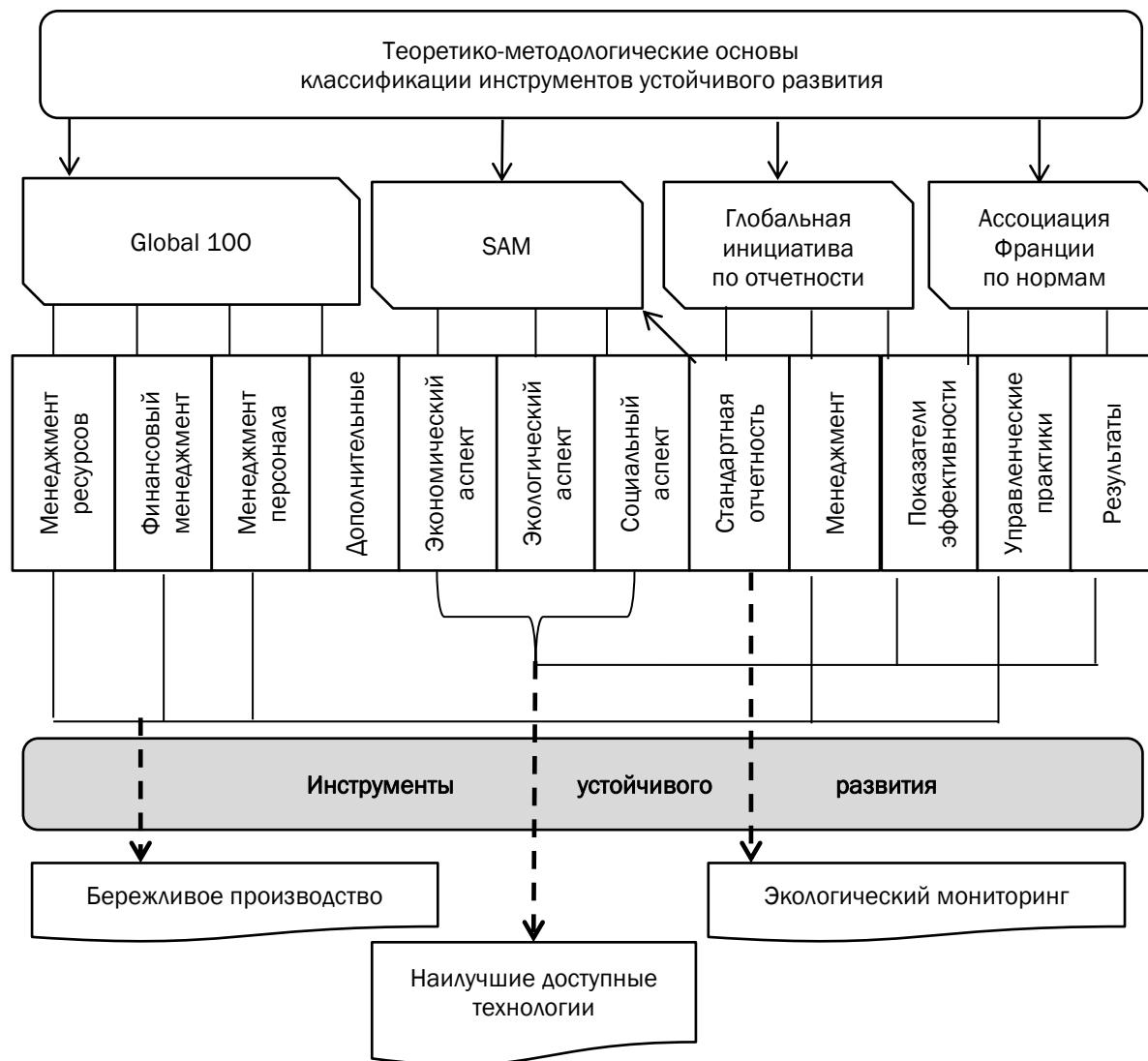


Рис. 2. Классификация инструментов устойчивого развития промышленных предприятий

предприятий расширяет традиционное видение процессов оценки уровня устойчивого развития, так как обычно она производится по таким критериям, как определение уровня экономической эффективности; измерение получаемого социального эффекта; снижение ущерба, причиняемого окружающей среде в результате деятельности предприятия, (или уровень затрат на природоохранные мероприятия).

Обзор указанных на рис. 2 методик оценки показывает, что наблюдается разница в терминологии, в то время как сами показатели анализа и критерии оценивания во многих методиках практически идентичны. В связи с этим мы пришли к выводу, что для идентификации инструментов устойчивого развития необходимо охарактеризовать основные подходы к оценке

устойчивости, а уже с помощью них определить подходящий для оценки уровня устойчивости предприятия инструментарий. Поэтому в предлагаемую классификацию были включены те инструменты, которые уже прошли апробацию на отечественных предприятиях, и, как оказалось, все их многообразие в современных российских реалиях можно свести к трем основным, внедрение которых способно в течение ограниченного периода времени дать результат и повысить эффективность работы предприятия по всем его видам деятельности:

1. Инструменты бережливого производства. Их применение позволяет оптимизировать бизнес-процессы промышленного предприятия по всем направлениям его деятельности на основе использования современных

методов управления [11, с. 110]. При этом стоит отметить, что перечень технологий, относящихся к концепции бережливого производства, достаточно обширен: Total Productive Maintenance, (TPM), поставки «точно в срок» (Just in time), схема картирования, система 5S, управление издержками по системам кайдзен и канбан. Внедрение многих из них не требует значительного объема финансовых ресурсов (а иногда финансирование может и вообще не потребоваться), в то время как их применение дает существенный результат за счет экономии на издержках. В рамках технологии бережливого производства также находится и концепция вторичного использования ресурсов, в этом случае она пересекается с еще одним инструментом устойчивого развития – использованием наилучших доступных технологий.

2. Наилучшие доступные технологии (НДТ). Сама по себе концепция НДТ шире, чем концепция бережливого производства, поскольку она исходит не столько из необходимости выполнения внутренних задач предприятия по достижению большей экономической эффективности, сколько из целей обеспечения устойчивого развития внешней среды, а значит и трансформации бизнес-процессов предприятия в соответствии с этими задачами [12, с. 13]. В первую очередь внедрение наилучших доступных технологий в практику работы предприятия связано с необходимостью соответствовать требованиям экологического законодательства, однако неформальный подход к внедрению НДТ обеспечивает такое равновесное состояние предприятия, когда внедряемые технологии не только снижают неблагоприятное воздействие производства на окружающую среду, но и позволяют получить существенные социальные (повышение лояльности населения и работников к компании, укрепление имиджа, повышение доверия со стороны инвесторов, уделяющих внимание ESG-повестке) и экономические (возможность привлечения «зеленого» финансирования, государственная поддержка экологически ответственных предприятий, снижение издержек за счет внедрения принципов бережливого производства) выгоды [13, с. 24].

3. Экологический мониторинг. Использование данного инструмента является неотъем-

лемым компонентом устойчивого развития компании, так как без него невозможно проведение оценки, полученной от внедрения технологий бережливого производства и НДТ-эффектов. Для потенциальных инвесторов компании, оценивающих в том числе и различные показатели отчета об устойчивом развитии, крайне важной является информация о том, дает ли результаты ESG-стратегия компании, т.е. достигается ли реальное улучшение качества окружающей среды и не несет ли компания при этом убытков, связанных с необходимостью реализации экологических программ. При этом целесообразно оценивать получаемый синергетический эффект.

Заключение

Выбор промышленным предприятием инструментария устойчивого развития осуществляется в зависимости от того, какие бизнес-процессы компании подлежат оптимизации и какого эффекта можно будет достичь в результате их применения. На практике такой анализ осложняется высокой неопределенностью результатов, их отсроченным во времени экономическим эффектом, а также сложностью расчета синергетического эффекта. Однако отдельные рассмотренные нами технологии, в частности технология бережливого производства, могут достаточно быстро принести заметные и количественно измеримые результаты, которые проявляются в конкретных показателях – росте производительности труда, снижении себестоимости при сохранении того же объема выручки или ее росте.

Основной же целью внедрения инструментов бережливого производства должно стать плавное и поэтапное уменьшение количества бизнес-процессов и операций, которые не создают для продукта потребительской ценности, что определяется по итогам проведения функционально-стоимостного анализа. Также все принимаемые решения в области реализации ESG-стратегии должны быть «двухпотоковыми», т.е. циркулировать «сверху-вниз» и «снизу-вверх», чтобы обеспечить необходимую для эффективной реализации принципов устойчивого развития коммуникацию между управлением компании и ее сотрудниками.

Список источников

1. Дривольская Н.А., Моложавенко О.А. Цифровизация промышленности как фактор устойчивого развития производства // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 9-1. С. 74–79.
2. Астафьева О.Е. Методология развития бизнес-процессов в условиях цифровой экономики при формировании механизма устойчивого развития промышленности // Управление. 2021. № 4. С. 65–74.
3. Праслов Ю. Закупки на надежной платформе. Как российские компании создают новые цепочки поставок. URL: <https://plus.rbc.ru/specials/zakupki-na-nadejnoi-platforme> (дата обращения: 18.08.2023).
4. Журавлева Н.А. Трансформационное лидерство и устойчивое развитие российских транспортных систем // Инновационные транспортные системы и технологии. 2022. Т. 8, № 2. С. 92–111. doi:10.17816/transsyst20228292-111.
5. Тимофеева А.Г. Обучение и развитие персонала как условие успешной ESG-трансформации российских банков // Московский экономический журнал. 2022. № 5. С. 775–882.
6. Орлова-Горская О. Зеленая команда. Как превратить сотрудников в борцов за ESG. URL: https://tsqconsulting.ru/blog/sustainability/ecological_team (дата обращения: 18.08.2023).
7. New rating methodology (effective October 1st, 2016 and to be deployed the first time for the 2017 Global 100 Ranking). URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1693730305&tld=ru&lang=en&name=2017-Global-100_Methodology (дата обращения: 03.09.2023).
8. Nouh F. SAM Software Asset Management // Software Processing Technologies. University of Seville, 2016. 24 р.
9. Руководство по отчетности в области устойчивого развития / Глобальная инициатива по отчетности. 2002. 98 с. URL: http://www.era-rossii.ru/inside/social/recommendations/gri_rus.pdf (дата обращения: 18.08.2023).
10. Салимова Т.А., Гудкова Д.Д. Инструментарий оценки устойчивого развития организации // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. 2017. Т. 10, № 5. С. 151–160. doi:10.18721/JE.10514.
11. Тяглов С.Г., Такмашева И.В. Развитие бережливого производства в условиях трансформации региональной экономики // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). 2019. № 1. С. 107–119.
12. Кузнецов Н.Г., Тяглов С.Г. Внедрение наилучших доступных технологий в производственной сфере экономики России // Финансовые исследования. 2021. № 4. С. 9–19.
13. Environmental social governance (ESG) and total quality management (TQM): a multi-study meta-systematic review / W.M. Lim, M.V. Ciasullo, A. Douglas, S. Kumar // Total Quality Management & Business Excellence. 2022. Pp. 21–48.

References

1. Drivolskaya N.A., Molozhavenko O.A. Digitalization of industry as a factor of sustainable development of production // Economics and Business: theory and practice. 2021. No. 9-1. Pp. 74–79.
2. Astafyeva O.E. Methodology of development of business processes in the conditions of the digital economy in the formation of the mechanism of sustainable development of industry // Management. 2021. No. 4. Pp. 65–74.
3. Praslov Yu. Procurement on a reliable platform. How Russian companies create new supply chains. URL: <https://plus.rbc.ru/specials/zakupki-na-nadejnoi-platforme> (date of access: 18.08.2023).
4. Zhuravleva N.A. Transformational leadership and sustainable development of Russian transport systems // Innovative transport systems and technologies. 2022. Vol. 8, No. 2. Pp. 92–111. doi:10.17816/transsyst20228292-111.
5. Timofeeva A.G. Personnel training and development as a condition for successful ESG transformation of Russian banks // Moscow Economic Journal. 2022. No. 5. Pp. 775–882.
6. Orlova-Gorskaya O. Green team. How to turn employees into fighters for ESG. URL: https://tsqconsulting.ru/blog/sustainability/ecological_team (date of access: 18.08.2023).
7. New rating methodology (effective October 1st, 2016 and to be deployed the first time for the 2017 Global 100 Ranking). URL: https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1693730305&tld=ru&lang=en&name=2017-Global-100_Methodology (date of access: 03.09.2023).
8. Nouh F. SAM Software Asset Management // Software Processing Technologies. University of Seville, 2016. 24 p.

9. Guidelines for Sustainable Development Reporting / Global Reporting Initiative. 2002. 98 p. URL: http://www.era-rossii.ru/inside/social/recommendations/gri_rus.pdf (date of access: 18.08.2023).
10. Salimova T.A., Gudkova D.D. Tools for assessing the sustainable development of an organization // Scientific and technical bulletin of SPbPU. Economic sciences. 2017. Vol. 10, No. 5. Pp. 151–160. doi:10.18721/JE.10514.
11. Tyaglov S.G., Takmasheva I.V. Development of lean production in the conditions of transformation of the regional economy // Journal of Economic Regulation. 2019. No. 1. Pp. 107–119.
12. Kuznetsov N.G., Tyaglov S.G. Introduction of the best available technologies in the production sector of the Russian economy // Financial research. 2021. No. 4. Pp. 9–19.
13. Environmental social governance (ESG) and total quality management (TQM): a multi-study meta-systematic review / W.M. Lim, M.V. Ciasullo, A. Douglas, S. Kumar // Total Quality Management & Business Excellence. 2022. Pp. 21–48.

Информация об авторе

П.А. Дегтярев – доцент кафедры «Финансы и кредит» Сочинского института (филиала) Российского университета дружбы народов имени Патриса Лумумбы.

Information about the author

P.A. Degtyarev – Associate Professor of the Department of Finance and Credit of Sochi Institute (branch) of Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba.

Статья поступила в редакцию 19.08.2023; одобрена после рецензирования 09.09.2023; принятa к публикации 06.10.2023.

The article was submitted 19.08.2023; approved after reviewing 09.09.2023; accepted for publication 06.10.2023.

Общепринятые требования к научной статье

Метаданные

Заголовок (Title)	◆ Объем – 10–12 слов. ◆ Содержит основные ключевые слова, нельзя использовать абривиатуры и формулы.										
Сведения об авторах (Information about authors)	◆ Содержат ФИО и аффилиации авторов. ◆ Очередность упоминания авторов зависит от их вклада в выполненную работу. ◆ В аффилиации указываются организация, город, страна. ◆ Название организации (рус./англ.) должно совпадать с названием в ее Уставе. ◆ При транслитерации ФИО автор должен придерживаться единообразного написания во всех статьях.										
Аннотация (Abstract)	◆ Объем – 150–250 слов. ◆ Отражает актуальность темы исследования, постановку проблемы, цели исследования, методы исследования, результаты и ключевые выводы.										
Ключевые слова (Keywords)	◆ Объем – 8–10 слов и словосочетаний. ◆ Отражают специфику темы, объект и результаты исследования.										
Основные положения (Highlights)	Содержат 3–5 пунктов маркированного списка, кратко отражающих ключевые результаты исследования.										
Текст статьи	<table><tr><td>Введение (Introduction)</td><td>Представляет актуальность темы исследования, обзор литературы по теме исследования, постановку проблемы исследования, формулирование цели и задач исследования.</td></tr><tr><td>Методы (Materials and Methods)</td><td>◆ Детально описывают методы и схему экспериментов /наблюдений, позволяющие воспроизвести их результаты, пользуясь только текстом статьи. ◆ Описывают материалы, приборы, оборудование и другие условия проведения экспериментов/наблюдений.</td></tr><tr><td>Результаты (Results)</td><td>Излагают фактические результаты исследования (текст, таблицы, рисунки, формулы).</td></tr><tr><td>Обсуждение (Discussion)</td><td>Содержит интерпретацию полученных результатов исследования, включая: ◆ соответствие полученных результатов гипотезе исследования; ◆ ограничения исследования и обобщения его результатов; ◆ предложения по практическому применению; ◆ предложения по направлению будущих исследований.</td></tr><tr><td>Заключение (Conclusion)</td><td>Содержит краткие итоги разделов статьи без повторения формулировок, приведенных в них.</td></tr></table>	Введение (Introduction)	Представляет актуальность темы исследования, обзор литературы по теме исследования, постановку проблемы исследования, формулирование цели и задач исследования.	Методы (Materials and Methods)	◆ Детально описывают методы и схему экспериментов /наблюдений, позволяющие воспроизвести их результаты, пользуясь только текстом статьи. ◆ Описывают материалы, приборы, оборудование и другие условия проведения экспериментов/наблюдений.	Результаты (Results)	Излагают фактические результаты исследования (текст, таблицы, рисунки, формулы).	Обсуждение (Discussion)	Содержит интерпретацию полученных результатов исследования, включая: ◆ соответствие полученных результатов гипотезе исследования; ◆ ограничения исследования и обобщения его результатов; ◆ предложения по практическому применению; ◆ предложения по направлению будущих исследований.	Заключение (Conclusion)	Содержит краткие итоги разделов статьи без повторения формулировок, приведенных в них.
Введение (Introduction)	Представляет актуальность темы исследования, обзор литературы по теме исследования, постановку проблемы исследования, формулирование цели и задач исследования.										
Методы (Materials and Methods)	◆ Детально описывают методы и схему экспериментов /наблюдений, позволяющие воспроизвести их результаты, пользуясь только текстом статьи. ◆ Описывают материалы, приборы, оборудование и другие условия проведения экспериментов/наблюдений.										
Результаты (Results)	Излагают фактические результаты исследования (текст, таблицы, рисунки, формулы).										
Обсуждение (Discussion)	Содержит интерпретацию полученных результатов исследования, включая: ◆ соответствие полученных результатов гипотезе исследования; ◆ ограничения исследования и обобщения его результатов; ◆ предложения по практическому применению; ◆ предложения по направлению будущих исследований.										
Заключение (Conclusion)	Содержит краткие итоги разделов статьи без повторения формулировок, приведенных в них.										
Благодарности (Acknowledgments)	Автор выражает: ◆ признательность коллегам за помощь; ◆ благодарность за финансовую поддержку исследования.										
Список источников (References)	Содержит только источники, использованные при подготовке статьи и оформленные в соответствии со стандартом, принятым в издательстве.										

Как правильно подготовить статью

Содержание статьи должно подчиняться общепринятым требованиям к научной статье.

Текст должен быть набран в программе Word. Поля: верхнее – 2,5 см, нижнее – 2,5 см, левое – 3 см, правое – 2 см. Использовать стиль «Normal» или шаблон «Обычный». Шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14 пт, межстрочный интервал – полуторный, абзацный отступ устанавливать через окно «Абзац» (не пробелами и не табуляцией). Набор формул осуществлять в конструкторе формул (по умолчанию). Запрещается вставлять в текст сканированные графики, диаграммы и другие неизменяемые объекты.

При нарушении требований к оформлению материалов рукописи не публикуются.

Подробные правила приема и рецензирования статей, рубрикация журнала представлены на сайте <http://www.sseu.ru>. Материал статьи присыпать на электронную почту vestnik_sgeu@mail.ru.

Образец оформления

Цифровая трансформация логистики

Анна Николаевна Агафонова

Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия, agaff@mail.ru

Аннотация. Цифровая трансформация логистики рассматривается как новый этап значимых изменений, вызванных информатизацией бизнес-процессов. Эксперты отмечают рост спроса цифрового бизнеса на передовые цифровые технологии. Анализ специфики отрасли и общемировых тенденций позволил выявить целесообразность цифровизации и перспективы развития отечественного логистического бизнеса.

Ключевые слова: цифровая логистика, логистика 4.0, управление цепями поставок

Основные положения:

- ◆ сформулированы теоретические положения цифровизации логистики и управления цепями поставок;
- ◆ проведен анализ спроса логистического бизнеса РФ на передовые цифровые технологии;
- ◆ определены и систематизированы наиболее перспективные цифровые технологии в сфере логистики, выявлены их возможности.

Digital transformation of logistics

Anna N. Agafonova

Samara State University of Economics, Samara, Russia, agaff@mail.ru

Abstract. The digital transformation of logistics is seen as a new stage of significant changes caused by the informatization of business processes. Experts note the growing demand of digital businesses for advanced digital technologies. Analysis of the specifics of the industry and global trends made it possible to identify the feasibility of digitalization and the prospects for the development of the domestic logistics business.

Keywords: digital logistics, logistics 4.0, supply chain management

Highlights:

- ◆ the theoretical provisions of digitalization of logistics and supply chain management are formulated;
- ◆ the analysis of the demand of the logistics business in the Russian Federation for advanced digital technologies is carried out;
- ◆ the most promising digital technologies in the field of logistics are identified and systematized, their capabilities are revealed.

ТЕКСТ СТАТЬИ

Список источников

1. Агафонова А.Н., Яхненеева И.В. Применение концепции корпоративной социальной ответственности в логистике // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2020. № 5 (187). С. 37–43.

2. DIGITAL IQ 2020 в России. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-iq-2020/pwc-abbyy-digital-iq-2020.pdf> (дата обращения: 09.06.2021).

References

1. Agafonova A.N., Yakhneeva I.V. Application of the concept of corporate social responsibility in logistics // Vestnik of Samara State University of Economics. 2020. No. 5 (187). Pp. 37–43.

2. DIGITAL IQ 2020 in Russia. URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/digital-iq-2020/pwc-abbyy-digital-iq-2020.pdf> (date of access: 09.06.2021).

Информация об авторе: А.Н. Агафонова – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры маркетинга, логистики и рекламы Самарского государственного экономического университета.

Information about the author: A.N. Agafonova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Logistics and Management of Samara State University of Economics.

Научно-практический журнал

ВЕСТНИК
САМАРСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

№ 8 (226) 2023 г.

Главный редактор – ректор СГЭУ, доктор экономических наук,
профессор С.И. Ашмарина

Издательская группа:
О.В. Егорова, М.И. Анисимова

Дата выхода в свет 09.01.2024. Формат 60x84/8. Бумага офсетная.
Гарнитура «Franklin Gothic Book». Печать офсетная. Усл. печ. л. 11,63 (12,5). Уч.-изд. л. 11,44.
Тираж 1000 экз. Свободная цена. Заказ № 393.

Издатель - ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет».
443090, Самарская обл., г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141.

Отпечатано в типографии ФГАОУ ВО «СГЭУ».
443090, Самарская обл., г. Самара, ул. Советской Армии, д. 141.

Science and practice journal

VESTNIK
OF SAMARA STATE
UNIVERSITY OF ECONOMICS

№ 8 (226) 2023

Chief editor – Chancellor of SSUE, Doctor of Economics,
Professor S.I. Ashmarina

The English translations are edited by the International Office
of Samara State University of Economics

Approved for publication 09.01.2024. Format 60x84/8.
Offset paper. Type «Franklin Gothic Book». Offset printing. Printed signatures 11,63 (12,5).
Publisher's signatures 11,44. Circulation 1000 copies.

Publishing house of Samara State University of Economics.
443090, Samara, ulitsa Sovetskoi Armii, 141.

Printed in the Printing House of Samara State University of Economics.
443090, Samara, ulitsa Sovetskoi Armii, 141.

ISSN 1993-0453



9 771993 045637 >